



Werkstatt Vielfalt. Projekte für eine lebendige Nachbarschaft Praxistipps aus dem Programm

Wie gelingt es, junge Menschen aus unterschiedlichen Milieus und Lebenswelten in Kontakt miteinander zu bringen? Wie gewinnt man erfolgreich engagierte Teilnehmer/innen für ein Begegnungsprojekt? Und was ist beim Dreh eines Projektfilms zu beachten?

Welche Methoden und Ansätze bei der Durchführung eines gelungenen Begegnungsprojekts in der Nachbarschaft oder im Stadtteil weiterhelfen, zeigt der vorliegende »Werkzeugkasten«. Die Praxistipps bieten erprobte Formate und Perspektiven aus verschiedenen Projekten des Programms »Werkstatt Vielfalt«. Projektentwickler/innen finden für die Planung und Durchführung ihres Vorhabens nützliche Hinweise und Kontaktdaten zu Expert/innen.

Wir bedanken uns bei den Verantwortlichen der beteiligten Projekte für die Mitarbeit und wünschen eine interessante Lektüre!

Ihr »Werkstatt Vielfalt«-Team

Die »Werkstatt Vielfalt« ist ein Förderprogramm der Robert Bosch Stiftung durchgeführt von der Stiftung Mitarbeit.

Mehr Informationen zum Programm unter:
www.mitarbeit.de/werkstatt_vielfalt oder www.bosch-stiftung.de/vielfalt



Verschiedene Zielgruppen erreichen: Die passende Ansprache finden

Werbemittel wie z.B. Flyer bilden in Projekten oft die Basis für Öffentlichkeitsarbeit und Teilnahmeakquise. Sie bieten Informationen und weisen auf Unterstützer hin. Dabei können Inhalt und Gestaltung einen großen Einfluss auf den Wirkungsgrad haben. Eine Erfahrung, die das BildungsCenter Rhein-Main e.V. bei der Durchführung des Projektes »Hast Du schon gehört? – Integration durch Konversation« mit ihrem Flyer gemacht hat.

Die Projektidee war im Grunde einfach: Junge Frauen mit Fluchtgeschichte verbesserten beim gemeinsamen Handarbeiten mit Frauen aus Rüsselsheim ihre Sprachkenntnisse, indem Sie miteinander über aktuelle Themen aus dem öffentlichen Leben sprachen. Der zu Beginn des Projektes entworfene Flyer enthielt alle nötigen Informationen zu Projekt und Förderern. Professionelle Bilder vermittelten einen wertigen Eindruck.

wie in den Flüchtlingsheimen effektiver Werbung für das Projekt gemacht werden könnte. Dabei entstand die Idee, einen möglichst einfachen Handzettel zu erstellen, welcher zweisprachig die wichtigsten Informationen (Projektzeiten, Kontaktmöglichkeit, Hinweis auf kostenlose Teilnahme und Übernahme der Fahrtkosten) enthielt. Sogar der offizielle Name des Projektes wurde weggelassen – stattdessen wurde das Angebot einfach als »Projekt für Frauen«

hielten sie die einfachen zweisprachigen Flyer.

Zielgruppen mitdenken

Diese Erfahrung zeigt, dass es schwierig sein kann, bei der Bekanntmachung eines Angebotes mit demselben Flyer verschiedene Zielgruppen zu erreichen. Einerseits wollte man Behörden und Multiplikatoren vom Projekt überzeugen, damit diese Informationen an die Zielgruppe weitergeben können, andererseits musste

ein direkter Zugang zu den Frauen gefunden werden. Professionell gestaltete Werbemittel können dabei eine Hürde sein, da – z.B. bei Menschen aus sozial benachteiligten Milieus – der Eindruck entstehen kann, das beworbene Projekt wende sich vornehmlich an Personen mit höherer



Zielgruppen der Werbemaßnahme waren Frauen mit Migrationshintergrund, aber auch Einrichtungen und Behörden, die als Akteure und Multiplikatoren in der Integrationsarbeit aktiv sind. Entsprechend wurden die Flyer in Ämtern, Behörden, sozialen Einrichtungen und Flüchtlingsheimen verteilt.

Leider erhielt das Projekt zunächst keine große Resonanz. Offenbar waren nicht sehr viele Frauen auf die Flyer aufmerksam geworden.

Mit einfachen Mitteln zum Ziel

Nachdem das Projekt mit wenigen Teilnehmerinnen begann, machte man sich gemeinsam Gedanken,

besprochen. Eine Teilnehmerin (arabische Muttersprachlerin) schrieb per Hand eine arabische Übersetzung unter den deutschen Text. Bewusst wurden keine professionellen Fotos, sondern Bilder der Teilnehmerinnen aus dem Projekt verwendet. Man erhoffte sich dadurch, dass die Zielgruppe sich mit den abgebildeten Frauen stärker identifizieren würde.

Die »unprofessionellen« Flyer wurden in die Flüchtlingsheime gebracht und dort an die schwarzen Bretter gehängt bzw. über die zuständigen Sozialpädagogen verteilt. Am nächsten Tag kamen die ersten Interessentinnen, die sich anmelden wollten. In der Hand

Bildungsqualifikation. Die Übersetzung der Texte spielt ebenso eine große Rolle, vor allem, wenn es sich um gezielte Angebote für Migrant/innen handelt.

Daher sollte eine wirksame Öffentlichkeitsarbeit bei Bedarf mit passenden Informationsformaten für unterschiedliche Zielgruppen arbeiten – damit eine gute Projektidee auch zünden kann.

Kontakt und weitere Informationen

BildungsCenter Rhein-Main e.V.
Dr. Ruslana Süleymanova
Gutenbergstr. 2
65428 Rüsselsheim
info@bildungscenter-rm.de
www.bildungscenter-rm.de/

Kooperationspartner: Auf gute Zusammenarbeit kommt's an

Projekte auf Stadtteilebene lassen sich oft nicht ohne andere Organisationen und Einrichtungen umsetzen, die das Vorhaben als verlässliche Kooperationspartner aktiv unterstützen. Aber so vielfältig wie die Landschaft aus potenziellen Projektpartnern und die Formen der Unterstützung sein können, so unterschiedlich sind auch die Herausforderungen im Umgang mit ihnen.

