

# Ausgabe Januar 2004

**Ein Informationsservice der Clearingstelle Fundraising  
im Fachbereich Grundsatz der bpb**

## Editorial

Lieber Leserinnen und Leser,

zurück aus der langen Winterpause ist der Akquisos diesmal extra lang: zwei Interviews über Strategien und Perspektiven des Fundraising sowie eine Reihe von interessanten neuen Publikationen, Terminen und Ausschreibungen. In der Rubrik Best-Practice-Beispiele haben wir für diese Ausgabe zwei spannende Projekte ausgewählt: Zum einen das Lern-Netzwerk Sachsen (Pontes), zum anderen sprachen wir mit Peter Kromminga und Silke Ramelow über den gemeinnützigen Verein BildungsCent e.V. der Herlitz PBS AG, der sich bundesweit für die nachhaltige Förderung der Lehr- und Lernkultur in Deutschland einsetzt.

Die nächste Akquisos-Ausgabe erscheint am 30. April u. a. mit aktueller Berichterstattung vom 11. Fundraisingkongress in Magdeburg.

Ich wünsche viel Spaß bei der Lektüre.

Ihre

Petra Grüne

## Inhalt

### 1. Aktuelles

- Interview mit Helmut Liebs vom Medienpfarramt der Evangelischen Kirche in Stuttgart

### 2. Tipps & Termine

- Konferenz-Ankündigung: "Zukunftsverantwortung - Wirtschaft und politische Bildung im Dialog" am 6. Mai 2004 in Berlin
- Fundraising-Kongress, 21.-23. April 2004 in Magdeburg
- Neu im Netz: Frauenstiftungen
- Neuer Online-Ratgeber für Städte und Gemeinden
- Publikation: Ratgeber Stiften
- Publikation: Frauen im deutschen Stiftungswesen

### 3. Förderungen & Ausschreibungen

- Aufruf - Gemeinsame Aktionen der Programme "Jugend", "Sokrates" und "Leonardo"
- Ankündigung: EU fördert eLearning
- Schwerpunkt "Lebenslanges Lernen"- Ausschreibung des Europäischen Sozialfonds (ESF)
- Aufruf: Europäisches Jahr der Erziehung durch Sport: 11,5 Mio. EUR für 200 Projekte
- Förderpreis "Nachhaltiger Mittelstand"
- Ankündigung: Städtepartnerschaft - Bürgerpartnerschaft. Deutsch-polnisch-tschechische Initiative zur Förderung bürgerschaftlichen Engagements

- Wettbewerb: Victor-Klemperer-Jugendwettbewerb 2004

#### 4. Projektbörse

- "Forum für gemeinschaftliches Wohnen im Alter"

#### 5. Best-practice-Beispiele

- Lern-Netzwerk Sachsen (Pontes)

- Bundesinitiative "Unternehmen: Partner der Jugend" (UPJ): Projektbeispiel: BildungsCent e.V.

### **1. Aktuelles**

Interview mit Helmut Liebs vom Medienpfarramt der Evangelischen Kirche in Stuttgart

Akquisos: Welche Faktoren führen zu einem erfolgreichen Fundraising?

Helmut Liebs: Sie fragen zu Recht nach Faktoren, denn erfolgreiches Fundraising funktioniert nicht nach Rezept mit fünf Zutaten, und dann stimmt das Ergebnis. Vielmehr ist Fundraising in erheblichem Maße Kommunikation. Die jedoch ist sehr komplex. Je mehr die Komplexität reduziert wird, um so eher entsteht Vertrauen, und Vertrauen in das beworbene Projekt ist eine Grundlage für den Erfolg. Komplexität lässt sich durch eindeutige Botschaften reduzieren: "Mit Ihrer Spende kaufen wir einen Bus für Kinder mit körperlicher Behinderung." Komplexität lässt sich durch Offenlegung von Kosten- und Finanzierungsplänen reduzieren. Komplexität lässt sich durch prominente Fürsprecher/innen reduzieren. Komplexität lässt sich durch direkte Begegnung reduzieren: Baustelleneinladung, Tag der Offenen Tür, Begegnung bei Benefizveranstaltungen. So entsteht Vertrauen. Als weitere Faktoren nenne ich nur kurz: intensive Öffentlichkeitsarbeit, permanente Impulse zu spenden via Veranstaltungen, die so beschaffen sein müssen, dass sie unterschiedliche Zielgruppen ansprechen.

Akquisos: Was ist besonders bei Fundraising für kirchliche Träger zu beachten?

Helmut Liebs: Chance und Vorteil kirchlicher Träger ist die Tatsache, dass diese für Mailings und Einladungen zu Benefizveranstaltungen auf einen meistens aktuellen Bestand von Mitgliederadressen zurückgreifen können. Das erspart das kostspielige Mieten von Adressen. Außerdem ist die Spendenbereitschaft bei Kirchenmitgliedern recht hoch. Umgekehrt prüfen diese sehr genau, ob das beworbene Projekt ihrer Vorstellung von Kirche entspricht. Dies ist insbesondere bei der Art der Kommunikation, der Veranstaltungen, der Fürsprecher, der Merchandising-Produkte zu beachten.

Akquisos: Wie beurteilen Sie die Drittmittel-Landschaft mit besonderem Blick auf diese Träger?

