

Gemeinsam wirken

Arbeitstagung zum Erfahrungsaustausch zwischen Kommunen: „Netzwerke und sektorübergreifende Kooperationen“ in und für Kommunen Köln, 15. Mai 2012

Bericht

1	Zusammenfassender Bericht	2
2	Schwerpunkte der Diskussionen	3
3	Teilnehmerinnen und Teilnehmer	6
4	Anlagenverzeichnis	6



1 Zusammenfassender Bericht

Erstmalig in NRW: Kommuentagung zu sektorübergreifenden Netzwerken und Kooperationen

20 Teilnehmer/-innen, davon 15 Vertreter/-innen von zehn Kommunen trafen sich zum Erfahrungsaustausch. Der Austausch soll fortgesetzt werden.

Wie können Kommunen Bürgerengagement und speziell Unternehmensengagement fördern? Welche mono- und mehrsektoralen Netzwerke und Kooperationen gibt es? Was sind ihre Erfolgsfaktoren? Wo unterschieden, wo ähneln sich die Herausforderungen und Chancen von Groß-, Kleinstädten und Landkreisen?

Unter diesen Leitfragen lud 3WIN e.V. Institut für Bürgergesellschaft Vertreterinnen und Vertreter von Kommunen am 15. Mai 2012 zu einem eintägigen Erfahrungsaustausch nach Köln ein. Die Veranstaltung fand statt im Rahmen der Initiative „Gemeinsam wirken“. Diese durch das Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Sport und Kultur des Landes Nordrhein-Westfalen geförderte Initiative unterstützt den Auf- und Ausbau von sektorübergreifenden Kooperationen und Netzwerken für das Gemeinwohl.

Vordringlichste Themen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren die Schwierigkeiten, verwaltungsmäßig und ressourcenübergreifend das Thema „Bürgerschaftliches Engagement“ zu etablieren; die fehlenden kommunalen Mittel; die hohe Bedeutung von unabhängigen Mittlerstrukturen und der Bedarf nach einer Wirkungsmessung von bürgerschaftlichem Engagement.

Im Vergleich der vertretenen Kommunen und Landkreise zeigte sich, dass es nicht den einen Weg gibt zur erfolgreichen Anregung und Förderung von Bürgerengagement. Insbesondere die Landkreise haben aufgrund der regionalen Ausbreitung mit unabhängigen Verwaltungsstrukturen spezielle Herausforderungen. Voraussetzung in allen Kommunen war aber das Wirken einer treibenden Kraft, die Engagement immer wieder auf die Tagesordnung setzt, Netzwerke erschließt und Mitstreiter gewinnt. Wichtige Merkmale dieser Person: Geduld, Anerkennung schon bestehender Strukturen und Aufmerksamkeit bezüglich der langfristigen Auswirkungen von einzelnen Fördermaßnahmen.

Immer wieder wurde in der Diskussion betont, dass Bürgerengagement höchst unterschiedlich definiert wird. Je nach Blickwinkel steht das emotional anrührende und medial gerne zitierte soziale Engagement im Vordergrund oder der mündige Bürger, der durch sein Engagement aktiv die Gemeinschaft mitgestaltet. Abhängig davon ist oft auch der kommunale Blick. Hier geht die Spannweite von Stelleneinsparung über Schönwetterengagement bis zum Verständnis der langfristigen Investition ins Gemeinwesen. Vor diesem Hintergrund ist in der Verwaltung und Kommunalpolitik eine Veränderung der Perspektive und eine engagementförderliche Haltung erforderlich, die z.B. durch verpflichtende Fortbildungen zum Thema Bürgerengagement für kommunale Führungskräfte erreicht werden könnte.

Wir danken dem Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen für die Förderung und dem Generali Zukunftsfonds für die kostenfreie Bereitstellung der Veranstaltungsräume und der Teilnehmergebung. Dies und die Eigenleistungen von 3WIN e.V. haben die Durchführung dieser Tagung ermöglicht.