Wer bei der Suche nach Kooperationspartnern auf ein Netzwerk von Akteuren zurückgreifen kann, hat es leichter. Oft bilden sich zwischen Organisationen und Einrichtungen im Laufe der Jahre »Gespanne«, die wiederholt gemeinsame Projekte durchführen. Solche eingespielten Kooperationen haben große Vorteile. Man kennt sich und weiß um die jeweiligen Möglichkeiten und Grenzen. Neue Kooperationspartner können dagegen den Zugang zu neuen Zielgruppen und Arbeitsweisen ermöglichen.

dervereins e.V. aus Nürnberg war aus diesem Grund die Kooperation mit mehr als einer lokalen Zeitungsredaktion nicht möglich. Die Konkurrenz zwischen den Redaktionshäusern war in diesem Fall zu stark. Gelingt es, solche Situationen zu antizipieren, kann ggf. eine Form der Zusammenarbeit gefunden werden, die für alle Partner praktikabel und vorteilhaft ist.

Anerkennung zeigen

Kooperationspartner unterstützen Projekte oft ganz konkret, z.B. indem sie Räume, Arbeitsmate-

riale oder Personal zur Verfügung stellen. Nicht nur gegenüber den Teilnehmer/innen oder den freiwillig Engagierten in einem Projekt ist es daher wichtig, Wertschätzung zum Ausdruck zu bringen. Auch den

Kooperationspartnern sollte man nach einer erfolgreichen Zusammenarbeit deutlich machen, dass ihre Unterstützung wertgeschätzt wird.

Projekttäger finden hierfür verschiedene Formen: Der Verein Goldstück e.V. aus Berlin erreichte am Ende des Projektes »HeimART« drei kooperierenden Einrichtungen jeweils ein Partnerzertifikat. Ein buchstäblich greifbarer Nachweis, dass die Zusammenarbeit gut funktioniert hat.

Auch ein abschließendes Abendessen ist eine schöne Geste der Wertschätzung. So lädt das Jugendzentrum Bechtolsheimer Hof in Würzburg die freiwilligen Unterstützer/innen regelmäßig zum Essen ein. So geschehen auch zum

Abschluss der »Hip Hop Workshops für unbegleitete, minderjährige Flüchtlinge«.

Zusammenarbeit mit Schulen

Schulen sind häufig Kooperationspartner in Jugendprojekten, unterliegen aber auch einigen spezifischen Rahmenbedingungen. Es kann die Kooperation erheblich erleichtern, sich die Handlungsspielräume von Schulen und die möglichen Reibungspunkte bei der Zusammenarbeit bewusst zu machen. Eine sehr genaue, transparente und ehrliche Kommunikation der zeitlichen und personellen Anforderungen einer Projektkooperation ist im Vorfeld unerlässlich. Die Umsetzung von Lehrplänen hat Priorität, die Freistellung von Schüler/innen, Lehrpersonal und Räumen für ein gemeinnütziges Projekt muss daher verlässlich vereinbart werden.

Eine klare Aufgabenverteilung kann Befürchtungen des Lehrpersonals vor einer Überlastung durch ein externes Projekt vorbeugen. Ein einführender Impulsworkshop verdeutlicht dem Kollegium das Projekt, die Ziele und die Arbeitsweise und erhöht so die Kooperationsbereitschaft. Eine Kontaktperson im Lehrerkollegium kümmert sich wiederum um Absprachen und interne Fragen der Organisation.

Kooperationen leben von verbindlicher Kommunikation und gegenseitiger Wertschätzung. Gelingt es, diese Grundsätze langfristig bei der Arbeit mit Projektpartnern im Quartier umzusetzen, eröffnen sich neue Wege der Projektgestaltung, neue Zugänge zu Themen und Zielgruppen und nicht zuletzt neue Solidaritäten im Stadtteil.



Beziehungsarbeit leisten

Eine Zusammenarbeit zwischen zwei Partnern beruht nicht nur auf einer transparenten und verlässlichen Kommunikation, sie schafft auch einen Mehrwert für beide Seiten: eine Win-win-Situation. Durch nachhaltige Beziehungsarbeit – insbesondere nach bzw. zwischen gemeinsamen Projekten – lässt das Verhältnis wachsen und belastbarer werden.

Umgekehrt ist es wichtig, die Befindlichkeiten der Kooperationspartner sowie ihr jeweiliges Umfeld zu berücksichtigen. So empfiehlt es sich, bei der Zusammenarbeit mit mehreren Partnerorganisationen oder Unternehmen auf deren Verhältnis untereinander zu achten. Im Projekt »Kiezredaktion« des Nordkurve Kulturför-

Teilnehmerakquise für Begegnungsprojekte: Auf die Engagierten setzen

Vor dem Start eines Begegnungsprojektes stellt sich meistens die Frage: Gibt es genug Menschen, die mitmachen möchten? Und wie erreiche ich diese? Dass man bei der Akquise von neuen Patinnen und Paten auch auf die Unterstützung der Freiwilligen setzen kann, die bereits für den Projektträger aktiv sind, zeigte der Bonner Verein Kultur verbindet e.V. bei seinem Lesepatenprojekt »Meine erste Bibliothek«.

Grundschul Kinder lesen regelmäßig mit einem erwachsenen Buchpaten und entdecken dabei gemeinsam die Welt der Bücher und der kulturellen Vielfalt. Mit diesem Angebot wendet sich der Verein Kultur verbindet e.V. an Bonner Grundschulen. Das Projekt richtet sich an Kinder mit Migrationshintergrund - viele aus sozial benachteiligten Familien - sowie Erwachsene aus dem bürgerlich-konservativen Milieu. Die meisten Patinnen und Paten sind im Rentenalter und hatten zuvor kaum Kontakte zu Migrantenfamilien.

