Engagiert in Köln!

Kölner Netzwerk Bürgerengagement

GEMEINSAM FÜR GUTE NACHBARSCHAFT

DAS ZUSAMMENLEBEN IM VEEDEL – NICHT NUR EINE HERZENSANGELEGENHEIT!

Bürgerengagement auf Stadtteilebene aktivieren und vernetzen

Eine Publikation der Kölner Initiative
„Unternehmen engagiert in Köln“
im Kölner Netzwerk Bürgerengagement

engagiert-in-koeln.de

Engagiert in Köln!

Kölner Netzwerk Bürgerengagement

Liebe Kölner*innen,

wie kann es gelingen, das nachbarschaftliche Leben im Veedel nachhaltig zu verbessern? Die Projektgruppe „Unternehmen engagiert in Köln“ des Kölner Netzwerks Bürgerengagement wollte es wissen. Dort hat man sich dieser Herausforderung angenommen und gezeigt: Es gelingt mit viel Herzblut, mit Offenheit und einer guten Strategie! Dabei war von Anfang an klar, dass sich Wünsche nicht von alleine, sondern nur durch kräftige Mithilfe erfüllen. Genau das ist bei diesem Projekt ganz hervorragend gelungen. Hier kamen Bürgerschaft, Unternehmen, Einrichtungen und Vereine miteinander ins Gespräch, um gemeinsam die Planung und die Umsetzung zu bewerkstelligen. Auf diesem Weg entstand ein starkes Miteinander, das sich im Zusammengehörigkeitsgefühl im Veedel bis heute bemerkbar macht.

Die Lebensqualität in einem Gemeinwesen kann nur so weit gedeihen, wie die Mitwirkenden bereit sind, Verantwortung für den eigenen Stadtteil zu übernehmen und sich zu kümmern. „Gemeinsam für gute Nachbarschaft“ hat Menschen in Kontakt gebracht, die sich bis dahin gar nicht oder nur flüchtig kannten. Durch das gemeinsame Handeln wurden die Gestaltungskraft des Einzelnen spürbar und das Gemeinschaftsgefühl gestärkt.
Wegen der Corona-Krise konnten manche Projekte leider nicht umgesetzt werden, doch die Beteiligten im Veedel bleiben dran und realisieren die bereits geplanten Projekte in absehbarer Zeit.

Als Oberbürgermeisterin der Stadt Köln wünsche ich mir, dass der Erfolg dieses Projektes ein Anstoß für weitere Aktionen sein kann und dass damit viele Kölner*innen erreicht werden können. Allen Beteiligten danke ich ganz herzlich – ich wünsche Ihnen für Ihre Vorhaben weiterhin alles Gute!

Ihre

Henriette Reker

Henriette Reker
Oberbürgermeisterin der Stadt Köln

Engagiert in Köln!

Kölner Netzwerk Bürgerengagement

INHALT

Grußwort von Henriette Reker
Oberbürgermeisterin der Stadt Köln 1

I. Einführung: Darum geht es! 4

II. In 9 Schritten zum Ziel 8
- 01 Übergreifendes Thema festlegen 9
- 02 Schlüsselakteur*innen gewinnen 11
- 03 Befragungen im Stadtteil 14
- 04 Ideengarten 23
- 05 Würdigung der Engagierten 26
- 06 Resonanztisch Stadtverwaltung 28
- 07 Auswahl der Aktionen 30
- 08 Bildung von Aktionsgruppen 33
- 09 Austausch- und Beratungstreffen 38

III. Resümee: Es lohnt sich! 39

TITEL DES GESAMTPROJEKTS:
„Gemeinsam für gute Nachbarschaft“

ORT: Kölner Sozialraum Porz-Ost, Finkenberg, Gremberghoven und Eil

Zeitraum: zwei Jahre (Juli 2018 – Juni 2020)

Teilnehmende: Anwohnende sowie Personen aus gemeinnützigen Einrichtungen, Unternehmen, Politik und Stadtverwaltung

Projektziel: intersektorale Engagement-Aktionen für gute Nachbarschaft anstoßen

Ergebnis: umgesetzte Aktionen vom Interkulturellen Café, über Pflanzaktionen bis hin zur Respekt-Kampagne „Mein Spruch“.

Projektsteuerung: Initiative „Unternehmen engagiert in Köln“

Operative Durchführung: Kölner Freiwilligen Agentur e.V.

I Einführung: Darum geht es!

Wie schafft man es, das nachbarschaftliche Leben im Veedel nachhaltig zu verbessern? Menschen dieser Stadt mit unterschiedlichem Lebenshintergrund an einen Tisch zu holen? Engagierte Unternehmen vor Ort miteinzubeziehen?

Dafür braucht es nicht nur Herz, sondern vor allem auch eine gute Strategie. Dem Projekt „Gemeinsam für gute Nachbarschaft“ liegen vier signifikante, ineinandergreifende Ansätze zugrunde*:

Engagiert in Köln!
Kölner Netzwerk Bürgerengagement

1. **Lokale & thematische Ausrichtung:**
   In einem räumlich abgesteckten Gebiet eine relevante Problemstellung identifizieren.
2. **Basisorientierter (Bottom-up) Prozess:**
   Anwohnende selbst von Anfang an inhaltlich miteinbeziehen und Lösungsansätze entwickeln lassen.
3. **Bereichsübergreifende (Sektorübergreifende) Zusammenarbeit:**
   Bürgerschaft, gemeinnützige Einrichtungen und Unternehmen zusammenbringen, um gemeinsam Aktionen im Stadtteil umzusetzen. Von vorneherein auch Politik und öffentliche Verwaltung einbeziehen.
4. **Eigene Stärke und Einfluss erfahren (Empowerment):**
   Die Mitwirkenden erleben, dass das eigene Handeln Wirkung entfaltet. Dadurch zum zukünftigen Engagement ermutigen.

„Mein Engagement für Kinder und Jugendliche in meiner Nachbarschaft liegt mir sehr am Herzen, da sie besondere Eigenschaften und Fähigkeiten besitzen, die sie, wenn sie gefördert werden, nutzen können, um für eine bessere Welt zu wirken. Wenn man jeden Menschen um sich herum, egal welchen sozialen, kulturellen oder religiösen Hintergrunds, als Teil einer Menschheitsfamilie betrachtet, dann erfüllt es einen mit Freude, sich gegenseitig im Leben zu unterstützen.“
Dana Panahi, Bürgerin aus Gremberghoven

In der Planung und Durchführung hat sich die Initiative „Unternehmen engagiert in Köln“ für sehr wirksame Methoden entschieden. Diese Methoden haben uns durch alle Phasen und die typischen Fragen eines Stadtteilprojektes navigiert:

- Wie motiviert man Menschen langfristig?
- Wie erreicht man Alleinerziehende, Jugendliche, ältere Menschen, Alteingesessene und Neuzugezogene?
- Wie kommuniziert man mit unterschiedlichen Interessengruppen – vom Kindergarten bis zum Kioskbesitzer?
- Wie filtert man aus 100 einzelnen Ideen 10 heraus, die tatsächlich relevant sind für eine gute Nachbarschaft?

* Die Idee, Sektorübergreifendes Engagement auf Stadtteilebene zu realisieren, basiert auf Erkenntnissen des Collective Impact Ansatzes („gemeinsam wirken“) aus den USA. Der Ansatz wurde ausführlich in der Broschüre unseres Vorläufer-Projekts „Gemeinsam fürs Klima in Bilderstöckchen“ beschrieben.

Engagiert in Köln!
Kölner Netzwerk Bürgerengagement

Konzipiert und begleitet wurde das Projekt von der Initiative „Unternehmen engagiert in Köln“. Diese Initiative ist ein Zusammenschluss öffentlicher Institutionen, gemeinnütziger Vereine, Unternehmen und einer Stiftung. Sie ist angesiedelt unter dem Dach des von der Stadt Köln begleiteten Kölner Netzwerks Bürgerengagement.

Mitwirkende sind:

Abfallwirtschaftsbetriebe Köln GmbH

Bürgerstiftung Köln

Sozialraumkoordination Porz-Ost, Finkenberg Gremberghoven und Eil in Trägerschaft der Diakonie Michaelshoven e.V.