Schon zu Beginn begrüßten einzelne Teilnehmer die gebotene Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch. Und schließlich wurde der Wunsch geäußert, den hiermit begonnenen praxisorientierten Austausch fortzusetzen – etwa in Runden nur mit großen Großstädten oder nur mit Landkreisen.

3WIN wie auch das Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes NRW haben ihrerseits die grundsätzliche Bereitschaft bekundet, zu einer Fortsetzung des Dialogs in geeigneter Weise beizutragen.

2 Schwerpunkte der Diskussionen

„Dicke Bretter bohren und Mitstreiter finden“

Implementierung der Förderung und Anerkennung von bürgerschaftlichem Engagement in einer Kommune

Im Austausch wurde deutlich, wie unterschiedlich die ersten Schritte zur Implementierung ablaufen können: In einer Kommune erklärt der Oberbürgermeister aus persönlicher Überzeugung bürgerschaftliches Engagement zu einem der vorrangigen Themen, zieht den Rat mit, unter Bürgerbeteiligung werden Konzepte zur Engagementförderung beschlossen und ihre Maßnahmen als reguläre Titel in den Haushalt eingestellt.

In einer anderen Kommune wurde unter skeptischer Beobachtung von Rat und in dem Feld tätigen Wohlfahrtsorganisationen eine Stabsstelle zur Engagementförderung eingerichtet, ein Budget gab es erst nach zwei Jahren Laufzeit, als sich der Erfolg der Stabsstelle herausstellte. Auch die Landkreise zeichnen sich durch Vielfalt aus: Einzelne Gemeinden sind sehr engagiert, andere haben das Thema Engagementförderung noch nicht auf der Tagesordnung stehen.

Empfohlen wird, sich mit dem Thema Bürgerengagement auch unabhängig von einem Budget zu beschäftigen. Alle Teilnehmer sind sich aber einig, dass Engagement nicht zum Nulltarif erhältlich ist, Infrastruktur und Anerkennungskultur benötigt finanzielle und personelle Ressourcen. Zudem werden alleine mit der Thematisierung des Bürgerengagements Erwartungen geschürt, die nicht ignoriert werden können.

Zeitgleich zeigt sich bei allen „fortgeschrittenen“ Kommunen, dass sich über Engagementnetzwerke immer wieder neue Wege der Engagementförderung ergeben. Ein Weg sind neue sektorübergreifende gesellschaftliche Partnerschaften oder auch verwaltungsinterne bereichsübergreifende Kooperationen. So sind z.B. Engagementprojekte von und für Ältere im Fachbereich Senioren unter kommunalen Pflichtaufgaben leichter zu realisieren als unter dem Titel Bürgerengagement.

Unabhängig vom Budget und prominenten Mitstreitern müssen die Fachkräfte der unterschiedlichen Fachbereiche einer Kommune gewonnen werden. Dieser Weg wird von den meisten Teilnehmenden als sehr mühsam beschrieben. Da Bürgerengagement sich als Querschnittsaufgabe durch alle Ressourts zieht, gibt es gerade am Anfang an vielen Stellen Tendenzen zur Abgrenzung und Besitzstandswahrung.

Spenden und Engagement willkommen!

Die Initiative „Gemeinsam wirken“ wird nur in der Anfangsphase vom Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes NRW gefördert. Wir wollen sie jedoch auf jeden Fall längerfristig fortsetzen. Hierbei können Sie uns helfen: mit Ihrer Geldspende oder durch ehrenamtliche Mitwirkung – also Ihrer Zeit- und Kompetenzspende.

Unser Spendenkonto:

Bank für Sozialwirtschaft (BLZ 370 205 00) Konto 1109800

3WIN e.V. ist gemeinnützig und wird Ihnen jeweils zeitnah eine steuerabzugsfähige Spendenbescheinigung zusenden.

„Nicht alles, was man zählen kann, zählt auch und nicht alles, was zählt, kann man zählen“ Albert Einstein

Wie kann man die positiven Folgen von Bürgerengagement messen, um belast- und im besten Fall messbare Argumente gegenüber Verwaltung und Politik vorweisen zu können?