Paten werben Paten

Das Projekt »Meine erste Bibliothek« hat sich an mehreren Schulen etabliert und es gibt bereits einen festen Kern von freiwillig Engagierten. Bei Treffen mit den Ehrenamtlichen regt der Verein regelmäßig an, dass die Patinnen und Paten im privaten Bekannten- und Freundeskreis über ihre Arbeit für den Verein sprechen. Der Bekanntheitsgrad des Patenprojektes wächst und Menschen erfahren von einer konkreten Möglichkeit, sich in der Nähe für Kinder zu engagieren. Zudem werden so häufig Personenkreise angesprochen, die auf anderen Wegen - etwa über Zeitungsberichte oder Freiwilligenagenturen - in der Regel nicht erreicht werden.

Wenn eine vertraute Person als Patin oder Pate freiwillig in einem Projekt aktiv ist und diese Arbeit gut macht, trauen sich Menschen aus ihrem Umfeld dies auch eher zu. Durch die Berichte der Patinnen und Paten wird die Arbeit im Projekt anschaulich und nachvollziehbar. Die persönliche Darstellung weckt bei den Zuhö-

renden positive Gefühle und baut Schwellenängste und Bedenken ab. Außerdem können direkt Fragen zu den Aufgaben und Pflichten gestellt und beantwortet werden. Neue Interessierte starten zudem mit dem Wissen, dass sie sich bei Unsicherheiten, die am Anfang eines neuen Ehrenamtes auftreten



können, nicht nur auf die Ansprechpartner/innen des Vereins verlassen können, sondern auch auf ihre persönlichen Bekannten.

Über den »Tellerrand« hinaus

Bereits aktive Patinnen und Paten öffnen dem Verein zudem Kontakte zu anderen Gruppen, in denen sie aktiv sind. Dies können andere Vereine, Interessensgruppen, Spieleclubs, Gesprächs- oder Handarbeitskreise sein. Mitunter ergibt sich die Gelegenheit, das Patenschaftsprojekt im Rahmen eines Treffens dieser Gruppe vorzustellen und neue Ehrenamtliche zu werben.

Ein ganz besonderer Brief

Als äußerst effektiv für die Werbung neuer Freiwilliger erwies sich für Kultur verbindet e.V. der Leserbrief eines langjährigen

Paten in der Lokalzeitung. Er hatte darin mit persönlichen Worten über die Lesestunden mit seinen Patenkindern berichtet. Als Reaktion auf diesen Erfahrungsbericht meldeten sich sehr viele Menschen beim Verein, die an einem Engagement als Patin bzw. Pate interessiert waren.

Kurz und knapp

- Mit persönlichen Berichten werden Menschen auf emotionaler Ebene angesprochen. Sie können sich besser in die Tätigkeit hineinversetzen und sich eher vorstellen, auch so etwas zu tun.

- Wenn positive Erlebnisse, wie erfüllende Aufgaben und Tätigkeiten, im Vordergrund stehen, dann überdecken sie Fragen zu Zeitaufwand, Kosten und Formalien.

Kontakt und weitere Informationen

Kultur verbindet e.V.
Bernkasteler Straße 21
53175 Bonn
info@kulturverbindet-bonn.de
www.kulturverbindet-bonn.de

Kommunikation auf Augenhöhe: Einladend und verständlich

Geeignete Wege für die Kommunikation zwischen Projektteilnehmenden zu finden, ist besonders bei sehr heterogenen, multikulturellen oder mehrsprachigen Gruppen eine Herausforderung. Ziel jedes Begegnungsprojektes sollte es sein, dass alle Beteiligten auf Augenhöhe interagieren und ihre Bedürfnisse und Fähigkeiten einbringen können.

Auf Augenhöhe zu kommunizieren bedeutet zunächst, verständlich miteinander zu sprechen. Dies ist bei interkulturellen und milieuübergreifenden Gruppen nicht immer einfach. Wiederholungen und einfache Sprache können hilfreich für ein besseres gegenseitiges Verständnis sein. Es gilt darüber hinaus eine offene Atmosphäre zu schaffen, in der bei Unverständnis Nachfragen gestellt werden

menden nicht das Gefühl, dass sie der Gruppe wertvolle Zeit der Gesangsproben »wegnehmen«. Auch Themen, die zuvor nur in einer Teilgruppe besprochen worden waren, konnten hier noch mal in der gesamten Gruppe eingebracht und diskutiert werden.

In der Redezeit fanden Gespräche auf Augenhöhe statt, da alle Chormitglieder im Kreis saßen. So

musste niemand vor der Probe bei der Chorleitung anmelden, dass sie oder er etwas vor der Gruppe sagen möchte. Stattdessen konnten sich alle Teilnehmer/innen spontan und entspannt einbringen.

Während der

Redezeit wurden u.a. weitere gemeinschaftliche Aktionen geplant, die vielen Chormitgliedern wichtig waren. Hierfür bildeten sich Teams und Orga-Gruppen und es entstand mehr Teilhabe und Identifikation am und mit dem Projekt.

Regelmäßige Kommunikation

Damit alle Teilnehmenden stets auf dem Laufenden sind, sollten sie sich wiederholt über die Projektziele, die getroffenen Vereinbarungen zur Vorgehensweise und die verteilten Verantwortlichkeiten verständigen. Vor allem wenn im Verlauf des Projekts neue Personen hinzukommen, ist es wichtig, diese erneut und direkt über die Rahmenbedingungen zu informieren. Es ist eine der Aufgaben der

Projektverantwortlichen, dass das gegenseitige Commitment in der Gruppe regelmäßig bekräftigt wird.

Digitale Wege

Auf Augenhöhe zu kommunizieren bedeutet auch, die Kommunikationsgewohnheiten der Beteiligten zu beachten. Soll etwa ein geeignetes Tool für die digitale Kommunikation gefunden werden, muss dies in der Gruppe geschehen.

Im Projekt »Ein Chor für alle Kölner*innen« stellte sich heraus, dass es in vielen arabischen und afrikanischen Ländern üblich ist, über eine geschlossene Facebook-Gruppe oder über WhatsApp zu kommunizieren. Dagegen werden E-Mails so gut wie gar nicht genutzt. Da einige aus diesen Regionen stammende Teilnehmer/innen darüber hinaus gar keinen E-Mail-Account besaßen, nahmen die Projektverantwortlichen davon Abstand, auf E-Mails als Hauptkommunikationsweg zu bestehen.