Helmut Liebs: Sie rangieren in der Liste der als förderwürdig akzeptierten Organisationen im vorderen Bereich und haben eine recht stabile Spenderschaft, stehen aber in erheblichem Wettbewerb mit Wohltätigkeitsorganisationen wie Rotes Kreuz, Kinderdörfern, Aktion Mensch. Und im Bereich des Sponsorings spielen sie kaum eine Rolle. Ihre Stärke können kirchliche Träger in lokalen und regionalen Bezügen ausspielen.

Akquisos: Welche Strategien empfehlen Sie, um Sponsoren langfristig zu binden?

Helmut Liebs: Wenn mit Sponsoren große und mittelständische Unternehmen gemeint sind, dann ist das A und O die permanente Beziehungspflege. Darüber hinaus müssen Unternehmen - und zwar nicht nur der Vorstand - sehen können, dass das Sponsoring dem Vorteil des Unternehmens dient. Beispielsweise, indem in

der Kletteranlage des gesponserten Jugendwerks Teamtrainings durchgeführt oder gemeinsam mit dem geförderten Bildungszentrum Fortbildungen organisiert werden können.

Akquisos: Wie kann man eine Einrichtung oder einen Träger als "Marke" etablieren? Welche Erfahrungen haben Sie bei Marketingstrategien für kirchliche Träger gemacht?

Helmut Liebs: Eine Marke wird über Jahre aufgebaut. Zum Markenaufbau muss die Einrichtung nicht nur dadurch bestechen, dass sie vielen Menschen wichtig, ja unverzichtbar, ist oder wird, weil sie nützlich ist oder wird, sondern sie muss auch emotionale Werte vermitteln wie Echtheit, Sympathie, Empathie, Qualität und Originalität.

Akquisos: Was raten Sie Trägern auf Sponsoren- und Spendensuche?

Helmut Liebs: Sie mögen im Blick haben, dass es unter den Spendern völlig unterschiedliche Gebermentalitäten gibt. Viele sind gewohnt per Überweisung zu spenden, also sollten allen Publikationen Überweisungsträger beiliegen. Andere wollen etwas erleben, wenn sie Gutes tun, also braucht es Benefizveranstaltungen. Wieder andere wollen etwas kaufen um Gutes zu tun, weshalb Merchandising-Produkte zu entwickeln und zu verkaufen sind. Und schließlich gibt es Menschen, die gerne Teil eines Projekts sind, und das werden Sie beispielsweise durch Patenschaften. Im Blick auf Sponsoren, also Unternehmen, die nach Zusage einer image- oder absatzfördernden Gegenleistung Geld geben, ist zu beachten, dass gerade die großen Unternehmen überschüttet werden mit Anfragen, weshalb vielfach sehr schnell abgeblockt wird - wenn überhaupt eine Reaktion kommt. Dennoch kann es gelingen, etwa wenn das Fundraisingprojekt und die Dienstleistung oder das Produkt des Unternehmens einen engen Bezug zueinander haben. In der Regel wird Sponsoring über persönliche Kontakte angebahnt.

## **2. Tipps & Termine**

Diesmal eine Werbung in eigener Sache: Konferenz-Ankündigung:  
"Zukunftsverantwortung - Wirtschaft und politische Bildung im Dialog" am 6. Mai 2004 in Berlin

Es gibt bislang kaum Gesprächszusammenhänge zwischen Unternehmen und Anbietern politischer Bildung, obwohl gesellschaftliche und soziale Verantwortung auch für viele Unternehmen zu einem wichtigen Thema geworden ist. Viele Unternehmen entwickeln bereits Aktivitäten z.B. zu interkulturellem Lernen, zu nachhaltiger Entwicklung oder zur Auseinandersetzung mit Rechtsextremismus. Zu Themen also, die Schnittstellen zur politischen (Erwachsenen-)Bildung aufweisen. Die Bundeszentrale für politische Bildung und die Arbeitsgemeinschaft für wirtschaftliche Verwaltung e. V. (AWV) haben daher Vertreter/innen aus Wirtschaft und politischer Bildung in einem Arbeitskreis zusammengebracht. Gemeinsam beschlossen die Mitglieder des Arbeitskreises, eine Fachkonferenz über die Bedeutung politischer Bildung im Kontext von Zukunftsverantwortung zu veranstalten. Auf der Konferenz "Zukunftsverantwortung Wirtschaft und politische Bildung im Dialog" am 6. Mai 2004 in Berlin, an der u. a. Bundestagspräsident Wolfgang Thierse mitwirken wird, wird Unternehmen und Institutionen politischer Bildung die Möglichkeit geboten, im direkten Dialog unterschiedliche Standpunkte auszutauschen und zu diskutieren sowie gemeinsame Vorstellungen heraus zu arbeiten. Im Zentrum stehen sechs Foren mit praxisorientierten Präsentationen von Best-Practice-Beispielen aus politischer Bildung und Wirtschaftsunternehmen zu gemeinsam interessierenden Themen (Ethik, Nachhaltigkeit, interkulturelles Lernen, Rechtsextremismus, Gender Mainstreaming, Bürgergesellschaft). Ein Markt der Möglichkeiten, auf dem sich Unternehmen und Träger der politischen Bildung mit ihren Projekten während der Konferenz vorstellen können, rundet das Angebot ab. Um eine frühzeitige

Registrierung für die Konferenz und den Markt der Möglichkeiten wird gebeten.  
Anmeldung und Informationen unter [www.bpb.de](http://www.bpb.de) oder [info@apex-management.de](mailto:info@apex-management.de).