Gerade bei der Implementierung von Engagementförderung innerhalb und außerhalb der Verwaltung muss Überzeugungsarbeit geleistet werden. Einig waren sich alle Beteiligten, dass ihnen der nicht messbare soziale Return on invest von Bürgerengagementförderung die Argumentation erschwere. Bürgerengagement und -beteiligung sind positiv für das Image einer Stadt, sie gibt durch den jeweiligen Grad des bürgerschaftlichen Engagements ein politisches Statement ab. Allerdings ist der Mehrwert von Engagement schwer quantifizierbar. Unterschiedliche Modelle wie z.B. die finanzielle Bewertung von Engagementstunden durch den Vergleich mit einem Durchschnittshonorar für eine vergleichbare Arbeit in der Wirtschaft oder die Auflistung von Vermittlungszahlen zeigen nicht den nachhaltigen Effekt des Engagements auf.

Ebenso ist es schwierig, nach einer Weile erfolgreichen und jetzt eigenständigen Engagementprojekten die ursprüngliche Initialleistung etwa aus einem bestimmten Teil der Kommunalverwaltung zuzuordnen und damit die längerfristige Wirkung einer solchen Investition zu belegen. Eine faire Bewertung und öffentliche Dokumentation der Ursprungsleistungen gehen so z.B. in der verwaltungsinternen Konkurrenz um Budgets unter.

„Engagement kann nicht verwaltet, es muss gelebt werden.“

Die Förderung von Bürgerengagement und Bürgerbeteiligung als politisches Statement und persönliche Haltung

Immer wieder wurde betont, dass eine positive Haltung zum Bürgerengagement der Vertreter/-innen aus Politik, Kommune und Gesellschaft Voraussetzung für eine erfolgreiche Weiterentwicklung von Bürgerengagement ist. Als hilfreich wurden folgende Maßnahmen gesehen, mit denen die Bedeutung bürgerschaftlichen Engagements nahe gebracht werden kann: Verpflichtende Fortbildungseinheiten in der Ausbildung von Nachwuchsführungskräften, die Integration von Bürgerengagement als Querschnittsthema in alle Qualifizierungen oder eine Vermittlung, wie und wo Bürgerengagement etwa in den Bereichen Kultur, Altenhilfe etc. deren Qualität erst möglich macht.

Um Bürgerengagement und -beteiligung möglich zu machen, sind bestimmte Kompetenzen gefragt. Ein Teilnehmer beschrieb es so: „Stadtplaner müssen Bürgerkompetenz mitbringen und nicht, wie oft gefordert, die Bürgerinnen und Bürger Stadtplanungskompetenz.“ Besonders wichtig und gleichzeitig schwierig sei dies, wenn neben den aktiven und etablierten ‚Berufsbürgern‘ Menschen am gesellschaftlichen Rand angesprochen und für eine Mitwirkung gewonnen werden sollen.

Wenn ein Prozess der Bürgerbeteiligung von der Kommune angestoßen wird, muss er mit all seinen Konsequenzen gewollt und unterstützt werden. Kritisch betrachtet wurden die „Bürgerbeteiligungssimulation“ und der „Bürgerbeteiligungsdefibrillator“, also der kurzfristige Einsatz von Bürgerbeteiligung ohne das Vorhalten nachhaltiger Strukturen.

„Anregen, moderieren, steuern“

Welche Rollen spielen Kommunen bei der Förderung von Bürgerengagement? Welche Bedeutung haben Mittlerorganisationen?

Die Rolle der Kommune sahen die Teilnehmenden auf jeden Fall in der Anregung zum Engagement und in der Moderation der Vernetzung. Eine Kommune betonte, dass sie entsprechend der Ausführungen der Enquetekommission des deutschen Bundestages auch die steuernde Aufgabe, eine Infrastruktur zur Förderung des ehrenamtlichen, bürgerschaftlichen Engagements zu schaffen, übernommen haben. Dazu gehört die Finanzierung eines Freiwilligenzentrums, die Schaffung eines Beirates zur Förderung des Bürgerschaftlichen Engagements, die Organisation einer Freiwilligenbörse, die Durchführung des Marktplatzes für Privatunternehmen und gemeinnützigen Organisationen sowie eine breite Öffentlichkeitsarbeit und Anerkennungskultur

Ausführlich wurde über Mittlerorganisationen wie Freiwilligenagenturen, -zentren oder -börsen gesprochen. Diese wurden als wichtiges Instrument zur Engagementförderung angesehen und sollten möglichst unabhängig sein, um in alle Engagementbereiche zu vermitteln und das gesamte Feld der gemeinnützigen Organisationen zu bedienen.