Messenger-Apps wie Telegram, Threema oder WhatsApp können sich für den Aufbau einer vertrauensbildenden Kommunikation jenseits persönlicher Treffen als sinnvoll erweisen. (Was es bei der Wahl und Anwendung eines Messenger-Dienstes zu beachten gilt, erläutert Praxistipp Nr. 8.)

Kontakt und weitere Informationen

Interaktion – Verein für interkulturelle Initiativen e.V.
Yinka Kehinde
Schäfererhof 1
53343 Wachtberg
vorstand@interaktion-ev.de
www.interaktion-ev.de



können. Dies erfordert seitens der Projektverantwortlichen eine kontinuierliche Anleitung und die stete Erinnerung, aufeinander Rücksicht zu nehmen.

Jetzt ist Redezeit

Beim Projekt »Ein Chor für alle Kölner*innen« des Vereins Interaktion e.V. hat es sich bewährt, eine regelmäßige »Redezeit« einzuführen. Die Redezeit fand bei jeder Probe des interkulturellen Chors stets zur gleichen Zeit für ca. 15 Minuten statt. Sie bot den Teilnehmer/innen einen Raum, um Themen anzusprechen, welche die gesamte Gruppe betreffen – ob Ideen, Kritik, Lob oder etwas anderes. Da diese Zeit immer für Gespräche reserviert war, hatten die Teilneh-

Das Projekt in Szene setzen: Licht, Kamera... und Action

Die Produktion von Videoinhalten ist aus der gemeinnützigen Projekt- und Jugendarbeit kaum mehr wegzu-denken. Neben der Dokumentation von Projektablaufen eignet sich das Medium auch im kreativen Einsatz zur Akquise von Teilnehmer/innen und zur Vermittlung von Projektinhalten – etwa in Form eines Anleitungsvideos.

Im Projekt »Tanz versessen« nutzte der Verein Tanz und Schule Augsburg e.V. erfolgreich ein Anleitungsvideo, um Teilnehmer/innen für einen Flashmob-Tanz in der Augsburger Innenstadt zu gewinnen. Das Anleitungsvideo wurde unmittelbar nach der Veröffentlichung auf YouTube mehrere hundert Male angeklickt. Die mehrsprachige und um Gebärdensprache ergänzte Anleitung, in der das Vorhaben von den beteiligten Kindern selbst erklärt wird, sprach weitere Gleichaltrige an, sich am Flashmob zu beteiligen. Sie hatten von ihren Freunden oder seitens der teilnehmenden Schulen vom Tanzprojekt und dem Video erfahren.

Die Produktion eines anschaulichen Projektvideos ist trotz moderner, erschwinglicher Kameratechnik und Smartphones ein vergleichsweise komplexes Vorhaben. Die folgenden Grundsätze haben die Projektverantwortlichen in Augsburg bei Planung und Dreh beachtet:

Technik und Personal

- Es sollte eine Kamera, ein Smartphone oder ein Tablet mit guter Aufnahmequalität zur Verfügung stehen. Sind mehrere Geräte vorhanden, kann aus mehreren Perspektiven gefilmt werden.
- Es braucht Personen, die sich um die Kamera und ggf. um die Tonaufnahme kümmern. Kamerafrau und Tonmann achten auf Beleuchtungsverhältnisse, Perspektiven und etwaige Störgeräusche (Gespräche im Hintergrund, Türknallen, vorbeifahrende Autos).
- Um eine gute Tonqualität zu gewährleisten, kann der Ton separat mit einem Audiogerät aufgenommen



© Pixabay / pexels.com

men werden. Soll ein Voice-over, also ein vom Bild unabhängiger Tonkommentar, realisiert werden, erfolgen die Sprachaufnahmen nach dem Dreh an einem ruhigen und akustisch geeigneten Ort.

- Eine Cutterin übernimmt mit einem Computer-Schnittprogramm die abschließende Aufbereitung des gedrehten Materials.
- Das Drehteam muss nicht aus Profis bestehen, jedoch empfiehlt es sich, wenigstens eine Person mit technischen Grundkenntnissen dabei zu haben, die bei Bedarf anleiten kann. Profis verlangen zwar ein Honorar, sind aber erfahren und können Dreh und Schnitt in der Regel zügig erledigen, während Engagierte, die dies nebenberuflich tun, in ihrer Freizeit ausreichend Zeit für das Projekt haben müssen.

Organisatorisches

- Es wird eine schriftliche Einverständniserklärung für die Veröffentlichung von Bild- und Filmaufnahmen von allen Beteiligten bzw. deren Erziehungsberechtigten benötigt.
- Die Verfügbarkeit der Drehorte – ob in Gebäuden oder draußen – muss geklärt werden: Sind die Orte jederzeit verfügbar? Bedarf es u.U. einer Erlaubnis oder einer Anmeldung, den Ort betreten zu dürfen? Wird an öffentlichen Plätzen und/

oder mit sehr vielen Beteiligten gedreht, bietet es sich an, eine Örtlichkeit ggf. durch Anmeldung beim Ordnungsamt zu reservieren. Damit wird verhindert, dass am Drehtag andere Veranstaltungen wie Demonstrationen, Feste oder Wochenmärkte stattfinden.

- Bei mehreren Drehterminen kann es sinnvoll sein, diese möglichst nah zusammenzulegen, um Aufwand und Kosten für Technikmiete, Personal und Transport gering zu halten.
- Wird das Video mit Musik hinterlegt, die nicht eigens dafür geschaffen wurde, muss geprüft werden, ob eine GEMA-Anmeldung nötig ist. Auch der Verbreitungsweg spielt in diesem Zusammenhang eine Rolle. Es macht rechtlich einen Unterschied, ob das Video über eine eigene Website, Youtube, Facebook, per Link, Einbettung oder jeweils separat veröffentlicht wird. Mit GEMA-Anmeldung steht in jedem Fall auch einer öffentlichen Aufführung im lokalen Kino nichts mehr im Weg.