Ausblick: Zum elften Mal: der Fundraising-Kongress, 21.-23. April 2004 in  
Magdeburg

Der jährliche Kongress steht ganz im Zeichen der zunehmenden Bedeutung eines bürgerschaftlichen Engagements, das sich u.a. durch freiwillige Zuwendungen an viele soziale, kulturelle, Bildungs- und Entwicklungsorganisationen auszeichnet. Ein volles Programm mit 78 Veranstaltungen und 60 Expert/innen erwartet die Teilnehmenden. Ausführliche Informationen, Programm und Anmeldung unter: [www.fundraisingkongress.de](http://www.fundraisingkongress.de)

Neu im Netz: Frauenstiftungen

Über 40 Frauenstiftungen haben sich im September 2003 auf einem ersten bundesweiten Treffen vernetzt und zu einer Arbeitsgruppe zusammengeschlossen. Gemeinsames Ziel, neben der staatlichen Gleichstellungspolitik, ist es, innovative und nachhaltige Strategien der Frauenförderung zu entwickeln. Die Angebote der verschiedenen Frauenstiftungen reichen von der Initiierung von Wohnprojekten über Beratung bei Existenzgründung, der Vergabe von Aufenthaltsstipendien für Künstlerinnen bis hin zur wissenschaftlichen Sammlung von geschlechtsspezifischen Daten. Unter [www.frauenstiftungen.de](http://www.frauenstiftungen.de) erfährt man mehr über die Arbeitsgruppe und die Stiftungen.

Neuer Online-Ratgeber für Städte und Gemeinden

In Zeiten kommunaler Finanznot sehen sich Städte und Gemeinden immer weniger in der Lage, Ressourcen für die zukunftsfähige Entwicklung ihrer Kommune einzusetzen. Die Servicestelle Kommunen in der Einen Welt hat in Kooperation mit dem Wissenschaftsladen Bonn einen übersichtlichen Ratgeber erstellt, der den Weg zu diversen Finanzierungsmodellen aufzeigt. Unter [www.service-eine-welt.de](http://www.service-eine-welt.de) ist eine Datenbank aufgeführt, die - sortiert nach Bundesländern und Förderschwerpunkten - zahlreiche private und öffentliche Förderquellen vorstellt. Darüber hinaus werden zahlreiche Beispiele gelungener Vorgehensweisen und konkrete Hinweise aufgeführt, wo und wie andere Städte und Initiativen Fördermittel für die nachhaltige Entwicklung in der Kommune eingeworben haben.

Publikation: Ratgeber Stiften

Im Verlag Bertelsmann Stiftung ist der Ratgeber Stiften erschienen. Dieser Ratgeber unterstützt Stifter/innen und ihre Berater bei der Vorbereitung einer Stiftungsgründung. In Band 1 dieser Ratgeber-Reihe werden neben den rechtlichen und steuerlichen Grundlagen auch Basiswissen zur strategischen Ausrichtung einer Stiftung vermittelt. Die Autoren zeigen die vielfältigen Möglichkeiten des Stiftungswesens und die wesentlichen Schritte der Planung und Gründung einer Stiftung auf. Informationen zur effizienten Führung und Verwaltung runden den Band ab. Ziel des Ratgebers ist es, wichtige Informationen praxisnah aufzubereiten. Die Darstellung ist daher übersichtlich gegliedert und durch Beispiele, Praxis-Hinweise und Checklisten ergänzt. Petra Meyer, Christian Meyn, Karsten Timmer: Ratgeber Stiften. Band 1: Planen-Gründen-Recht und Steuern, 2003, 106 S., Broschüre, 12 Euro, ISBN: 3-89204-725-1  
[www.bertelsmann-stiftung.de](http://www.bertelsmann-stiftung.de)

Publikation: Frauen im deutschen Stiftungswesen

Das Arbeitsheft von Helga Stödter, Marita Haibach und Rainer Sprengel untersucht die Frage, welche Stiftungen von und welche für Frauen errichtet wurden. Was für Möglichkeiten haben sie, frauenspezifische Belange zu fördern? In einem

internationalen Vergleich werden die Ansätze in Deutschland der Frauenstiftungs-Landschaft in den USA und den Niederlanden gegenüber gestellt. Außerdem bietet der Band eine kritische Analyse zum Gender-Aspekt im Stiftungswesen. Nützlich vor allem für Antragstellerinnen ist der Adressteil, in dem Informationen zu Stiftungen zusammengetragen wurden, die in besonderer Weise die Lebens- und Arbeitssituation von Frauen berücksichtigen. Erhältlich im Maecenata-Verlag, ISBN -935975-01-5, [www.maecenata-verlag.de](http://www.maecenata-verlag.de)

### **3. Förderungen & Ausschreibungen**

Aufruf - Gemeinsame Aktionen der Programme "Jugend", "Sokrates" und "Leonardo"