Industrie- und Handelskammer zu Köln

Kölner Freiwilligen Agentur e.V.

Kommunalstelle zur Förderung und Anerkennung Bürgerschaftlichen Engagements (FABE) im Büro der Oberbürgermeisterin der Stadt Köln

Stabsstelle Sozialplanung/Sozialberichterstattung der Stadt Köln

Die Durchführung des Projekts lag mit einer Projektkoordination von zwölf Wochenstunden bei der Kölner Freiwilligen Agentur e.V.

Finanziert wurde das Projekt aus Mitteln der RheinEnergie Stiftung Familie und der Stadt Köln.

So funktioniert unsere Broschüre:

Ideen realisieren – mit den passenden Methoden!

Diese Projektdokumentation kann sowohl als Handbuch für andere Kommunen als auch für andere Kölner Stadtteile genutzt werden, die ähnliche Projekte planen.

Die Publikation erklärt kurz und verständlich die neun Projektschritte - immer mit dem fokussierten Blick in die Praxis.

Während der zwei Jahre haben wir viel gelernt, nicht alles hat so funktioniert, wie geplant: früher einladen, Kinderbetreuung anbieten, mehr Nachtelefonieren? Im Kontext jeder einzelnen Methode ziehen wir Bilanz „Das war gut – das war nicht gut!“.

Wir hoffen, dass andere Kölner Stadtteile und andere Kommunen von unseren Erfahrungen profitieren und wünschen viel Erfolg!

Der erste Schritt
ist wichtig:
so schaffen wir es alle
zusammen!

II In 9 Schritten zum Ziel

Wie haben wir unseren oben beschriebenen Projekt-Ansatz praktisch umgesetzt?

Im Folgenden geben wir einen Einblick in die

- **Schritte**, die wir gegangen sind,
- **Methoden**, derer wir uns bedient haben,
- **Bilanz**: Das war gut – das war nicht gut!

Engagiert in Köln!
Kölner Netzwerk Bürgerengagement

01 Übergreifendes Thema festlegen

Was bewegt die Menschen im Veedel?

Was ist die zentrale Herausforderung des Stadtteils? Ort unseres Projekts war ein Kölner Sozialraum, als solcher definiert im städtischen Programm „Lebenswerte Veedel" (https://www.stadt-koeln.de/artikel/02196/index.html).

Das Sozialraumgebiet umfasst die Stadtteile Porz-Ost, Finkenberg, Gremberghoven und Eil im Stadtbezirk Porz. Die Stadtteile sind sehr unterschiedlich aufgestellt, was Alter, Herkunft und sozio-ökonomische Situation der Anwohnenden angeht. Insbesondere fallen die mehrgeschossigen Wohnanlagen im Stadtteil Finkenberg auf. Die Anwohnenden leben isoliert voneinander, sprechen oft nicht dieselbe Sprache, haben kaum gemeinsame Anknüpfungspunkte. Zudem identifizieren sich die Stadtteile als einzelne und nicht als zusammengehöriges Kölner Veedel.

Blick in die Praxis:

Nach einem Stadtteilrundgang und ausführlichem Gespräch mit dem Sozialraumkoordinator und der Verwaltung wurde die Einschätzung getroffen, dass „Sich Wohlfühlen" ein relevantes übergreifendes Thema ist. Das „Sich Wohlfühlen" bezieht sich sowohl auf das Stadtbild als auch auf das Gemeinschaftsgefühl in der direkten Nachbarschaft sowie auf das Zusammengehörigkeitsgefühl zwischen den einzelnen Stadtteilen. Der Projekttitel „Gemeinsam für gute Nachbarschaft" war gefunden.

Bilanz: Das war gut – das war nicht gut!

Zur Eingrenzung des Projekt-Themas war es sinnvoll, den Sozialraumkoordinator zu Rate zu ziehen, der den Stadtteil und seine Belange seit Jahren kennt und eine treffende Einschätzung leisten kann.

AKTIONSSKIZZE

Pflanzaktion in Porz-Eil

„Das Projekt hat eine bessere Verbindung zwischen Eil und Finkenberg geschaffen. Denn es ist eine weitere Pflanzaktion mit Ford geplant – diesmal auf dem Platz der Kulturen in Finkenberg.“
Erwin Bäuml, Ortsring Eil

Mit Unterstützung von Ford Mitarbeitenden und einem großzügigen finanziellen Budget haben vier Teams, angeleitet durch Erwin Bäuml vom Ortsring Eil, an verschiedenen Stellen im Veedel Blumenbeete, Steinbeete und eine Winterbepflanzung realisiert. Es hat so viel Spaß gemacht, dass Ford schon die nächste Pflanzaktion plant, diesmal auf dem Platz der Kulturen in Finkenberg. Daran wollen sich Mitglieder des Ortsrings Eil sowie Menschen aus Finkenberg beteiligen.

Benefit:
Die an der Pflanzaktion beteiligten Ford-Beschäftigten - gut erkennbar an T-Shirts mit dem Ford-Logo – haben bei den Anwohnenden für positive Aufmerksamkeit gesorgt.

Beteiligt:
Erwin Bäuml, Ortsring Eil e.V.
Mitarbeitende der Ford-Werke GmbH

Zeitraum: zwei Jahre (Juli 2018 – Juni 2020)

Teilnehmende: Anwohnende sowie Personen aus gemeinnützigen Einrichtungen, Unternehmen, Politik und Stadtverwaltung

Projektziel: intersektorale Engagement-Aktionen für gute Nachbarschaft anstoßen

Ergebnis: umgesetzte Aktionen vom Interkulturellen Café, über Pflanzaktionen bis hin zur Respekt-Kampagne „Mein Spruch“.

Projektsteuerung: Initiative „Unternehmen engagiert in Köln“

Operative Durchführung: Kölner Freiwilligen Agentur e.V.

02 Schlüsselakteur*innen gewinnen

Die richtigen Leute angemessen ansprechen? Das geht!

„Nach einer ausführlichen Recherche haben wir 67 Kontakte zusammengetragen.“
Lara Waldron, Kölner Freiwilligen Agentur e.V.

Ein erfolgreiches Projekt braucht eine gute Verankerung vor Ort und die richtigen Personen, die es bekannt machen und unterstützen. In jedem Stadtteil gibt es einzelne Menschen wie auch Institutionen, die Zugang zu bestimmten Gruppen haben und dort für das Projekt werben können.

Wer kommt in Frage? Die Recherche nach Schlüsselakteur*innen

Mitarbeitende von Jugendzentren, Kindergärten, Schulen, religiösen oder kulturellen Gemeinden, Bürgerzentren, Seniorenzentren

- Menschen aus der Lokalpolitik
- Städtische Mitarbeitende von Bezirksjugendpflege, Interkulturellem Dienst und Ordnungsamt, Mitarbeitende der Polizei

... Sie alle haben Einfluss im Stadtteil und kennen das Veedel und die Menschen dort. Ihre Einstellung zum Projekt kann die Anwohnenden motivieren!

Blick in die Praxis:

- Der Interkulturelle Dienst der Stadt Köln unterstützte uns in der Phase der Bedarfsermittlung mit zwei Dolmetschenden aus dem Stadtteil.
- Der Sozialraumkoordinator Jochen Schäfer – seit vielen Jahren vor Ort aktiv und vertraut mit der Geschichte und den Dynamiken im Veedel – koordiniert ein engagiertes Netzwerk bestehend aus Menschen des Stadtteils und Institutionen, Vereinen und Verbänden vor Ort. Auf dieses Netzwerk konnten wir zugreifen.
- Veranstaltungen wie Sommercamp und Stadtteilfest (organisiert über das Netzwerk der Sozialraumkoordination) wurden für uns wichtige Orte, um unser Projekt bekannt zu machen.