Als unabdingbar wurde die Hauptamtlichkeit für den Aufbau einer nachhaltigen Vermittlungsstruktur angesehen.

„Umwege und Umdenken erleichtern den Weg“

Welche Erfahrungen und Tipps liegen vor, um das gemeinnützige Engagement von Unternehmen anzuregen?

Um Vertreter/-innen aus der Wirtschaft für gemeinnütziges Engagement zu gewinnen sind persönliche Kontakte, formelle und informelle Gespräche und eine gute Vernetzung mit Multiplikatoren, die den Zugang zur Wirtschaft erleichtern, entscheidend. Eine persönliche Einladung durch den Oberbürgermeister in das Rathaus motiviert auch jene Unternehmensvertreter zur Teilnahme an Veranstaltungen zum gesellschaftlichen Engagement, die (zunächst) nichts mit diesem Anliegen anfangen können.

Ebenso wurde beobachtet, dass bei Unternehmerfrühstücken der Gastgeber ausschlaggebend für die Rückmeldung der Eingeladenen ist. Findet es in einer inhabergeführten Bäckerei statt, sind viele kleinere Handwerksbetriebe vertreten. Lädt ein international agierendes Großunternehmen ein, kommen Vertreter/-innen aus CSR- und Marketingabteilungen entsprechender Unternehmen.

Eine Kommune gewann pensionierte Handwerker und Führungskräfte aus der Wirtschaft als Multiplikator/-innen. Diese verfügen aus ihrem Berufsleben über weitreichende Netzwerke, die sie für das Thema gewinnen konnten. Zudem lässt sich die hohe zeitliche Flexibilität des Engagements gut mit ihren anderen Beschäftigungen verbinden.

Erleichternd für die Ansprache von Unternehmen sind konkrete Projekte, bei denen die Unternehmen ihre spezifischen Kompetenzen einbringen können. Der Wunsch, etwas Gutes zu tun, ist für Viele die treibende Kraft, sie wollen keine Auseinandersetzung mit langen Konzepten sondern sinnvolle Projekte.

Ebenso wie bei der verwaltungsinternen Implementierung des Themas Bürgerengagement wird auch hier Ausdauer gefordert. Es wird empfohlen, sich mit vielen kleinen Aktionen ein Multiplikatorennetzwerk aufzubauen und darüber weitere Aktionen zu realisieren. An verschiedenen Beispielen wurde dargestellt, wie so aus anfangs belächelten oder misstrauisch beobachteten Aktionen tragfähige und auch für die anfänglichen Kritiker beispielhafte Modelle wurden.

Eine besondere Herausforderung besteht in der Gewinnung von „Denkern und Entwicklern“, also Vertreter/-innen von Unternehmen, die sich mit dem Thema Bürgerengagement auf der Metaebene – also mit der Perspektive der Feldentwicklung – beschäftigen. In der Kooperation mit diesen treibenden Kräften muss sich die Verwaltung auf Veränderungen einstellen. Diese Engagierten wollen mitbestimmen und empfinden verwaltungsinterne Abläufe oft als ausbremsend. In mehreren Beispielen wurde der Wunsch vieler Unternehmen betont, ihr Engagement selber zu gestalten und sich für die gesellschaftliche Herausforderungen zu engagieren, die sie und nicht die Kommune identifizieren. Insbesondere bei großen Unternehmen wird dies festgestellt. KMU benötigen nach Einschätzung der Teilnehmer eher einen Anstoß und wünschen sich Projekte, die gut koordiniert sind und ohne viel Aufwand zu realisieren sind.