Die Generaldirektion Bildung und Kultur hat einen Aufruf zur Einreichung von Vorschlägen für gemeinschaftliche Aktionen von drei bekannten EU-Bildungsprogrammen gestartet. Die Verknüpfung der drei Programme "Jugend", "Sokrates" und "Leonardo da Vinci" ermöglicht eine enge Kooperation in den Bereichen Jugend, Bildung und Ausbildung und das Entstehen von Synergien. Das Hauptziel ist die Entwicklung von innovativen Ansätzen in oben genannten Bereichen und somit die Förderung von Wissen in Europa. Themenschwerpunkte sind dabei die Integration von Menschen mit Behinderung, aktives Bürgerengagement um Schulen für Schüler/innen wieder attraktiver zu machen und Schulabbrüche zu vermeiden, sowie das lebenslange Lernen. Projektvorschläge zu den Themenschwerpunkten können von Organisationen und Institutionen aus den Bereichen Bildung, Ausbildung und Jugend bis zum 12. März 2004 eingereicht werden. Die detaillierte Ausschreibung ist unter "Calls for Proposals" auf [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int), die genauen Richtlinien unter "Frequently Asked Questions" auf [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int) zu finden. Kontakt zur Generaldirektion Bildung und Kultur: European Commission, 200 rue de la Loi, B-1049 Brussels, Tel.: +32 (2) 296 200 9, Fax: +32 (2) 296 73 58, E-Mail: [youth@cec.eu.int](mailto:youth@cec.eu.int), [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)

Ankündigung: EU fördert eLearning

Der EU-Ministerrat hat das neue eLearning-Programm verabschiedet. Die Laufzeit wird zwei Jahre betragen (2004 bis 2006). Die in der Generaldirektion Bildung und Kultur für eLearning Verantwortliche, Gutiérrez Díaz, betonte, dass das Ziel des Programms sei, neue Technologien im Bildungsalltag auf allen Ebenen einzuführen. Im Mittelpunkt stehen Projekte, die die Partnerschaft zwischen Schulen voranbringen, sowie die Förderung virtueller Campi. Mehr Informationen sind unter [www.elearningeuropa.info](http://www.elearningeuropa.info) zu finden.

Schwerpunkt "Lebenslanges Lernen"- Ausschreibung des Europäischen Sozialfonds (ESF)

Der ESF unterstützt innovative Maßnahmen, die darauf abzielen, neue Ansätze zu fördern und Beispiele vorbildlicher Praktiken aufzuzeigen, die anschließend zu einer verbesserten Durchführung der vom ESF unterstützten Vorhaben und Aktionen führen können. Daher werden im Zeitraum 2004-2006 die Entwicklung und Erprobung innovativer, transnationaler Maßnahmen zur Antizipation und Bewältigung des Wandels gefördert. Der Schwerpunkt liegt auf den zwei spezifischeren Unterthemen "Bewältigung des demografischen Wandels" mit dem Ziel, innovative Initiativen zur Förderung des aktiven Alterns und zur Steigerung der Beschäftigungsquote älterer Arbeitskräfte zu unterstützen, sowie "Management der Umstrukturierung" mit dem Ziel, innovative Lösungen bei der Umstrukturierung durch Verbesserung der Anpassungs- und Antizipationsfähigkeit von Arbeitnehmern, Unternehmen und Behörden zu unterstützen. Antragsberechtigt sind auf europäischer, nationaler, regionaler oder lokaler Ebene tätige Organisationen der Sozialpartner, öffentliche und private Unternehmen, Organisationen ohne Erwerbszweck, Einrichtungen für die allgemeine und berufliche Bildung sowie öffentliche Behörden und Verwaltungen, die auf NUTS-Ebene 3 tätig sind. Die

Antragsteller müssen ihren Sitz in einem der 15 Mitgliedstaaten (EU-15) haben. Im Rahmen dieser Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen gelten drei Fristen: Frist für die Einreichung von Vorschlägen für die erste Runde ist der 18.02.2004, für die zweite Runde der 26.01.2005, für die dritte Runde der 25.01.2006. Nähere Informationen können unter [www.forum.europa.eu.int](http://www.forum.europa.eu.int) heruntergeladen oder bei der Europäischen Kommission unter der Faxnummer +32 (0) 2 296 59 89 oder E-Mail [empl-article6MC@cec.eu.int](mailto:empl-article6MC@cec.eu.int) eingeholt werden.

Aufruf: Europäisches Jahr der Erziehung durch Sport: 11,5 Mio. EUR für 200 Projekte

Mit dem "Europäisches Jahr der Erziehung durch Sport" (EJES) will die EU auf Potenzial und Bedeutung des Sports für die Erziehung aufmerksam machen und für Kooperationen zwischen Bildungseinrichtungen und Sportorganisationen sensibilisieren. Hierfür stellt die Gemeinschaft 11,5 Mio. EUR bereit, um 200 Projekte zu fördern. Die Vorbereitung und Umsetzung des EJES erfolgt in enger Kooperation zwischen der EU-Kommission und den in den Mitgliedstaaten eingerichteten Koordinierungsstellen. Der letzte Antragstermin für Projekte nach dem 30.6.2004 ist der 1. März 2004. Antragsunterlagen sind im Internet verfügbar unter [www.ejes2004.de](http://www.ejes2004.de)  
Förderpreis "Nachhaltiger Mittelstand"