Kontakt und weitere Informationen

Tanz und Schule Augsburg e.V.
Sonja Paffrath & Antje Papke
Gögginger Str. 59
86159 Augsburg
info@tanz-und-schule-augsburg.de
www.tanz-und-schule-augsburg.de

Kreative Öffentlichkeitsarbeit: Mit Postkarten deutliche Botschaften senden

Um Ergebnisse von Stadtteil- und Jugendprojekten in die Öffentlichkeit zu tragen, gibt es viele Möglichkeiten. Eine in der »Werkstatt Vielfalt« erprobte und nachhaltige Methode ist die Postkartenaktion. Im Projekt »Wohn(t)räume« wurden von den Teilnehmerinnen Motivkarten ausgedacht und effektiv dazu genutzt, eine wichtige politische Botschaft zu verbreiten.

Das Projekt »Wohn(t)räume« thematisierte die Wohnsituation von Migrant/-innen und richtete sich an Mädchen und junge Frauen mit Migrationshintergrund. Sie wurden ermutigt, gemeinsam zu handeln und sich gegen Missstände zur Wehr zu setzen. Die Pro-

Fotos einzuholen, war dabei nicht zu vergessen.

Layout und Druck

Für die Gestaltung der Karten nutzte die Projektgruppe die kostenlosen Layout- und Bildbearbeitungsprogramme »Scribus«

und »Gimp«.

So konnten die Projektkosten gering gehalten werden. Vereinzelt kann es bei Freeware zu technischen Kompatibilitätsproblemen kommen, die den Arbeitsprozess verzögern. Die sechs Postkartenmotive wurden jeweils in

im zentralen städtischen Verwaltungsgebäude gezeigt – einem Ort mit hohem Publikumsverkehr. Hier lagen die Postkarten während der gesamten Ausstellungszeit aus. Bei öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen anlässlich des Weltkindertags und bei einem Kultur- und Begegnungsfest wurden die Karten verteilt. Auch Stadtteilfeste, Schulveranstaltungen u.ä. eignen sich gut.

Es kann außerdem sinnvoll sein, bestimmte Gruppen oder Gremien gezielt mit den Karten aufzusuchen. Die Projektgruppe verteilte die Postkarten etwa vor Beginn der Sitzung des kommunalen Sozialausschusses an alle Politiker/innen. Den Besuch hat die Gruppe medial begleitet und Fotos von der Verteilaktion erstellt. Auch in Arbeitskreisen und Vernetzungstreffen machte der Projektträger auf die Postkarten aufmerksam, so dass diese auch über Multiplikatoren weiterverteilt werden konnten. Die Motive der Postkarten wurden weiterhin für Pressemitteilungen verwendet, um möglichst große Aufmerksamkeit zu wecken.

Der Verein nutzt die Postkarten auch nach Projektende weiter. Die Motivkarten erweisen sich dabei als langfristig wirksam, da sie auch weiterhin Gesprächsanlässe über ein wichtiges gesellschaftliches Thema bieten.

Kontakt und weitere Informationen

Frauen lernen gemeinsam

Bonn e.V.

Alexandra Avramidis

Markt 14

53111 Bonn

info@azade.de

www.azade.de

© Frauen lernen gemeinsam Bonn e.V.



jektteilnehmerinnen bearbeiteten das Thema über einige Wochen intensiv – darunter auch die negativen Aspekte und Erfahrungen wie Rassismus und Ausgrenzung auf dem Wohnungsmarkt, Gentrifizierung und Verdrängung an den Rand der Stadt, steigende Mieten oder unzumutbare Wohnzustände.

Die Gruppe sammelte Sprüche und Slogans in mehreren Sprachen, welche die Meinungen und Forderungen der Teilnehmerinnen auf den Punkt brachten. Auf große Sprechblasen geklebt, konnten diese wie Demonstrationsschilder hochgehalten werden. Anschließend machte die Gruppe an verschiedenen Orten in der Stadt Fotos von sich mit den Schildern in der Hand. Die schriftlichen Einverständniserklärungen der Eltern zur Veröffentlichung der

einer Auflage von 250 Stück über einen Online-Anbieter zum Druck gegeben.

Zeitplanung

Allein von der Produktion der Fotos bis zur Lieferung der fertigen Postkarten vergingen einige Wochen. Für eine solche Aktion muss also ein realistischer und großzügiger Zeitrahmen kalkuliert werden. Im Projekt »Wohn(t)räume« wurden rund 4 Monate benötigt, um das Thema zu besprechen, die Karten zu konzipieren, die Fotos zu machen und die Postkarten zu drucken.

Die Botschaft verbreiten

Eine Postkartenaktion entfaltet ihre ganze Wirkung erst durch die Verteilung der Karten in der Öffentlichkeit. Die »Wohn(t)räume« wurden in einer Ausstellung

Kontakte in vielfältigen Gruppen anregen: Eine Frage der Haltung und der Methoden

Die einzelnen Teilnehmenden in einem Projekt zu einer festen Projektgruppe zusammenschweißen, ist nicht immer einfach – aber auch keine Wissenschaft. Es geht darum, Spaß an der Begegnung zu vermitteln und die Neugier auf die geplanten gemeinsamen Aktivitäten zu wecken. Diese Dynamik lässt sich nutzen, um die unterschiedlichsten Lebenswelten völlig selbstverständlich in die Interaktion zu bringen.

Der Projektträger Theartic e.V. aus Emden bringt seit über 15 Jahren unterschiedlichste Menschen und gesellschaftliche Gruppen zusammen auf die Bühne – darunter Menschen mit und ohne Behinderung, mit und ohne Migrationsgeschichte, jeden Alters und aus allen sozialen Schichten. Schauspielerten zu Anfang in allen Ensembles des Vereins ausschließlich Menschen mit Behinderung, wurden daraus schnell bunt gemischte Gruppen. Den Impuls hierfür gaben die ersten öffentlichen Präsentationen vor Publikum.

Der Verein sammelte in diesen Jahren viel Erfahrung in der Zusammenführung von sehr heterogenen Projektgruppen. Die Begegnung kann dabei oft mit vergleichsweise einfachen Mitteln angeregt und begleitet werden.