Persönlich anrufen oder in den Verteiler aufnehmen? – Die Stakeholder-Analyse

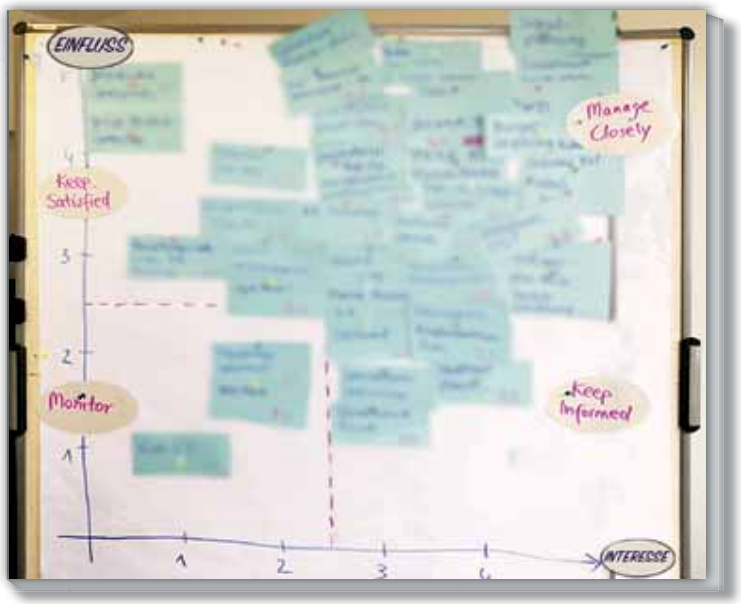
Wie nun mit den vielen gesammelten Kontakten umgehen? Die Methode STAKEHOLDER-ANALYSE kann dabei helfen, einen Überblick über die unterschiedlichen Stakeholder bzw. Interessengruppen zu gewinnen und eine Priorisierung für die weitere Kommunikation vorzunehmen.

Die Stakeholder-Analyse – Schritt für Schritt erklärt:

- Benötigt werden Moderationskarten und eine Metaplanwand.
- Für alle ermittelten Personen und Einrichtungen wird jeweils eine Moderationskarte angefertigt: der Name der Einrichtung oder der Person wird auf die Karte geschrieben (Beispiel: Bürgerverein).
- Auf die Metaplanwand wird ein Koordinatensystem gezeichnet:
  vertikale Achse: diese bildet den Einfluss der Schlüsselakteur*innen ab, horizontale Achse: diese bildet das Interesse der Schlüsselakteur*innen ab.
- Nun gibt die Projektgruppe für jede Karte, eine Bewertung zwischen 1 und 5 ab zu dem Faktor „Wie viel Interesse hat die- oder derjenige an unserem Projekt?“ (Beispiel: 5) und zu dem Faktor „Wie viel Einfluss hat er oder sie auf den Erfolg unseres Projekts?“ (Beispiel: 4)
- Anschließend wird die Karte an der entsprechenden Schnittstelle im Koordinatensystem befestigt. (z.B. 4 vertikal / 5 horizontal)
- Bei der Auswertung zeigen die vier Quadranten der Matrix konkrete Empfehlungen für den Umgang mit den Ermittelten. (Beispiel: Manage Closely)

Frage: „Und bei wem frage ich jetzt regelmäßig telefonisch nach?“
Antwort: „Diese vier Quadranten zeigen den Weg:“

- **Einfluss hoch, Interesse hoch → zeitnah reagieren (Manage Closely):**
  Personen aktiv einbinden und deren Netzwerke nutzen, d.h. persönlich nachfragen bei Veranstaltungs-Einladungen; um Weiterleitung von Informationen und Einladungen bitten; priorisierte Personengruppe, die eingebunden werden sollte, trotz geringer Ressourcen
- **Einfluss niedrig, Interesse hoch → auf dem Laufenden halten (Keep Informed):**
  Einladung zu Veranstaltungen senden
- **Einfluss niedrig, Interesse niedrig → beobachten (Monitor):**
  nur wenn genug Ressourcen vorhanden, Einladung zu Veranstaltungen senden
- **Einfluss hoch, Interesse niedrig → sensibel motivieren (Keep Satisfied):**
  Einladung zu Veranstaltungen senden



Metaplanwand: Matrix mit Quadranten
(Quelle: Kimmich, C.; Janetschek, H.; Meyer-Ohlendorf, L.; et al. (2012). Methods for Stakeholder Analysis.)

Bilanz: Das war gut – das war nicht gut!

- Für uns war diese Art der Analyse zur Ermittlung möglicher Engagierter hilfreich. Sie hat uns einen Überblick über die Notwendigkeit der Priorisierung der Kommunikation verschafft.
- Allerdings sollte beachtet werden, dass sich Beteiligte möglicherweise im Laufe eines Projekts, anders als zu Beginn eingeschätzt, in einen anderen Quadranten „bewegen“ können.

03 Befragungen im Stadtteil

Was wünschen Sie sich für eine gute Nachbarschaft?

„Bei unseren aufsuchenden Befragungen haben wir 168 Aussagen gesammelt, die uns die Lebenslage der Menschen nahe gebracht haben.“
Ulrike Han, Geschäftsführung Kölner Netzwerk Bürgerengagement, Kommunalstelle zur Förderung und Anerkennung Bürgerschaftlichen Engagements im Büro der Oberbürgermeisterin der Stadt Köln

Ein erfolgreiches Sektor-übergreifendes Projekt braucht einen guten Eindruck von den wirklichen Problemen im Veedel und von der Bereitschaft der Menschen an der Problemlösung mitzuwirken. Hierbei hilft die Methode der Feldexploration.

Blick in die Praxis: Warum Dolmetscher*innen auch Türen russischer Supermärkte öffnen können...

Diese Ziele wurden festgelegt bevor wir in Aktion getreten sind:

- Wir möchten einen besseren Eindruck vom Sozialraum bekommen und unsere Arbeit daran anpassen.
- Wir möchten unser Projekt bekannt machen.
- Wir möchten über eine erste Abfrage Erkenntnisse gewinnen, welche Probleme die Menschen besonders beschäftigen und herausfinden, an welchen Lösungen sie bereit sind mitzuwirken.
- Wir möchten im persönlichen Gespräch Personen aus gemeinnützigen Organisationen dafür gewinnen, ihre Zielgruppen über das Projekt zu informieren, um ggf. als Einrichtung selber daran teilzunehmen.

So sind wir vorgegangen, um ein Meinungsbild der Anwohnenden zu erhalten

Von Juli bis November 2018 haben wir an zentralen Plätzen im Sozialraum und während des Sommercamps und Stadtteilfestes in Finkenberg Menschen vor Ort persönlich angesprochen und gefragt, was sie sich für eine gute Nachbarschaft im Viertel wünschen und was sie selber dafür tun würden. Außerdem konnten sich Interessierte in eine Liste eintragen, die zu einer ersten Bürgerveranstaltung eingeladen werden wollten.

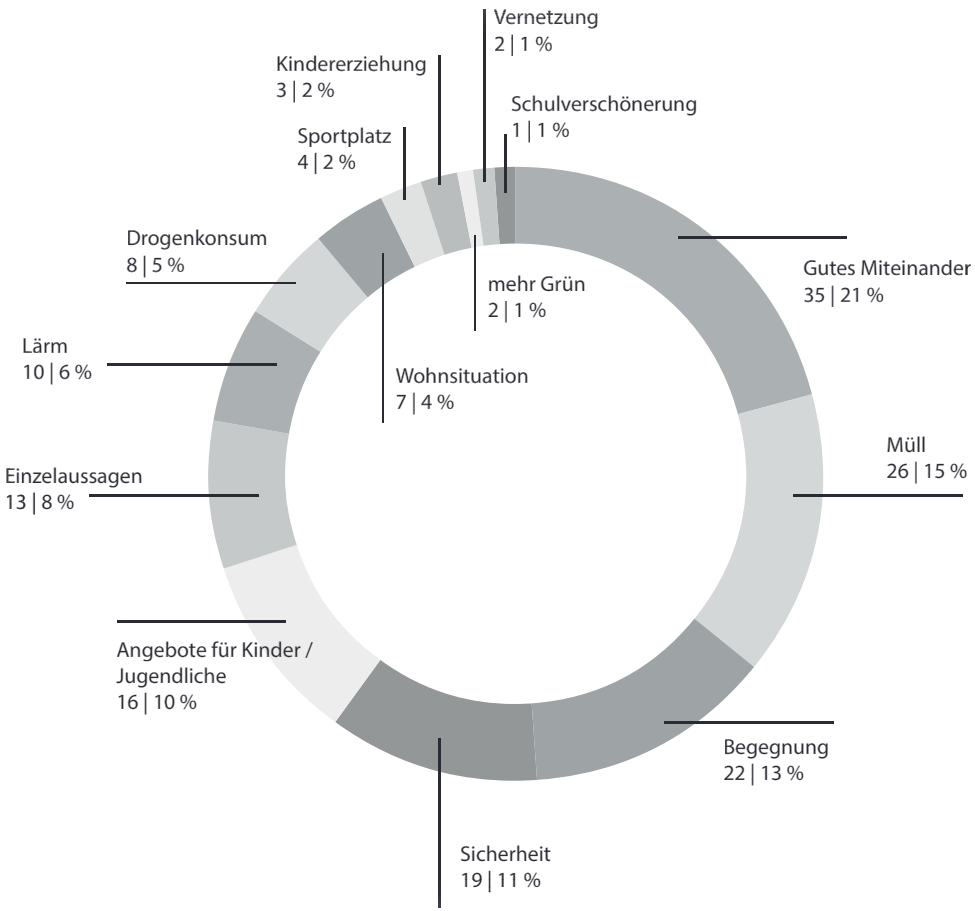
Befragt wurden ältere Menschen, Eltern, Jugendliche und Kinder (ab 8 Jahren), Alteingesessene wie Neuzugezogene aus der Bürgerschaft, Menschen ohne und mit Migrationshintergrund.