Der Förderpreis "Nachhaltiger Mittelstand" ist der von der EthikBank gestiftete Nachhaltigkeitspreis. Mittelständische Unternehmen, die in ihrer täglichen Arbeit die Elemente Ökologie, Ökonomie und soziales Engagement langfristig in Einklang bringen, können mit dem Preis ausgezeichnet werden. Somit sollen Unternehmen gewürdigt und motiviert werden, die sich in besonderer Weise um eine nachhaltige Wirtschaftsweise bemühen und die damit zur Nachahmung ökologisch tragfähiger, sozial gerechter und wirtschaftlich effizienter Denk- und Handlungsweisen anregen. Die nachhaltige Entwicklung zielt nicht nur auf die Erhaltung einer intakten Umwelt, sondern ebenso sehr auf eine gedeihliche wirtschaftliche Entwicklung sowie auf die Förderung gesellschaftlicher Chancengleichheit. Der Nachhaltigkeitspreis wird jährlich ausgeschrieben. Die Vergabe erfolgt jeweils im Sommer, erstmals 2004. Der Preis steht unter der Schirmherrschaft von Professor Dr. Nikolaus Knoepffler, Leiter des Ethikzentrums Jena (Lehrstuhl für angewandte Ethik an der Friedrich-Schiller-Universität Jena), und ist mit 5 000 EUR dotiert. Ausschreibungsende ist der 31. März 2004. Nähere Information zum Preis und zur EthikBank sind unter [www.ethikbank.de](http://www.ethikbank.de) abrufbar. Kontakt: EthikBank, Frau Sylke Schröder, Martin-Luther-Straße 2, 07607 Eisenberg, Tel.: + 49 (0) 36691-58108, Fax: +49 (0) 36691-58555, E-mail: [sylke.schroeder@ethikbank.de](mailto:sylke.schroeder@ethikbank.de)  
Ankündigung: Städtepartnerschaft - Bürgerpartnerschaft. Deutsch-polnisch-tschechische Initiative zur Förderung bürgerschaftlichen Engagements

Der Förderwettbewerb für grenzüberschreitende Kooperationen von Bürgerinitiativen in deutsch-polnischen und deutsch-tschechischen Kommunalpartnerschaften soll zur Belebung und Vertiefung von Gemeinde- und Städtepartnerschaften beitragen, das Engagement lokaler Initiativen unterstützen und sie in der Zusammenarbeit mit den Behörden stärken. Die Vorhaben können sich auf verschiedene Felder beziehen, zum Beispiel Jugendarbeit, Bildung, Soziales, Gemeinwesenarbeit oder Umwelt. Sie sollten auf bürgerschaftlichem Engagement beruhen und sich lösungsorientiert mit einer gemeinsamen Aufgabe befassen. Das von der Robert Bosch Stiftung initiierte und finanzierte Programm wird in Polen von der Stefan Batory Stiftung und in Tschechien vom Informationszentrum für gemeinnützige Organisationen (ICN) ausgeschrieben und durchgeführt. Antragstellung und Förderung erfolgen jeweils über den polnischen und tschechischen Projektpartner. Die Vorhaben können und sollen in grenzüberschreitender Partnerschaft entwickelt werden. Der Einsendeschluss für Projektskizzen für das Programmjahr 2004/2005 ist der 8. März 2004. Nähere Informationen sind auf der Website der Robert-Bosch-Stiftung, Programmbereich Völkerverständigung 2 unter [www.bosch-stiftung.de](http://www.bosch-stiftung.de) abrufbar.

Wettbewerb: Victor-Klemperer-Jugendwettbewerb 2004

Initiiert vom Bündnis für Demokratie und Toleranz, der Dresdner Bank und dem ZDF findet der Victor-Klemperer-Jugendwettbewerb 2004 unter dem Motto "Kreativ für Toleranz!" statt. Bereits zum vierten Mal will der Wettbewerb Jugendliche und junge Erwachsene anregen, sich mit den Themenkreisen Demokratie und Toleranz kreativ zu beschäftigen. Einsendeschluss für Beiträge ist der 31. März 2004. Mehr Informationen gibt es beim Bündnis für Demokratie und Toleranz, Stresemannstraße 90, 10963 Berlin, Tel.: +49 (0) 30 2 36 34 08-0, Fax: +49 (0) 30 2 36 34 08-88, E-Mail: [buendnis@bfdt.de](mailto:buendnis@bfdt.de); [www.victor-klemperer-wettbewerb.de](http://www.victor-klemperer-wettbewerb.de)