Ein Kennenlernen vorbereiten

Im Projekt »Kommst du heute nicht, kommst du morgen« spielte ein 34-köpfiges Ensemble aus Kindern und Jugendlichen mit und ohne geistige, seelische oder körperliche Beeinträchtigung gemeinsam Theater. Neben Mitgliedern aus einer bestehenden inklusiven Jugendtheatergruppe war auch eine Gruppe mit Neueinsteiger/innen (überwiegend junge Flüchtlinge) dabei.

Wichtig war den projektverantwortlichen Theaterpädagog/innen schon in der Anfangsphase die lockere und ungezwungene Begegnung unter den Teilnehmenden. Beide Gruppen probten zunächst nacheinander im selben Raum. Die Probenzeiten wurden dabei bewusst so gelegt, dass es beim Wechsel bereits zu ersten

Kontakten zwischen den Theater-Erprobten und jenen kam, die noch keinerlei Theatererfahrungen hatten.

Darüber hinaus kann man viel tun, um ein Kennenlernen zwischen Gruppen, die sich nicht kennen, positiv zu unterstützen. Vor dem ersten Zusammentreffen bereiten die Projektleitenden die Gruppen nach Möglichkeit getrennt auf die anstehende Begegnung vor: Sie erzählen von den »Anderen«, wecken Neugier und machen Lust darauf, diese kennenzulernen. Die Haltung derjenigen, die diese Begegnung vorbereiten, ist dabei Voraussetzung für das Gelingen. So sollte Diversität als Gewinn, als etwas Spannendes und gleichzeitig Normales vermittelt werden. Die Projektverantwortlichen gehen dabei auf alle Fragen der jungen Teilnehmenden ein.

Man sollte sich bewusst machen, dass es bei einzelnen Teilnehmenden im Vorfeld und beim ersten Zusammentreffen der Gruppen Zurückhaltung, Skepsis und Berührungängste geben kann. Dies gilt es zu akzeptieren.

Das erste Treffen

Schon kleine Gesten und Willkommensrituale können helfen, eine einladene Atmosphäre zu schaffen:

- am Eingang jede/n Teilnehmer/in kurz persönlich begrüßen,
- Namenskärtchen o.ä. vergeben oder selbst beschriften lassen,
- ein kleines Willkommensgeschenk.

- Gemeinsam den Raum zu entdecken, hilft bei der Orientierung und bei der Gruppenfindung.
- Ein »Sprach-Wirrwarr« und unterschiedliche Gewohnheiten können bewusst aufgegriffen und für Kennenlernspiele (Namensspiele, Bewegungsspiele mit Musik) und Aktionen genutzt werden.
- Früh kleine Aufgaben an einzelne Teilnehmende zu verteilen und um Mithilfe zu bitten, fördert die Identifikation mit der Gruppe und das Verantwortungsbewusstsein.



© Theartic e.V.

- Gemeinsame Pausen, in denen auch zusammen gegessen wird, sind ebenso empfehlenswert wie Rede- und Feedbackrunden – spätestens am Ende des Treffens. Dabei sollten Teilnehmer/innen auch mal die Chance erhalten, »unter sich« (d.h. ohne Projektleitende) zu sein.
- Ein gemeinsames Abschlussspiel oder ein Abschlussfoto machen Lust auf das nächste Treffen.

Kontakt und weitere Informationen

Theartic e.V.

Ulrike Heymann

Pannewarf 18

26725 Emden

ulrike.heyman@theartic-

emden.de

www.theartic-emden.de

Kommunikation in der Projektgruppe: Messenger-Apps bewusst einsetzen

Ein »direkter Draht« innerhalb der Projektgruppe auch jenseits persönlicher Treffen ist wichtig. Nicht nur wenn es darum geht, Projekttermine oder Inhalte abzustimmen, sondern auch für eine vertrauensbildende Kommunikation. Dabei können Messenger-Apps ein hilfreiches Werkzeug sein. Wer die digitalen Kommunikationstools einsetzen möchte, sollte sich und alle Beteiligten vorab über die Nutzungsbedingungen informieren.

Die Messenger-App als Austauschforum

Im Projekt »Sprachmiteinander um Afro-Mülheim« wurde der verbreitete Messenger-Dienst »WhatsApp« eingesetzt, um Treffen zwischen den teilnehmenden Studierenden und der afrikanischen Gemeinde Mülheims zu organisieren. Im Vorfeld erfolgte der Kontakt zunächst über E-Mails und persönliche Gespräche. Am Tag der Projekttreffen selbst war es aber notwendig, spontan abstimmen zu können, wer z.B. mit welcher Bahn anreist oder sich eventuell verspätet. Der Kurznachrichtendienst bot die Möglichkeit, alle Beteiligten schnell und unkompliziert zu informieren.

Weitere Treffen der Gruppe fanden im Anschluss häufig ohne die Projektleitung statt, denn die Studierenden und die afrikanischstämmigen Jugendlichen sollten einander ungezwungen und unbeobachtet kennen lernen können. Für die Koordination dieser Treffen erstellten die Studierenden spontan eine neue WhatsApp-Gruppe, die es ihnen und den Jugendlichen ermöglichte, miteinander in Kontakt zu bleiben und sich ohne die Projektleitung auszutauschen.

Datenschutz beachten

Die Vor- und Nachteile sowie mögliche Datenschutzprobleme beim Gebrauch von Messenger-Diensten werden kontrovers diskutiert. Entsprechend sinnvoll ist es, sich über die Rahmenbedingungen der Nutzung im Vorfeld gut zu informieren und auch die Teilnehmer/innen des Projektes in die Entscheidung, welcher Messenger zum Einsatz kommen soll, einzubeziehen.

Die Vorteile

- Messenger-Apps spielen in der Kommunikation jugendlicher Peergroups eine große Rolle. So ist bei der Nutzung von Smartphones die ursprüngliche Telefonfunktion inzwischen stark hinter die Verwendung von Messenger-Apps zurückgetreten.

- Messenger-Apps ermöglichen es, alle Mitglieder einer Gruppe gleichzeitig zu erreichen. Gegenüber dem Telefonieren oder Versenden von klassischen SMS ist dies wesentlich komfortabler. Sollen Dinge abgesprochen werden, die die Gruppe als Ganzes betreffen, können außerdem alle Mitglieder gleichzeitig an der Diskussion teilnehmen.