Mehrere Teilnehmende berichteten, dass engagierte Unternehmer eine Veröffentlichung ihrer Engagements ablehnen, da sie zu viele zusätzliche Anfragen aus dem Gemeinwesen befürchten, denen sie dann nicht nachkommen können. Angedacht wurde als Lösung, dass die Kommunen nichtöffentliche Veranstaltungen für Unternehmen anbieten.

Absprachen:

Eine Unterarbeitsgruppe, in der die Großstädte vertreten waren, stellte übereinstimmend fest, dass sie einen Austausch zur Wirkungsmessung von bürgerschaftlichem Engagement wünschen. Gemeinsam sollen Argumente gesammelt werden, an denen der Mehrwert von Engagement nach außen dargestellt werden kann. Weitere Themen sind Förderstrategien und -instrumente sowie Organisations- und Kooperationsstrukturen.

Aus der Unterarbeitsgruppe kleinere /mittlere Kommunen und Kreise kam in Anschluss an die Tagung der Vorschlag, eine NRW-weite Zusammenstellung von kommunalen Anlaufstellen zur Förderung des bürgerschaftlichen Engagements zu erstellen. Daraus könnte sich ein selbstgesteuerter, ggf. regionaler Erfahrungsaustausch bilden.

3 Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Kommunen: Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin (Ilonka Krause, Jens Meißner) | Kreisstadt Bergheim (Christiane Radecki) | Landeshauptstadt Hannover (Dr. Werner Heye) | Rhein-Erft-Kreis (Angelika Vosen), Stadt Ennepetal (Adriane Dulk, Sabine Hofmann, Dieter Kaltenbach) | Stadt Essen (Gabi Micklinghoff) | Stadt Köln (Ulrike Han, Susanne Kunert) | Stadt Mönchengladbach (Sabine Kolsdorf) | Stadt Rheine (Siegmar Schridde) | Stadt Solingen (Ariane Bischoff) | WFMG-Wirtschaftsförderung Mönchengladbach GmbH (Martin Platzer)

Förderer: Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur & Sport NRW (Andrea Hankeln, Catrin Boss)

Veranstalter: 3WIN e.V. Institut für Bürgergesellschaft (Gabi Klein, Dieter Schöffmann)

Weitere: Forschungsinstitut Geragogik (Annette Mörchen)

Tagungsleitung: Dieter Schöffmann, 3WIN e.V.

4 Anlagenverzeichnis

□ Präsentationen der Städte Köln und Rheine



01. Januar 2001

Einrichtung der Kommunalstelle zur **F**örderung und **A**nerkennung **B**ürgerschaftlichen **E**ngagements (FABE) im Amt des Oberbürgermeisters



Schwerpunktthemen von FABE:

- Möglichkeiten des Engagements aufzeigen
- Auslobung des Ehrenamtspreises „KölnEngagiert“
- Ausrichtung des Kölner Ehrenamtstages
- Förderung von Corporate Volunteering (gemeinnütziges Unternehmensengagement)
- Geschäftsführung des Kölner Netzwerks
Bürgerengagement

Möglichkeiten des Engagements aufzeigen

- Viele engagementinteressierte Kölnerinnen und Kölner melden sich bei FABE (kostenlose Hotline)
- FABE bietet eine Vielzahl von Engagementmöglichkeiten
 - Liste der städtische Einsatzmöglichkeiten
 - Broschüre „Köln engagiert sich“
 - Flyer des Kölner Arbeitskreises Bürgerengagement (KABE)
- FABE berät engagementinteressierte Menschen nicht selbst. Beratung erfolgt durch den Kölner Arbeitskreis Bürgerengagement (KABE)



Der Kölner Ehrenamtspreis
„KölnEngagiert 2012“

Teilnahmeschluss 30. März 2012
Infos unter www.stadt-koeln.de/ehrenamt
Telefon 0221 / 221 - 2 31 90

Kölner Ehrenamtspreis
„KölnEngagiert 2012“
Preisgeld 8.000 €

Ehrenamtspatin 2012 ist die
Schauspielerin und Kabarettistin
Annette Frier



Schulpreis: „Eine Frage der Ehre“

Folie 5

Kölner Ehrenamtstag am 02.09.2012 auf dem Heumarkt und Altermarkt



Folie 6

Corporate Volunteering

hat bei der Stadt Köln einen eigenen Namen:

StadtAktiv

Städtische Mitarbeitende engagieren sich seit 2003 ehrenamtlich.