#### **4. Projektbörse**

An dieser Stelle präsentieren wir diesmal ein Projekt aus dem Bereich des bürgerschaftlichen Engagements. Das "Forum für gemeinschaftliches Wohnen im Alter" (FGWA) ist ein Zusammenschluss von Vereinen und Einzelpersonen, die gemeinschaftliche, generationsübergreifende Wohnformen bekannt machen, initiieren und verwirklichen. Der Verein hat Mitglieder in allen Bundesländern und unterhält neben der Geschäftsstelle in Hannover ein Netz von regionalen Kontaktstellen. Das FWGA besteht seit 1989, zunächst als Arbeitsgemeinschaft und seit 1992 als eingetragener gemeinnütziger Verein. Die Arbeit der Geschäftsstelle und der Kontaktstellen wird von ehrenamtlichen Mitarbeitern geleistet. Hierbei stehen die Förderung der Altenhilfe, die Verbesserung der Möglichkeiten für selbstbestimmtes und gemeinschaftliches Wohnen als Alternative zu Alters- und Pflegeheimen und die Errichtung neuer gemeinschaftlicher Wohnprojekte im Vordergrund. Der Verein fördert besonders die Entstehung von Gruppen, in denen ältere und jüngere Menschen zusammenwohnen wollen und so das Verständnis zwischen den Generationen verbessern. Das FWGA sucht Menschen, die die ehrenamtliche Arbeit als aktives oder auch förderndes Mitglied in Form von Sachzuwendungen oder Geldspenden unterstützen möchten. Unter [www.fwga.de](http://www.fwga.de) kann man sich über die verschiedenen Formen der Unterstützung informieren. Kontakt-Adresse: Bundesgeschäftsstelle, c/o Gerda Helbig, Hohe Straße 9, 30449 Hannover, Tel.: +49 (0) 511/924001-827, Fax: +49 (0) 511/6044507, E-Mail: [info@fgwa.de](mailto:info@fgwa.de)

#### **5. Best practice-Beispiele**

Im Rahmen des Themenschwerpunkts "Lebenslanges Lernen" präsentieren wir an dieser Stelle wieder ein Beispiel zu einem Netzwerk der Lernenden Regionen. Diesmal stellen wir ein Projekt des Lern-Netzwerkes Sachsen vor (Pontes).

Im Anschluss daran folgt ein Interview mit Peter Kromminga von der Initiative "Unternehmen: Partner der Jugend" und Silke Ramelow, Geschäftsführerin von "Bildungscen e.V.", die ein aus unserer Sicht vorbildhaftes Projekt vorstellen.

PONTES - Lernen in und für Europa. Brücken bauen in der Euroregion Neiße Die PONTES-Region umfasst die drei unmittelbar an der Grenze zu Polen und Tschechien gelegenen Gebietskörperschaften Niederschlesischer Oberlausitzkreis, Kreisfreie Stadt Görlitz und den Landkreis Löbau-Zittau im Zentrum der Euroregion Neiße. Gegenwärtig noch in extremer Randlage befindlich, wird die PONTES-Region bereits in wenigen Jahren einen Platz im Zentrum des geeinten Europa einnehmen. Dort wird durch das Projekt PONTES seit April 2002 eine Lernende Region mit einer zukunftsorientierten Bildungslandschaft aufgebaut, die den hier lebenden Menschen vielfältige Wege für einen Prozess des Lebenslangen Lernens eröffnet. Dabei wird die EU-Osterweiterung als wesentliches Entwicklungsmoment und als Zukunftschance dieser Region begriffen, so dass von vornherein die unmittelbaren Nachbarn in Polen und Tschechien in das Vorhaben einbezogen werden. Durch die Auseinandersetzung mit der gemeinsamen Geschichte und Gegenwart wird versucht, die Identifikation der Menschen mit ihrer Region im Dreiländereck Deutschland-Polen-Tschechien zu stärken und sie auf die zukünftigen Herausforderungen im geeinten Europa

vorzubereiten. Durch das Projekt PONTES (lat.: Brücken) werden zwischen regionalen Akteur/innen im Bildungsbereich, unterschiedlichen Handlungsfeldern und Bildungsbereichen, Bildungsanbietern und Nutzer/innen Verbindungen geschaffen. Gleichzeitig wird dies mit einem "Brückenschlag" zwischen den Bildungsinfrastrukturen der drei Länder in der Euroregion Neiße und den dort lebenden Menschen zur Förderung eines gemeinsamen Prozesses des lebenslangen Lernens verknüpft. Im April 2003 startete das Vorhaben nach seiner Planung in die mehrjährige Umsetzungsphase bis zum April 2007. Weitere Details zu PONTES erhalten Sie unter folgender Adresse: Stiftung Internationales Begegnungszentrum St. Marienthal (IBZ), Regina Gellrich, St. Marienthal 10, 02899 Ostritz Tel.: +49 (0) 35823/77-252, Fax: +49 (0) 35823/77-250, [info@pontes-pontes.de](mailto:info@pontes-pontes.de); [www.pontes-pontes.de](http://www.pontes-pontes.de)

Unternehmen: Partner der Jugend

Die Bundesinitiative Unternehmen: Partner der Jugend (UPJ) ist ein Zusammenschluss von professionellen Jugend- und Beratungsprojekten aus zehn Bundesländern, der vom Bundesjugendministerium und einigen Länderministerien und regionalen Stiftungen gefördert und u. a. vom Club Of Rome und von der Bundesvereinigung der deutschen Arbeitgeberverbände unterstützt wird. Im Sinne einer Hilfe zur Selbsthilfe gibt sie Impulse und macht konkrete Vorschläge, wie Firmen und Jugendliche gemeinsam vor Ort aktiv werden können. Das Netzwerk der UPJ-Büros und Kooperationspartner in mittlerweile 10 Bundesländern hat in den letzten Jahren zahlreiche Kooperationsprojekte zwischen hauptsächlich kleinen und mittelständischen Unternehmen und Einrichtungen der Jugend- und Sozialarbeit auf lokaler und regionaler Ebene initiiert und dokumentiert. Diese Projekte, die Recherche von Kooperationsprojekten im In- und Ausland und die Kontakte von UPJ zu wichtigen Akteuren in Deutschland und Europa bilden die Basis für erprobte und übertragbare Konzepte unternehmerischen Engagements im Gemeinwesen und den Transfer von praktischen Erfahrungen.