Die Unterstützung von zwei Dolmetscher*innen, die Arabisch und Russisch übersetzten, war nicht nur für die Verständigung wichtig ... Da diese in Finkenberg leben und dort bekannt sind, fungierten sie als Türöffner zu den Orten und Menschen im Viertel, so z.B. zum Inhaber des russischen Supermarktes.

Die Ergebnisse und z.T. auch Zitate aus den Gesprächen haben wir auf Karten (siehe Abbildung) schriftlich festgehalten und anschließend systematisch ausgewertet. Für jedes Gespräch wurde eine individuelle Karte angelegt. Die Frage „Was wünschen Sie sich für eine gute Nachbarschaft“ wurde in verschiedenen Sprachen auf die Vorderseite gedruckt, Platz für Notizen gab es auf der Rückseite.

„Was wünschen Sie sich für eine gute Nachbarschaft?“
Befragung mit Karte in verschiedenen Sprachen

Im Rahmen dieser ersten Exploration sammelten wir 168 Aussagen von 122 befragten Personen. Jede Aussage haben wir einem Überbegriff zugeordnet, um ein Bild davon zu erhalten, welchen Themen die Anwohnenden im Kontext „gute Nachbarschaft“ am meisten Bedeutung schenken.



Mehr Sicherheit, mehr Angebote für Kinder und Jugendliche, weniger Lärm – die Themen sind vielfältig. (©: Stadt Köln, Stabsstelle Sozialplanung/ Sozialberichterstattung)

Diese Themen sind Euch und uns wichtig:

Diese Themen wurden in den Befragungen am häufigsten genannt:

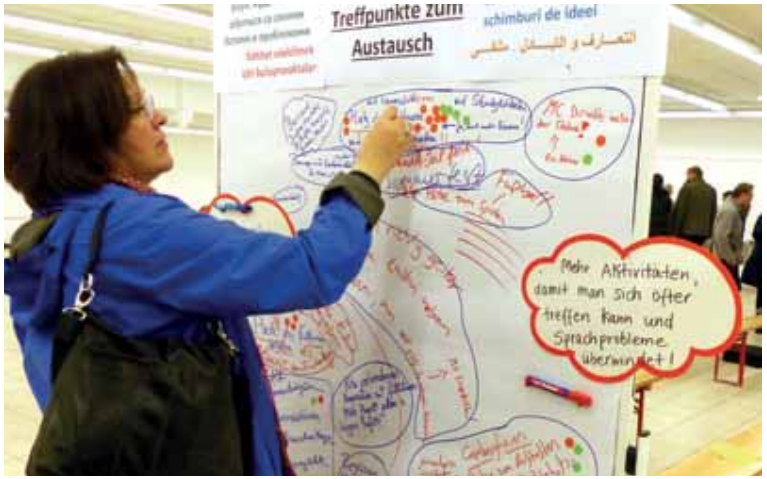
- **Gutes Miteinander:** Viele Anwohnende wünschen sich einen respektvollem Umgang und mehr Zusammenhalt in der Nachbarschaft.
- **Sauberkeit:** Der Wunsch nach Sauberkeit kristallisierte sich durch die vielen Aussagen zu den Themen Vermüllung und Vandalismus heraus.
- **Begegnung:** Unter diesem Oberbegriff haben wir die vielen Aussagen zur Isolation zwischen ethnischen Gruppen, Alteingesessenen und Neuzugezogenen und zur Schwierigkeit, Sprachbarrieren zu überwinden, zusammengefasst.

Bilanz: Das war gut – das war nicht gut!

- Die Dolmetscher*innen haben uns tatsächlich die Türen geöffnet – sie übersetzten nicht nur, sondern waren oft auch bereits im Veedel bekannt!
- Mit den vorhandenen Zeitressourcen konnten leider keine Befragungen in Grembergho-ven und Eil durchgeführt werden. Für eine größere Reichweite hätte man Ehrenamtliche aus einem Unternehmen oder Studierende zum Durchführen der Befragungen hinzuziehen müssen.

So viele waren dabei – Fotos vom Ideengarten:

Viele Ideen für eine gute Nachbarschaft . . .



Mein Spruch - 11 Sprüche:

Erst fragen, dann posten
Every day for future!
Sei wie du bist
Schön, das du da bist
Sei nicht gleich sauer
Jungs + Mädels =berechtigt
Respekt geben, Respekt bekommen
Alleine Kicken ist doof
Heute schon gelacht
Manchmal gehts auch ohne Handy
Quatschen statt kloppen

AKTIONSSKIZZE

Mein Spruch – Eine Kampagne für mehr Respekt

Für mich war eine sehr schöne Erfahrung, dass Menschen aus unterschiedlichsten Altersgruppen und Lebensbereichen ihre Ideen eingebracht haben, die zu einem kreativen Gesamtergebnis führten.
Ina Phillippsen-Schmidt, Bürgerin aus Eil

Elf Sprüche für einen guten und fairen Umgang – entwickelt und getextet von Jugendlichen aus Gremberghoven und Finkenberg. Die Sprüche wurden in Holztafeln gefräst. Es geht um Gleichberechtigung, um das Lösen von Konflikten und auch darum, das Handy mal in der Tasche zu lassen. Die Tafeln werden turnusmäßig an prominenten Stellen im öffentlichen Raum auf- und umgehängt.

Ein QR-Code auf den Tafeln führt zur Übersetzung der Sprüche auf Arabisch, Russisch und in andere Sprachen. Natürlich auch Kölsch! Alle Sprüche erscheinen zusätzlich auf Postkarten und können käuflich erworben werden. Das Projekt wurde finanziert durch die Ford-Werke GmbH und durch die Sozialraumkoordination.

Beteiligt:
Ina Philippsen-Schmidt, Bürgerin
Sylwia Buzas, Bürgerzentrum Finkenberg
Monika Möller, Ratsmitglied bis Oktober 2020
Georg Höcketstaller, Grembox / Rheinflanke gGmbH
Kinder & Jugendliche der Grembox u.a.
Jürgen Exner, Jugendwerkstatt Porz
Jochen Schäfer, Sozialraumkoordination, Diakonie Michaelshoven e.V.
Ford-Werke GmbH

Engagiert in Köln!
Kölner Netzwerk Bürgerengagement

04 Ideengarten

128 Ideen für eine gute Nachbarschaft!

*„Wir haben 120 Bewohner*innen auf der ersten Veranstaltung begrüßt. Für viele war das die erste Veranstaltung, bei der es um ihren Stadtteil, ihre Wünsche und Ideen ging. Gemeinsam wurden 128 Ideen gesammelt.“*
Günter Schlanstedt,
Leitung Stabsstelle Sozialplanung/Sozialberichterstattung der Stadt Köln

Wie motiviert man zur Mitarbeit? Ein „Ideengarten“ bietet dafür beste Startbedingungen. Mit interaktiven Angeboten, kreativen Beteiligungsmöglichkeiten und wenig frontalem Input.