Eintätige Freistellung vom Dienst nach § 33 der Freistellungs- und Urlaubsverordnung NRW (FrUrlV NRW) in Verbindung mit § 29 Abs. 3 TVöD.

StadtAktiv: Projektbeispiele

Renovierung der
Jugendkunstschule



Ausflug mit Bewohnern des
Herz-Jesu-Altenpflegeheims



Spielplatzfest
Rathenauplatz



Sozialpraktikum für Auszubildende

- Auszubildende engagieren sich freiwillig während ihrer Arbeitszeit in einer sozialen Einrichtung und lernen soziale Arbeit hautnah und auf Zeit kennen (einwöchiger Einsatz).



Pressekonferenz in der Obdachlosenstation „GULLIVER“

Folie 9

Ehrenamt im Ruhestand

- Initiative der Stadt die ehemaligen Mitarbeiter/innen für ein Ehrenamt in der nachberuflichen Phase zu gewinnen.
- Seit 2006 erhalten alle ausscheidende Mitarbeiter/innen einen persönlichen Brief des Oberbürgermeisters.
- Regelmäßige Infoveranstaltungen im Rathaus mit konkreten Engagemtbeispielen.



Folie 10



Kölner Netzwerk Bürgerengagement

Start durch:

Ratsbeschluss

am

07. Oktober 2003





„Kölner Konzept zur Förderung Bürgerschaftlichen Engagements“

Entwicklung von 44 Handlungsempfehlungen
zur Verbesserung der Rahmenbedingungen
für das Bürgerengagement



Das Kölner Netzwerk Bürgerengagement ist
ein Zusammenschluss von Vertreterinnen und
Vertretern aus:

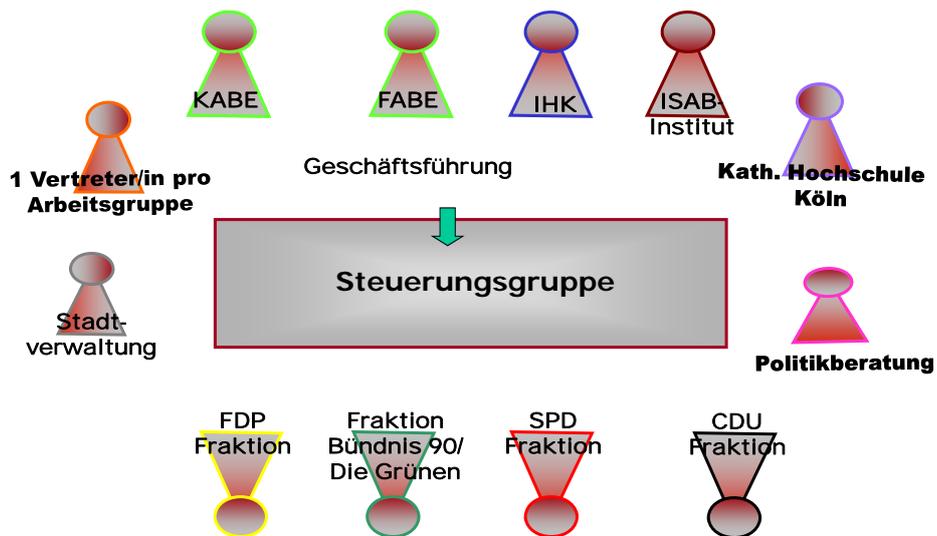
- Politik
- Verwaltung
- Wirtschaft
- gemeinwohlorientierten Einrichtungen und
- aktiven Bürgerinnen und Bürgern.