Projektbeispiel: BildungsCent e.V. Die UPJ gab u. a. auch den Anstoß zum gemeinnützigen Verein BildungsCent e.V. der Herlitz PBS AG (Hersteller von Papier-, Büro- und Schreibwaren). Der Verein setzt sich bundesweit für die nachhaltige Förderung der Lehr- und Lernkultur in Deutschland ein. Die UPJ kürte diese Initiative bereits im vergangenen Jahr zum Projekt des Monats auf ihrer Internetseite. BildungsCent e.V. mobilisiert Partner aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft um gemeinsam notwendige Veränderungsprozesse im Bildungssystem voranzutreiben. Unter dem Motto - Jeden Tag ein Cent für die Bildung - kann jede/r mit einem Mindestbeitrag von 365 Cent pro Jahr einen Beitrag für die Zukunft von Kindern und Jugendlichen leisten. Im Mai 2003 startete das erste große Projekt - der Online-Schulwettbewerb. Hier konnten Schulen aus dem gesamten Bundesgebiet erstmals einen SchulCoach gewinnen. Inzwischen sind acht SchulCoaches bundesweit im Einsatz. Der neue Schulwettbewerb läuft bereits. Nähere Informationen unter [www.bildungscen.de](http://www.bildungscen.de)

Akquisos sprach mit Peter Kromminga, GF der Bundesinitiative "Unternehmen: Partner der Jugend" (UPJ) und Frau Silke Ramelow, GF von Bildungscen e.V.:

Akquisos: Welche Strategie wenden Sie an, um die Kooperationen für die Firmen attraktiv zu machen?

Peter Kromminga: Wir zeigen den unternehmerischen Nutzen von Kooperationen mit Organisationen im Gemeinwesen auf, an guten Beispielen und im Rahmen des von uns initiierten Corporate Citizenship - Netzes engagierter Unternehmen. Und wir können über unser Netzwerk von regionalen Mittlerorganisationen Unternehmen an ihrem Standort, aber auch bundesweit gemeinnützige Partnerorganisationen für ihr Engagement vermitteln. Attraktiv wird Corporate Citizenship besonders dann für Unternehmen, wenn wir vermitteln können, dass strategisches Corporate Citizenship



mehr ist als Spenden und Sponsoring, dass es um die spezifischen Ressourcen und Kompetenzen geht, die Unternehmen in Partnerschaft mit gesellschaftlichen Gruppen und Organisationen und mit Politik und Verwaltung in die Gestaltung des Gemeinwesens einbringen können. Personal, Dienstleistungen, Produkte, Logistik, Zeit, Know-how, Wissen, Kontakte und Einfluss sind nur einige dieser Ressourcen und Kompetenzen, die hier genannt werden können. Und es geht darum, auf intelligente Weise soziale Zwecke mit den Zielen des Unternehmens zu verbinden, soziales Engagement bewusst als Instrument der Unternehmensentwicklung einzusetzen und damit vielfältige Effekte zu erzielen. In der Personalentwicklung können durch den Einsatz von Unternehmensmitarbeitern in Corporate Citizenship - Projekten Kommunikations- und Teamfähigkeit, Zielorientierung, Eigenaktivität, Kreativität und die Sozial- und Führungskompetenz verbessert werden. Die Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung und die Identifikation mit dem Unternehmen kann erhöht und die Personalfluktuationsrate gesenkt werden. Durch ein Engagement im Bereich von Bildung und Qualifizierung kann ein Unternehmen jenseits bewährter Instrumente neue Zugänge zu Nachwuchskräften und Auszubildenden erhalten. Im Marketing und der Unternehmenskommunikation kann durch Corporate Citizenship - Projekte eine Differenzierung im Markt erzielt, das Image aufgewertet, der Bekanntheitsgrad erhöht und die Reputation verbessert werden. Corporate Citizenship kann ein Weg sein, nahe dran zu sein an gesellschaftlichen Entwicklungen, und Einblicke in Märkte und in das Verhalten von Konsumenten zu erhalten. Durch die Verbindung und Integration sozialer Zwecke in das Marketing etwa im Rahmen eines Cause Related Marketings kann die Beziehung zu den Kunden verbessert und die Kundenbindung verstärkt, es können aber auch Zugänge zu neuen Zielgruppen geöffnet werden. Und nicht zuletzt können Unternehmen mit ihrem sozialen Engagement die Standort- und Regionalentwicklung mitgestalten, das Umfeld des Unternehmens verbessern, weiche Standortfaktoren beeinflussen und einen nicht zu unterschätzenden Nebeneffekt erzielen: Sie verbessern ihre Beziehungen zu Verwaltung und Politik.