- Es können zusätzlich zu den Textnachrichten Videos, Fotos und Sprachnachrichten verschickt werden. Die Nutzer/innen sollten gegebenenfalls über anfallende Kosten aufgeklärt werden, die beim Hochladen großer Dateien außerhalb von WLAN-Netzwerken entstehen können.

Die Nachteile

- Gruppenmitglieder, die einen Messenger-Dienst aus unterschiedlichen Gründen nicht nutzen wollen oder können, sind von der Interaktion ausgeschlossen.
- Problematischer Umgang mit Nutzerdaten: Die Server vieler Messenger-Dienste stehen in den

USA und unterliegen damit nicht den europäischen Datenschutzstandards. So kann die Weitergabe sensibler Nutzerdaten (Telefonnummern, Onlinestatus) an andere Firmen Teil der Nutzungsbedingungen sein (z.B. Nutzungsbedingungen von WhatsApp).



© Jan Persiel / flickr.com (CC-BY-SA)

- Bei Projekten im Schulumfeld ist zu beachten, dass die Bundesländer die Verwendung sozialer Medien im Unterricht unterschiedlich regeln.

Beispiele für Messenger-Apps

In der folgenden Auswahl finden sich - neben den meist genutzten Anbietern - auch Apps mit sehr hohen Datenschutzstandards; ein Vergleich ist daher vor der Nutzung ratsam: Threema, Telegram, Signal, Wire, SIMSme, Hoccer, WhatsApp, Facebook-Messenger

Kontakt und weitere Informationen

Ruhr-Universität Bochum
Englisches Seminar
Prof. Dr. Christiane Meierkord
Universitätsstraße 150
44801 Bochum
christiane.meierkord@rub.de
www.ruhr-uni-bochum.de/
engling/

Die Einbeziehung der Eltern mitdenken: Vertrauen schaffen, Begegnungen anregen

Ob bei Patenprojekten zwischen Jung und Alt, bei milieu- oder kulturübergreifenden Begegnungsprojekten oder Vorhaben mit einer inklusiven Gruppe: Sollen Kinder und minderjährige Jugendliche beteiligt werden, ist auch das Einverständnis der Eltern wichtig. In einigen Fällen bietet es sich sogar an, Erziehungsberechtigte und Familien aktiv miteinzubeziehen.

Bei der Projektarbeit mit Minderjährigen ist es unabdingbar, die Eltern über das Vorhaben zu informieren und ihre Zustimmung einzuholen. Bei ungewöhnlicheren Tätigkeiten wie einer Exkursion oder Sportangeboten kann es zudem sinnvoll sein, eine schriftliche Einverständniserklärung der Erziehungsberechtigten einzuholen. Solche Verabredungen regeln formal die Übertragung der Aufsichtspflicht.

Kenntnis führt zu Einverständnis

Eine Herausforderung bei milieu- und kulturübergreifenden Projekten kann es sein, Vorbehalte und kritische Fragen der Erziehungsberechtigten zu zerstreuen: Auf wen treffen ihre Kinder im Projekt? Was tun sie gemeinsam? Wo findet das Projekt statt? Vertrauensbildende Maßnahmen bestehen vor allem darin, Unkenntnis auszuräumen. Dies kann sich in Einzelfällen als langwieriges und schwieriges Unterfangen herausstellen.

Deshalb bietet sich an, mit einer Auftaktveranstaltungen zu starten, zu der auch die Eltern eingeladen werden. Hier können die Projektidee und weitere Rahmenbedingungen vorgestellt und Fragen vorab geklärt werden. Die Familien haben die Möglichkeit, sich gegenseitig kennen zu lernen und erste Gespräche zu führen. Außerdem haben die Projektverantwortlichen die Gelegenheit, die Räumlichkeiten zu zeigen, in denen das Projekt stattfinden soll. Sind Eltern von einer Projektidee überzeugt, können sie positiv bestärkend auf die regelmäßige Teilnahme der Kinder einwirken und auch innerfamiliäre Prioritäten werden möglicherweise anders gesetzt.

Ist eine Abschlussveranstaltung zum Projekt geplant, bietet es sich an, einige organisatorische Aufgaben an die Eltern der teilnehmenden Kinder und Jugendlichen zu vergeben. Das gemeinsame Engagement schafft Kontaktmöglichkeiten zwischen Familien aus unterschiedlichen Milieus. Hieraus können Beziehungsnetzwerke entstehen, in denen auch die neuen Freundschaften der jungen Projektteilnehmer/innen untereinander gedeihen können.

Der Verein Kultur verbindet e.V. aus Bonn hat bei seinem Lesepatenprojekt mit Grundschüler/innen und ehrenamtlichen Patinnen und Paten verschiedene Begleitveranstaltungen wie ein Starttreffen, ein Kistenfest (Kinder erhalten im Beisein der Eltern eine Kiste, um ihre gelesenen Bücher zu sammeln) und eine jährliche Abschlussveranstaltung am Schuljahresende etabliert. Mit diesen Terminen sollen die Eltern eingebunden und für das Thema Leseförderung sensibilisiert werden. Die Lesepate/innen nutzen die Gelegenheit, um mit den Eltern ihrer Patenkinder ins Gespräch zu kommen. Seitdem die Einladungen zu diesen Veranstaltungen in vielen Herkunftssprachen verschickt werden, ist die Teilnahmequote stark gestiegen.

Gemeinsame Erlebnisse schaffen

Um die Kontakte zu den Eltern zu intensivieren, bietet Kultur verbindet e.V. zudem gezielt Ausflüge wie



© HaRiHo – Die Stadtpartner

Museums- oder Theaterbesuche für Kinder, Patinnen und Eltern an. Niedrigschwelligere Begegnungsanlässe sind offene Treffen für Familien und patenschaftlich Engagierte wie gemeinsames Kaffeetrinken, Spielenachmittage oder ein Kochabend. Hiermit können auch Eltern angesprochen werden, für die eine Teilnahme an Ausflügen nicht möglich ist (z.B. wegen der Betreuung jüngerer Geschwisterkinder).