Blick in die Praxis: Das Treffen hinterm Schaufenster

Am 20. März 2019 eröffneten wir den „Ideengarten“ im ehemaligen KiK-Markt auf dem „Platz der Kulturen“ in Finkenberg.

Im Mittelpunkt des „Ideengartens“ standen die sieben meistgenannten Aspekte der ersten Bedarfserhebung mittels Befragungen im Sozialraum. Gleichzeitig waren auch neue Ideen willkommen.

Die 7 Aspekte:

- gut zusammen leben
- Sauberkeit
- Treffpunkte zum Austausch
- sich sicher fühlen
- Orte für Spiel & Sport
- Bürgerverein Finkenberg
- zufrieden wohnen

So funktioniert es: gute Planung und die richtige Ansprache

Von der Terminplanung bis zum Catering

- **Ort:** Der zentral gelegene Veranstaltungsort in einem leerstehenden ehemaligen KiK-Markt mit großen Schaufenstern war gut erreichbar und zog auch am Abend selber Laufpublikum an.
- **Termin:** Den für alle passenden Termin gibt es bekanntlich nicht. Wir haben uns für einen Abend mitten in der Woche entschieden. Die Teilnahme alleinerziehender Mütter, aber auch von Kiosk- und Imbissbetreibenden war dadurch erschwert. Eine Kinderbetreuung während der Veranstaltung anzubieten, wäre eine gute Option gewesen.
- **Einladung:** Zwei Wochen vor der Veranstaltung haben wir in Geschäften und Einrichtungen auf dem zentralen und vielbesuchten „Platz der Kulturen“ Plakate und Flyer in sechs Sprachen aufgehängt. Noch besser hätten unsere Flyer sicherlich gewirkt, wären sie weniger textlastig und im Design ansprechender gewesen. Hier ist schlicht und einfach abzuwägen, wie viel mit dem vorhandenen Budget machbar ist.
- **Die Sprache der Musik:** Mit einer Performance der Kölner Sängerin Marie Enganemben wurde der Abend mit dem Kölsch-Hit „En unserem Veedel“ der Band Bläck Fööss eingeleitet. Der Refrain wurde zuvor von den Dolmetschenden in Russisch, Türkisch, Arabisch, Kurdisch und Romanes übersetzt, um alle Anwesenden willkommen zu heißen und in das Thema des Abends miteinzubeziehen. Dieser musikalische Start öffnete die Herzen und ließ die Menschen miteinander ins Gespräch kommen.
- **Bildsprache:** Der „Ideengarten“ als Motto ermöglichte eine barrierefreie Kommunikation der Bildsprache: In einer ersten Runde konnten die Teilnehmenden ihre Ideen an den Themeninseln „wie Samen einpflanzen“ (= an der Stellwand sammeln), in einer zweiten Runde konnten die Beteiligten die gesammelten Ideen „wie Pflanzen gießen“ (= anreichern), in einer dritten Runde wurden die Ideen im Plenum „geerntet“ (= präsentiert). Zudem wurde auf ansprechende Visualisierung, z.B. an den Stellwänden und auf den Namensschildern Wert gelegt.
- **Kreative Beteiligungsmöglichkeiten:** An den Themeninseln konnten Ideen sowohl auf eine Stellwand geschrieben als auch am Thementisch aufgemalt bzw. geknetet werden. Alternativen zum Schreiben anzubieten war uns wichtig, um zum einen die Kinder zum Mitmachen zu motivieren und zum anderen auch diejenigen zu aktivieren, die sich in der deutschen Sprache nicht sicher genug fühlen, um sich sprachlich auszudrücken. Am Ende konnten die Teilnehmenden für ein finales Stimmungsbild verschiedenfarbige Klebe-Punkte für die entstandenen Aktionsideen vergeben: Grün für „Diese Aktion finde ich spannend“, Rot für „Bei dieser Aktion möchte ich mitwirken“.
- **Essen & Trinken:** Nach der Arbeit wartete ein leckeres Buffet eines lokalen Caterers auf alle Teilnehmenden. Dass für Essen und Trinken gesorgt ist, sollte bereits in der Einladung erwähnt werden.
- **Wenig frontaler Input:** Informationen im Plenum (Einführung und Abschluss) sollten nach unserer Erfahrung auf das Nötigste beschränkt werden. Stattdessen sollte viel Interaktion ermöglicht werden!

Bilanz: Das war gut – das war nicht gut!

- Gut waren: Der Flyer in acht Sprachen, die Performance „In unserem Veedel“ in sechs Sprachen, das Motto und die Bildsprache des Gartens, die Visualisierung an Stellwänden und auf Namensschildern, die Methodik an den Themeninseln.
- Besser machen kann man den Flyer – hier war das Intro zu textlastig, außerdem hätten wir uns ein anderes Design gewünscht. Schwierig war auch die Bindung der Teilnehmenden: viele Personen waren nicht mehr vor Ort, als es darum ging, sich an konkreten Projekten zu beteiligen und die eigenen Kontaktdaten zu hinterlassen.

AKTIONSSKIZZE: „Eil putzt munter“

Eine Müllsammelaktion in Eil auf allen Plätzen und ausgewählten Straßen und Wegen fand einmalig unter der Mitwirkung von zehn bis zwölf Engagierten statt.

Benefit: Bisher nicht beteiligte Menschen konnten zum Mitmachen motiviert werden.

Beteiligt: Erwin Bäuml, Ortsring Eil e.V.

05 Würdigung der Engagierten

Warum es gut ist, Ehrenamtliche zu ehren...

*„Für die AWB sind die ehrenamtlich Tätigen wichtige Multiplikator*innen, die auch unsere Themen transportieren. Wir sagen mit einer Sonderführung über einen AWB Betriebshof Danke!“*
Thomas Enzinger, Abfallwirtschaftsbetriebe Köln GmbH

Das Engagement der Bewohnerschaft nicht nur anzuerkennen, sondern öffentlich und feierlich zu würdigen, gehört zu jedem erfolgreichen Projekt dazu. Diese persönliche Wertschätzung trägt dazu bei, Ehrenamtliche auch langfristig zu motivieren. Entscheidend ist dabei, dass die Würdigung öffentlich gemacht wird und festlich ist.

Welche Möglichkeiten der Ehrung gibt es?

- Für die Würdigung der engagierten Bürgerschaft eignen sich Kooperationen mit Unternehmen sehr gut. Unternehmen verfügen oft über repräsentative Räumlichkeiten, sie haben möglicherweise Zugang zu bekannten Persönlichkeiten oder können interessante lokale Events anbieten (Betriebsführung o.Ä.).

Tue Gutes – und wir reden darüber!

Blick in die Praxis: So verlief die Ehrung bei uns

Einige Wochen nach dem „Ideengarten“ veranstalteten wir in Kooperation mit der Bank für Sozialwirtschaft eine Ehrung für alle engagierten Personen, die uns bei den Befragungen und bei Organisation und Durchführung des Ideengartens ehrenamtlich unterstützt hatten. Auf dem Gelände der Bank befindet sich öffentlich sichtbar das Kunstwerk HOPE des renommierten Kölner Künstlers HA Schult. Auf einem Bildschirm lässt der Künstler hier regelmäßig Persönlichkeiten, die für Hoffnung stehen, erstrahlen. Als Anerkennung für ihr Engagement wurden so auch über mehrere Wochen Portrait-Fotos der Ehrenamtlichen auf dem Bildschirm ausgestrahlt.
Zum Ende des Projekts wurden zudem alle in Aktionsgruppen tätigen Personen als Dankeschön für ihr Engagement zu einer Sonderführung über einen Betriebshof der Abfallwirtschaftsbetriebe eingeladen.

Bilanz: Das war gut – das war nicht gut!

- Die Kooperation mit der Bank für Sozialwirtschaft und der AWB hat gut funktioniert.
- Die Erfahrung hat gezeigt, dass die Ehrung zeitlich besser an den Schluss des Projekts gepasst hätte. Der Aufwand für die Organisation der Ehrung war hoch. Die vorhandenen Zeitressourcen hätten stärker in das Kontakthalten zu den Anwohnenden investiert werden sollen, um diese bis zur Folgeveranstaltung am Ball zu halten.