Akquisos: Wie lang ist der Weg vom Konzept bis zur Entstehung eines Projekts wie Bildungscent e. V.?

Silke Ramelow: Der BildungsCent e.V. kann schon jetzt nach einem knappen Jahr auf eine ziemlich erfolgreiche Arbeit zurückblicken. Das Programm SchulCoach ist entwickelt und läuft bereits in der zweiten Runde. Weitere Wettbewerbe und Programme, in denen das Konzept des SchulCoaches auf vielfältige Weise zum Tragen kommt, sind in Planung. Die Herlitz PBS AG als Initiator und Partner des BildungsCent e.V. nutzt bereits jetzt in 2004 das Engagement im Bildungsbereich, um darüber die Zielgruppe der Eltern und Schüler auf ganz neuem Wege anzusprechen. Und auch die Kunden nehmen das Engagement sehr positiv auf, wie wir es zuletzt auf der großen Schreibwaren- und Büroartikelmesse, der Paperworld in Frankfurt erleben konnten. Inzwischen sind wir dabei, weitere Unternehmen für die Initiative BildungsCent e.V. zu gewinnen. Im Zentrum unserer Arbeit steht die Vermittlung von berufsrelevanten Kompetenzen, wie selbständiges Arbeiten, Teamfähigkeit, Projektarbeit, eigenverantwortliches Handeln... Besonders erfreulich ist für uns, dass viele Unternehmen eine sehr hohe Bereitschaft zur Kooperation signalisieren. Und dies nicht nur wegen des grundsätzlichen Interesses an einer guten schulischen Bildung, sondern weil sie sich ihrer Verantwortung durchaus bewusst sind. Trotzdem verlangen die sich engagierenden Unternehmen auch von einem gemeinnützigen Verein effizientes Arbeiten, zeitnahe Umsetzung der Ideen und Projekte sowie konkrete positive "Ergebnisse". In unserem Fall bildet vor allem der Erfolg des SchulCoach Programms an den Schulen die qualitative Meßlatte und so wie es zur Zeit aussieht, wird der BildungsCent e. V. diesen Erfolg auch vorweisen können.

Akquisos: Mit Blick auf die kommende Konferenz "Zukunftsverantwortung- Wirtschaft und politische Bildung im Dialog" am 6. Mai in Berlin, in dessen Rahmen sich auch UPJ auf dem Markt der Möglichkeiten präsentieren wird, die zukunftsgerichtete

Frage: Welche gemeinsamen Strategien und Inhalte lassen sich aus Ihrem konkreten Projekt für zukünftige Bildungsprojekte aus Wirtschaft und politischer Bildung ableiten?

Peter Kromminga: Unternehmen und der Wirtschaft insgesamt kann es angesichts des Tempos der strukturellen Veränderungen in der Arbeitswelt nicht darum gehen, in der Bildung allein auf die Vermittlung von Wissen zu setzen, das direkt für Arbeitsprozesse zu verwerten ist. Die Anforderungen gehen eher in die Richtung umfassend gebildeter und sowohl innerhalb des Unternehmens und auch im öffentlichen Raum selbstbewusst agierender Persönlichkeiten, die kritikfähig und initiativ Entwicklungsprozesse voranbringen. Denn nur so wird Innovation möglich. Und ein Zweites: Bisher hieß es: Staat und Bildungsträger sind für die Bildung im Allgemeinen zuständig, die Unternehmen und die Wirtschaft allenfalls für die berufliche Bildung. Ein wachsendes gesellschaftliches Engagement von Unternehmen wird zur Erosion solcher überkommener Rollen und Rollenverteilungen in Fragen der allgemeinen und auch der politischen Bildung führen. Unternehmen, die sich als Corporate Citizens verstehen, die als Bürger die Gesellschaft mitgestalten, werden als selbstbewusste Akteure auftreten. In einem ersten Schritt bedarf es des Dialogs von Wirtschaft, Politik, Verwaltung und Bildungsträgern, um diesen fundamentalen Wandel zu verstehen und ihn in einem zweiten Schritt gemeinsam zu gestalten. Dazu sollten insbesondere auf der lokalen und regionalen Ebene Experimentierfelder geschaffen werden, in denen die verschiedenen Akteure ein kooperatives und abgestimmtes Handeln erproben können.

Kontakt über Bundesinitiative "Unternehmen: Partner der Jugend" (UPJ)  
c/o Verband Kinder- und Jugendarbeit Hamburg e.V.  
Amandastr. 60  
20357 Hamburg  
Tel.: +49 (0) 40 434274  
Fax: +49 (0) 40 434284  
E-Mail: [info@upj-online.de](mailto:info@upj-online.de)  
Internet: [www.upj-online.de](http://www.upj-online.de)  
Ansprechpartner: Peter Kromminga.

## **Impressum**

### **Herausgeber**

Bundeszentrale für politische Bildung  
Fachbereich Grundsatz  
Petra Grüne (V.i.S.d.P.)

### **Redaktion**

apex Kultur- und Bildungsmanagement  
Anja Ostermann & Katja Kieselstein  
E-Mails an die Redaktion: [info@apex-management.de](mailto:info@apex-management.de)

Der Akquisos-Newsletter ist unter  
[www.bpb.de/newsletter](http://www.bpb.de/newsletter) zu bestellen.