Am erfolgreichsten bei der Einbeziehung der Eltern sind die Patinnen und Paten, die sich aktiv um einen persönlichen Kontakt bemühen, z.B. durch Telefonate oder Gespräche mit den Eltern, wenn diese ihre Kinder von der Schule abholen. Der Verein unterstützt dies begleitend, indem die Ehrenamtlichen zur Kontaktaufnahme ermutigt werden sowie Tipps und Hilfestellung bei Verständigungsproblemen aufgrund fehlender Sprachkenntnisse erhalten.

Kontakt und weitere Informationen

Kultur verbindet e.V.

Bernkasteler Straße 21

53175 Bonn

info@kulturverbindet-bonn.de

www.kulturverbindet-bonn.de

Ein Projekt finanzieren: Online-Fundraising und Crowdfunding

Gemeinnützige Projekte leben nicht allein von persönlichem Engagement und viel Idealismus, sie brauchen auch Geld. Anträge bei Stiftungen und anderen fördernden Institutionen zu stellen oder lokale Sponsoren anzusprechen, sind bewährte Wege, um eine tragfähige Finanzierung für ein Vorhaben aufzubauen. Fundraising- und Spendenplattformen im Internet bieten allerdings neue Möglichkeiten, um Unterstützer/innen zu gewinnen.

Dass Online-Fundraising und Crowdfunding eine gute Ergänzung zum traditionellen Projektförderantrag sein können, hat Interaktion – Verein für interkulturelle Initiativen e.V. bei der Umsetzung des Projektes »Ein Chor für alle Kölner*innen« bewiesen. Über die Projektlaufzeit gelang es, regelmäßig zusätzliche Mittel über die vergleichsweise neuen Onlinekanäle einzuwerben. Die Beachtung einiger Grundsätze kann dabei helfen, eine eigene nachhaltige Fundraising-Strategie zu entwickeln.

Sichtbarkeit und Kontinuität

Um ein effektives Fundraising zu betreiben, ist gute Öffentlichkeitsarbeit entscheidend. Denn nur wenn das Projekt sichtbar ist, werden Menschen darauf aufmerksam und sind im Anschluss auch bereit, dafür zu spenden. Für Interaktion e.V. haben vor allem Menschen gespendet, die einen Bezug zum Verein und dem Chorprojekt hatten – dies waren Angehörige der Sänger/innen, Kölner/innen, ehemalige Klassenkamerad/innen u.a. Als Zielgruppe kommen also vor allem Personen und Netzwerke im Umkreis des Projektes in Frage.

Gleichzeitig sollte innerhalb des Projektes oder der Organisation die Bereitschaft vorhanden sein, sich mit dem Thema Fundraising näher zu beschäftigen. Crowdfunding-Aktionen müssen beaufsichtigt und betreut werden – und auch auf klassische Spendenanfragen aus der analogen Welt sollte man schnell und verbindlich reagieren können.

Ebenso wichtig ist eine gewisse Kontinuität. Wer einmal den Ein-

stieg in die diversen Onlineportale gemeistert hat, sollte am Ball bleiben. Denn diese Form der Mikrofinanzierung mag kurzfristig wenig Ertrag bringen, kann langfristig aber ein zusätzliches finanzielles Standbein zur Deckung kleinerer Finanzierungslücken sein. Außerdem kann es sich lohnen, nicht nur auf einer Plattform vertreten zu sein. Der »Chor für alle Kölner*innen« war beispielsweise parallel auf verschiedenen Online-Plattformen aktiv: Vereinswebseite, Facebook (Fanseite und Gruppen), Instagram, YouTube und betterplace.

Beispiel: betterplace.org

Die Webseite betterplace.org ist nach eigenen Angaben die größte Spendenplattform Deutschlands und bietet die Möglichkeit, Spenden für ein Projekt zu sammeln und gleichzeitig eine Beziehung mit den Unterstützer/innen aufzubauen.

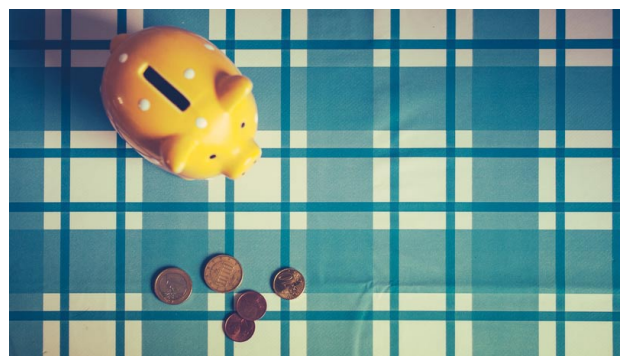
Transparenz ist dabei ein wichtiger Faktor. So kann

und sollte man regelmäßig auf dem Portal über das Projekt und seine Fortschritte berichten. Spender/innen, können einen Newsletter abonnieren und bleiben so über das Projekt und den Spendenstand auf dem Laufenden. Wenn Spender/innen verfolgen können, was mit ihrem Geld passiert, und sehen, dass es gut eingesetzt ist, spenden sie gerne wieder. Zudem gibt es auf dem Portal immer wieder kurze Aktionszeiträume, in denen jeder gespendete Euro mit

Unterstützung externer Partner verdoppelt wird. Da die Zeiträume und das Budget für diese Verdopplungsaktionen stark begrenzt sind, müssen die Fundraiser ihre Zielgruppe schnell und zeitnah zur Spende aufrufen können. Fotoaktionen, Videos und persönliche Beiträge in Sozialen Medien sind hierfür besonders wirksame Formen der Öffentlichkeitsarbeit.

Tipps

- Auf www.betterplace.org gibt es Anleitungen und Tutorials zu verschiedenen Themen des Online-Fundraisings.
- Der »Wegweiser Bürgergesellschaft« (www.buergergesellschaft.de) bietet einen kurzen Überblick zu Online-Fundraisingportalen.



- Das kostenlose »Praxishandbuch Online-Fundraising« (www.fundraising-handbuch.org) enthält detaillierte Informationen zur Online-Fundraising-Landschaft.

Kontakt und weitere Informationen

Interaktion – Verein für interkulturelle Initiativen e.V.
Yinka Kehinde
Schäfererhof 1
53343 Wachtberg
vorstand@interaktion-ev.de
www.interaktion-ev.de