06 Resonanztisch Stadtverwaltung

Welche Ideen sind realistisch?

„Projekte wie diese regen einen Kulturwandel innerhalb der Stadtverwaltung an. Ermutigend war der Enthusiasmus, den viele Mitarbeitende der Stadtverwaltung zeigten.“
Susanne Kunert, Kommunalstelle zur Förderung und Anerkennung Bürgerschaftlichen Engagements im Büro der Oberbürgermeisterin der Stadt Köln

Realistisch oder nicht? Es lohnt sich, gesammelte Ideen einem Praxis-Check der Stadtverwaltung zu unterziehen. Gleichzeitig tut sich auch was in Sachen Bürgernähe...

Blick in die Praxis:

Wir haben Vertretungen verschiedener Ämter der Stadtverwaltung ins Kölner Rathaus eingeladen. Gekommen sind 20 Mitarbeitende, auch in leitenden Funktionen.

Die Ergebnisse der Ideensammlung aus der Bürgerveranstaltung haben wir bereits mit der Einladung versandt, damit die Verwaltungsmitarbeitenden sich bereits vor dem Treffen einen Überblick verschaffen und ggf. erforderliche Informationen einholen konnten. Beim Resonanztisch war eine strukturierte Moderation wichtig, um innerhalb von zwei Stunden zu allen Themen fachliche Rückmeldungen einzuholen.

Die Verwaltungsmitarbeitenden waren offen und motiviert, ihre von Erfahrung geprägten Stellungnahmen abzugeben und sich auch weiterhin am Prozess zu beteiligen.
Beim Resonanztisch wurden die Ideen zum ersten Mal von „außen“ angeschaut. Nur wenn diese richtig verstanden werden, können sie auch adäquat geprüft werden. Der Aufwand, die Ideen dafür noch einmal aufzubereiten, lohnt sich. Insbesondere auch deshalb, weil dieser „Feedback-Prozess“ bei Mitarbeitenden der Verwaltung langfristig Lust und Offenheit für mehr Bürgernähe auslösen kann.

Bilanz: Das war gut – das war nicht gut!

- Die große Teilnahme- und Rückmeldebereitschaft der Beschäftigten aus der Verwaltung hat uns beeindruckt.
- Um ein aussagekräftiges Feedback zu erhalten, sollte man ausreichend Zeit zwischen Ideensammlung und Resonanztisch einplanen. Die Zeit ist wichtig, um die an den Themeninseln gemalten und gekneteten sowie auf Stellwände geschriebenen Ideen zusammenzufassen, in einer Excel-Liste zu clustern und aufzubereiten, so dass die Aktionsideen für Außenstehende verständlich sind.

AKTIONSSKIZZE

Ein wichtiger Mülleimer für Finkenberg

Auf dem Parkplatz vor dem FRÖBEL Kindergarten und der OT Arche Nova in Finkenberg sponserte die Cargo Marketing Spedition aus Gremberghoven einen Mülleimer. Da es sich um ein privates Gelände handelt, kümmert sich das Fröbel Familienzentrum um die regelmäßige Leerung.

Benefit:
Kinder und Jugendliche zu motivieren, ihren Müll nicht auf die Straße zu werfen, funktioniert viel besser, wenn ein Mülleimer in Reichweite steht!

Beteiligt:
Dominik Matzantke, FRÖBEL-Kindergarten & Familienzentrum Finkenberg
Cargo Marketing Spedition Deutschland GmbH

So bringt man Menschen und Ideen zusammen

07 Auswahl der Aktionen

Die richtige Auswahl treffen mit der 4-Koordinaten-Methode

„Weniger ist manchmal mehr: Aus 128 Wünschen für gute Nachbarschaft sind zehn tolle und handhabbare Aktionsideen entstanden.“
Julia Wittig, Industrie- und Handelskammer zu Köln

Eine Auswahl der Aktionen zu treffen, ist sinnvoll, um aus einer Menge von sehr unterschiedlichen Ideen diejenigen herauszufiltern, die im Rahmen des Projekts zielführend und handhabbar sind. Methodisch bietet sich hierfür die 4-Koordinaten-Methode an.

Blick in die Praxis: Erst Clustern…

Aus den 128 im „Ideengarten“ einzeln aufgenommenen Ideen clusterte die Initiative 56 übergreifende Ideen (z.B. „Weihnachtsbaum auf dem Platz der Kulturen“ und „Bäume und Blumen auf dem Platz der Kulturen“ zu „Verschönerung des Platz der Kulturen“).

… dann Bewerten

Die Projektgruppe bewertete jede dieser 56 Ideen entlang einer Bewertungsskala von 1-10 zu folgenden vier Faktoren:

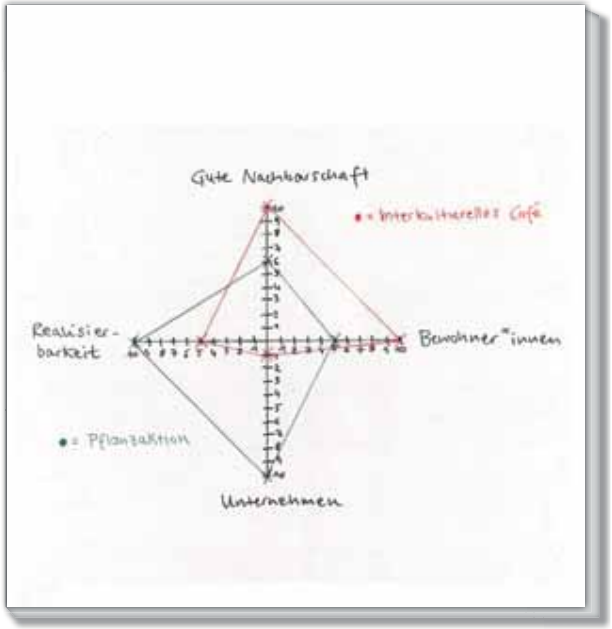
- **Gute Nachbarschaft:** Trägt die Aktion zu einer guten Nachbarschaft bei?
- **Anwohnerschaft:** Ist die Aktion attraktiv für die Mitwirkung der Anwohnenden?
- **Unternehmen:** Ist die Aktion attraktiv für die Mitwirkung von Unternehmen?
- **Realisierbarkeit:** Ist das Projekt realisierbar?

Grundlage der Bewertung waren die Ergebnisse aus der Bedarfserfassung, die gepunkteten Rückmeldungen aus dem Ideengarten sowie die Stellungnahmen aus der Stadtverwaltung.

Engagiert in Köln!
Kölner Netzwerk Bürgerengagement

DIE 4-KOORDINATEN-METHODE – So geht’s:

- Für jede Idee wird ein Koordinatensystem angelegt.
- Jeder der oben aufgeführten vier Faktoren repräsentiert eine Achse des Koordinatensystems.
- Die entsprechende Bewertung der Idee wird auf allen vier Achsen eingetragen.
- Die markierten Punkte auf den vier Achsen des Koordinatensystems werden durch eingezeichnete Linien miteinander verbunden, sodass eine individuelle vierseitige Form entsteht.
- Je größer die eingezeichnete Fläche, desto geeigneter ist die Idee für die Umsetzung im Kontext des Projekts.



Beispiel einer Anwendung der 4-Koordinaten-Methode

Blick in die Praxis:

Unser Resultat: zehn Ideen wurden als Arbeitsgrundlage für die Aktionsgruppenbildung ausgewählt.

10 AKTIONSIDEEN:

- Angsträume entschärfen
- Verschönerung des Platz der Kulturen
- Veranstaltung auf dem Platz der Kulturen
- Blumen und Bäume pflanzen
- Runder Tisch für Sicherheit
- Aktion ‚Gemeinsam für ein sauberes Finkenberg'
- Nachbarschaftslotsen
- Respekt-Kampagne
- Plätze zum Verweilen in Gremberghoven
- Fußballplatz

Bilanz: Das war gut – das war nicht gut!

- Die 4-Koordinaten-Methode zur Vorauswahl der Ideen erwies sich als hilfreiches Werkzeug.
- Die 4-Koordinaten-Methode erfordert eine ganze Menge Fachwissen aus unterschiedlichen Gebieten: Kenntnisse der lokalen Gegebenheiten, der Motivation von Engagierten, der Bedürfnisse von engagierten Unternehmen, der Funktionsweise von Politik und Verwaltung. Sie konnte nur gelingen, weil die Projektgruppe so divers zusammengesetzt war, sodass die Mitglieder der Projektgruppe mit ihren Kenntnissen eine gute Einschätzung erzielen konnten.

08 Bildung von Aktionsgruppen

Die Unternehmen dazu holen…

„Ich bin immer wieder überrascht, welche Ideen entstehen, wenn man die Menschen vor Ort einbindet und alle an einem Strang ziehen."
Sozialraumkoordinator Jochen Schäfer, Diakonie Michaelshoven e.V.

Die Ideen der Anwohnerschaft für den Stadtteil wurden gesammelt und einer Realisierbarkeitsprüfung durch die Stadtverwaltung unterzogen. Jetzt ging es darum, Teams zur Umsetzung zu bilden. In diesem Schritt kamen die lokal ansässigen Unternehmen mit ins Spiel!

Blick in die Praxis: „Mitdenken – Mitreden – Mitmachen - Aktionsgruppen bilden!"

- Etwa drei Monate nach der Veranstaltung „Ideengarten" haben wir erneut eingeladen. Bürgerschaft und Personen aus gemeinnützigen Einrichtungen, Politik und Verwaltung sowie erstmalig auch aus Unternehmen. Das Ziel: Aktionsgruppen zur Umsetzung der Aktionsideen bilden!
- In zwei Ausschwärm-Runden informierten sich die Teilnehmenden zunächst über die zehn ausgewählten Aktionsideen und ergänzten diese um eigene Ideen und Impulse. Alle Ideen wurden auf Stellwänden präsentiert.
- Eine weitere Stellwand dokumentierte unter dem Motto „Nichts geht verloren" die vollständige, „unbearbeitete" Ideensammlung. Aspekte daraus konnten wieder aufgegriffen werden, auch vollkommen neue Aktionsideen wurden entwickelt.
- In einer dritten Runde bildeten sich um die angereicherten Ideen auf den Stellwänden die Aktionsgruppen. Gemeinsame Aktivitäten wurden dort weiterentwickelt und geplant. Ein Aktionsplanungsblatt hält fest, wer die Rolle des Team-Captains übernimmt und welche Aufgaben wann angegangen werden. Zudem tragen dort alle Mitstreitenden ihre Kontaktdaten ein. Auch ein erstes Treffen wurde vereinbart. Der Team-Captain erhält eine Kopie des Aktionsplanungsblatts (oder fotografiert es mit seinem Smartphone ab). Die Aufgabe des Team-Captains besteht in erster Linie darin, das erste Teamtreffen einzuberufen. Meist bleiben die Team-Captains aber auch darüber hinaus die Zugpferde und koordinieren die Aktion.

In den darauffolgenden Monaten starteten elf Aktionsteams ihre Projekte. Die Ideen wurden weiterentwickelt. Einzelne Aktionen wurden bereits geplant. Lediglich zu den Ideen „Angsträume entschärfen“, „Nachbarschaftslotsen“ und „Fußballplatz“ bildeten sich keine Teams. Zudem wurde ein Anliegen aus dem Ideengarten – ein Interkulturelles Café – wieder aufgegriffen sowie eine vollkommen neue Idee, ein Sportraum für Frauen, entwickelt.

Kommt wieder! So kann es gelingen...

Leider sind viele Beteiligte, die die erste Veranstaltung besucht hatten, zur zweiten nicht wiedergekommen. Das lag sicherlich auch daran, dass wir keine Kapazitäten hatten, vor der zweiten Veranstaltung aufsuchend auf Straßen und Plätzen im Stadtteil auf unser Projekt aufmerksam zu machen. Von den eingeladenen Unternehmen sind ebenfalls nur wenige der Einladung nachgekommen.

Um ein kontinuierliches Engagement der Bürgerschaft zu sichern, bieten sich Modelle nach dem Vorbild US-amerikanischer Community Involvement Projekte an. Der Grundgedanke ist, Ehrenamtliche finanziell für ihren Aufwand zu entschädigen. Auch in den Kölner Willkommensinitiativen sind die Erfahrungen mit Aufwandsentschädigungen oder Honoraren für die Koordinationsverantwortlichen der ehrenamtlich arbeitenden Gruppen durchweg positiv.

Auf unseren Ansatz bezogen, könnte diese Aufgabe eine Person mit Multiplikator*innen-Funktion übernehmen, die

- im Stadtteil vernetzt ist,
- das Projekt und seine Aktivitäten vor Ort bewirbt und
- für ihren Zeiteinsatz finanziell entlohnt wird.

Den Unternehmen, insbesondere den kleinen inhabergeführten Geschäften vor Ort, fehlen oft die personellen Ressourcen, an einer mehrstündigen Veranstaltung zur Projektentwicklung teilzunehmen. Sie bringen sich jedoch gerne mit ihrem Engagement ein, wenn Ziel und Inhalt der Aktion bereits geklärt sind. Um den Unternehmen hier entgegen zu kommen, könnten ihre Mitwirkungsmöglichkeiten separat und im individuellen Gespräch eruiert werden. Eine Vermittlung zur passenden Aktionsidee könnte dann im Anschluss an die Bürgerveranstaltung erfolgen.

Mitmachen – und weiter dranbleiben!

Bilanz: Das war gut – das war nicht gut!

- **Team-Captains:** Ein wesentlicher Erfolgsfaktor bei der Aktionsgruppenbildung ist die Ernennung von Team-Captains. Sollte es noch so viele „Interessierte“ für eine Aktion geben – solange sich niemand bereiterklärt, die Verantwortung für eine erste Koordination der Gruppe zu übernehmen, entsteht kein Team und damit auch keine Handlung. An dieser Stelle findet also eine weitere Auswahl statt. Ob eine Idee zur Umsetzung kommt, hängt am Ende immer davon ab, ob einzelne Personen Verantwortung für erste Schritte übernehmen.
- **Präsenz vor Ort:** Anwohnende sowie Unternehmen dauerhaft zu motivieren, ist zeitintensiv und mit einer Präsenz vor Ort am besten zu leisten. Zwar haben wir versucht, diese Lücke mithilfe der institutionellen Multiplikator*innen aus dem Netzwerk der Sozialraumkoordination zu überbrücken, allerdings haben diese in erster Priorität ihrer Kernaufgabe nachzugehen und können nur begrenzt Zeit für zusätzliche Projekte aufwenden.
- **Fehlende Kontaktangaben:** Interessierte haben bei den Befragungen und bei der ersten Veranstaltung in Kontaktlisten meist nur ihre Telefonnummer und keine E-Mail-Adresse angegeben. Hier hatten wir nicht die notwendigen Zeitressourcen, alle Kontakte (ggf. in mehreren Versuchen) abzutelefonieren.

AKTIONSSKIZZE

Ein interculturelles Café – Das ICU (englische Aussprache: I see you)

„Menschen, die sich eingebracht haben, haben verstanden, dass nicht alles, was man sich wünscht, gleich umsetzbar ist. Die Umsetzung scheitert manchmal an behördlichen Barrieren und hängt auch ganz stark davon ab, ob ich etwas dafür tue.“
Hubert Röser, Bürger aus Finkenberg

Miteinander sprechen und „netzwerken“ bei Kaffee, Tee und Keksen – das bietet das ICU – das interkulturelle Café in Finkenberg. Geöffnet - bis zur Zwangspause durch das Coronavirus - war das ICU jeden Donnerstag von 15.00 – 18.00 Uhr.

Zur konkreten Organisation:
- Die Räumlichkeiten wurden kostenfrei von der Kirche zur Verfügung gestellt.
- Getränke werden in der Regel durch Spenden der Gäste finanziert.
- Gäste erweitern das Angebot im Café durch Spezialitäten aus ihrer Heimat.
- Organisation und Service läuft über die Team-Captains sowie ein bis zwei Helfende.
- Aus dem Überschuss der Spendenkasse werden Snacks für Kinder gekauft.
- Ergänzt wird der Cafébetrieb ab und zu durch ein kulturelles Programm.
- Beworben wird das Café über die Kirchenzeitung, facebook und mündliche Empfehlungen.
- Geplant ist eine Verlängerung des ICU-Projektes bis Ende des Jahres. Danach wird geschaut, wie sich das Café weiterentwickelt.
- Der Interkulturelle Dienst hat dem Café bei Bedarf finanzielle Unterstützung zugesagt. Gleichzeitig hat der Interkulturelle Dienst Teilnehmende von Sprachkursen auf das Café aufmerksam gemacht.

Benefit:
Das ICU hat zu Freundschaften geführt und zu gemeinsamen Aktionen motiviert. Den Tipp, doch mal das ICU zu besuchen, bekam eine Mutter mit Wurzeln im Irak über den Sprachkurs des Interkulturellen Dienstes. Jetzt hat sie – allein über diese Verbindung - einen Platz in der OT für ihre Tochter gefunden!

Beteiligt:
Silvia Thelen, Kath. Familienzentrum St. Maximilian Kolbe
Hubert Röser, Schulpflegschaft Lise-Meitner-Gesamtschule
Katholische Kirche St. Maximilian Kolbe
Interkultureller Dienst der Stadt Köln

09 Austausch- und Beratungstreffen

So unterstützen wir vor Ort

„Projekte, die aus der Bürgerschaft heraus entwickelt wurden, wirken nach meiner langjährigen Erfahrung besonders nachhaltig.“
Dr. Ludwig Arentz, Bürgerstiftung Köln

Austausch- und Beratungstreffen über einen festgelegten Zeitraum - nach der Bildung der Aktionsgruppen - sind wichtig, um den entstandenen Teams mit Fachexpertise, Vernetzungs- und Finanzierungsmöglichkeiten bei der Umsetzung der Aktionen zur Seite zu stehen.

Blick in die Praxis:

Im Anschluss an die Aktionsgruppenbildung boten wir über das nächste halbe Jahr drei Austausch- und Beratungstreffen vor Ort an, mit dem Ziel

- der Beratung und des Austauschs zwischen den Aktionsgruppen
- der Nachvermittlung von Interessierten in passende Aktionsgruppen
- der Bildung von neuen Aktionsgruppen.

Die Treffen wurden mit fünf bis acht Personen nur spärlich besucht, aber in der Tat entstand dort eine weitere Aktionsgruppe, die sich mit der künstlerischen Gestaltung einer Fassade im Stadtteil beschäftigen möchte.

Bilanz: Das war gut – das war nicht gut!

- Für diejenigen, die teilgenommen haben, waren die Treffen eine hilfreiche Möglichkeit des Informierens und Vernetzens.
- Insgesamt wurde das Angebot aber wenig in Anspruch genommen. Auch hier benötigt es mehr Kontinuität und Präsenz vor Ort. Einladungen über den E-Mail Verteiler allein reichen nicht aus, um zum Mitmachen zu motivieren.

III Resümee: Es lohnt sich!

- **Anwohnerschaft motivieren**
- **Unternehmen aktivieren**
- **Verwaltung integrieren**

Die Vielfalt der Anwohnerschaft im Sozialraum zu aktivieren, ist nicht einfach, insbesondere in Quartieren mit Menschen, die aus vielen verschiedenen Teilen der Welt kommen. Die meisten haben wenig Erfahrung mit den Möglichkeiten der Beteiligung in Deutschland oder sind noch unsicher, ob sie das sprachlich ausdrücken können, was sie denken. Wenn diese Menschen sich auf eine öffentliche Veranstaltung „trauen“, ist es wichtig, sie zu ermutigen, dass ihre Stimme Gewicht hat und gehört wird. Es gilt, diese Menschen zu motivieren und zu unterstützen, um sie weiter am Ball zu halten.

Bei unseren Veranstaltungen haben wir durch den Einsatz von Dolmetschenden und dem Angebot von Möglichkeiten, sich nicht-sprachlich zu äußern (Malen, Kneten usw.), großen Wert darauf gelegt, die Barrieren der Verständigung möglichst niedrig zu halten. Die Methoden und Strategien, die wir genutzt haben, waren erfolgreich und sind übertragbar. Um ein dauerhaftes Interesse und Engagement der Anwohnerschaft zu erreichen, werden weitere Begleitung, mehr Präsenz vor Ort und somit deutlich mehr Ressourcen benötigt.

„Ich engagiere mich für den Stadtteil, weil es sich lohnt, sich für soziales und buntes Miteinander einzusetzen, ‚Brücken‘ für lebendigen Zusammenhalt zu bauen und niederschwellige Möglichkeiten für Beteiligung und Teilhabe zu ermöglichen.“
Sylwia Buzas, Bürgerzentrum Finkenberg

Viele Beteiligte der Anwohnerschaft und Einrichtungen, die sich an entstandenen Aktionen beteiligten, waren auch schon vor Beginn des Projektes im Stadtteil aktiv. Hier konnte unser Projekt den entscheidenden Anstoß für Aktionen geben, die schon längere Zeit in den Köpfen und Herzen schlummerten. Durch die entstandenen Aktionen sind zu den bereits Engagierten dann auch einige neue Aktive hinzugekommen, die sich in Zukunft weiterhin für ihren Stadtteil einsetzen werden. Aktionen wie das Interkulturelle Café und die Respekt-Kampagne wären ohne das „Zusammenbringen“ und „Anstoß geben“ unseres Projekts nicht entstanden.

„Ford gehört zu Köln und Ford engagiert sich für ein noch lebenswerteres Köln. Ford Beschäftigte und die Ford Stiftung unterstützen soziale, ökologische und kulturelle Projekte. Es freut mich sehr, dass wir Menschen, ihr Miteinander und damit die Veedels-Kultur personell und finanziell fördern konnten. Gute Nachbarschaft ist der Herzschlag jeden Veedels!“
Dr. Wolfgang Hennig, Ford-Werke GmbH, Community Involvement

Die Bereitschaft von Unternehmen, sich für den Sozialraum zu engagieren, haben wir positiv erlebt. Wir haben gemerkt, dass Firmen soziale Verantwortung übernehmen möchten. Die Herausforderung für uns lag vielmehr darin, passende Einsatzmöglichkeiten innerhalb der entstandenen Aktionen für einzelne Firmen zu finden.

„Dieses Projekt kann Bürgerschaft und Verwaltung näher zusammenbringen und gegenseitiges Verständnis fördern. Durch mehr Bürgernähe werden die unterschiedlichen Facetten dieses Stadtteils sichtbar. Dies wirkt sich positiv auf die Wahrnehmung der hier lebenden Menschen aus.“
Erika Wagner, Amt für Kinder, Jugend und Familie

Als erfolgreich hat sich herausgestellt, Politik und Verwaltung von vorneherein miteinzubeziehen, um zu schauen, welche Ideen unter den rechtlichen Rahmenbedingungen überhaupt machbar sind und um die Umsetzung an gegebenen Schnittstellen zu erleichtern. Für die Verwaltungsmitarbeitenden war das Projekt eine Möglichkeit, ihre „Insel“ zu verlassen und in direkten Kontakt zu den Anwohnenden zu treten. Vorbehalte auf beiden Seiten wurden abgebaut.

KONTAKT / IMPRESSUM

Herausgeber
Initiative „Unternehmen engagiert in Köln“ im Kölner Netzwerk Bürgerengagement
https://www.stadt-koeln.de/leben-in-koeln/soziales/ehrenamt-engagement/unternehmen-engagiert-in-koeln

Kontakt
Stadt Köln, Büro der Oberbürgermeisterin
Kommunalstelle FABE
Geschäftsstelle Kölner Netzwerk Bürgerengagement
Brückenstr. 5-11, 50667Köln
Ulrike Han
Telefon: 0221/221-30352
Fax: 0221/221-35850
E-Mail: Koelner.Netzwerk.BE@Stadt-Koeln.de

Redaktion
Lara Waldron
Ulrike Han

Layout, Design
www.design-union.de

Druck
Stadt Köln

Bildnachweis
Sozialraumkoordination Porz-Ost, Finkenberg, Gremberghoven und Eil
123 RF, IStockphoto

engagiert-in-koeln.de