Kölner Netzwerk Bürgerengagement Selbstverständnis

- Alle Beteiligten arbeiten gemeinsam an dem übergeordneten Ziel der Förderung des bürgerschaftlichen Engagements in Köln, um einen Gewinn sowohl für alle Beteiligten als auch für das Gemeinwesen zu erreichen.
- Das Kölner Netzwerk Bürgerengagement sieht sich als Impulsgeber für die Förderung des bürgerschaftlichen Engagements in all seinen Formen und allen gesellschaftlichen Bereichen in Köln.





Arbeitsgruppen

„abgeschlossene“ Arbeitsgruppen

- Internetportal
- Fortbildungen
- Bürgerbeteiligung
- Erwerbslosigkeit
- Sozialraum
- Leitlinien
- Bildung und Schule
- Unternehmensengagement

„laufende“ Arbeitsgruppen

- Patenschaften im Bildungsbereich
- Migration
- Sport
- Demografischer Wandel (ab 9/2012)



Netzwerk-Geschäftsführung bei FABE

- direkter Zugang zu politischen Gremien
- Beschlüsse werden in Verwaltung getragen





Kölner Netzwerk Bürgerengagement

offenes System mit verbindlichem Charakter
und
konstruktiven Möglichkeiten



Wer mitmacht gewinnt:

- Erfahrungs- und Informationsaustausch
- Erweiterung der Kontakte
- Kooperation
- Vertrauensbildung
- Gemeinsame Ziele
- Erweiterung der Handlungsoptionen
- Steigerung des Sozialkapitals
- Verbesserung von Know-how u. Kompetenzen

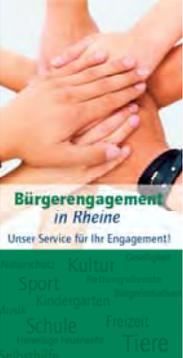




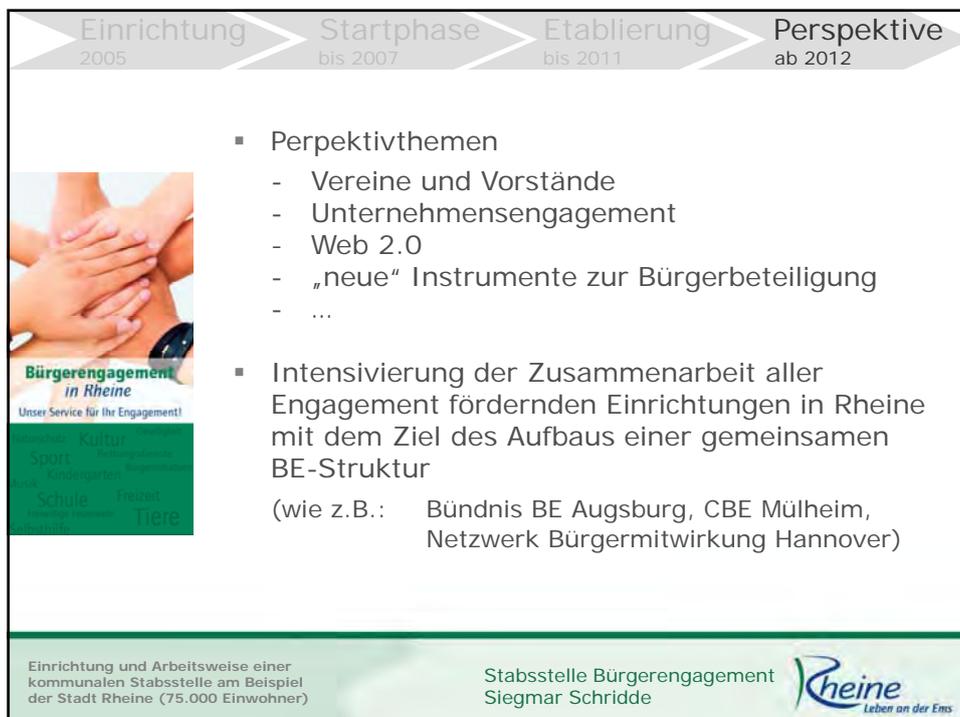
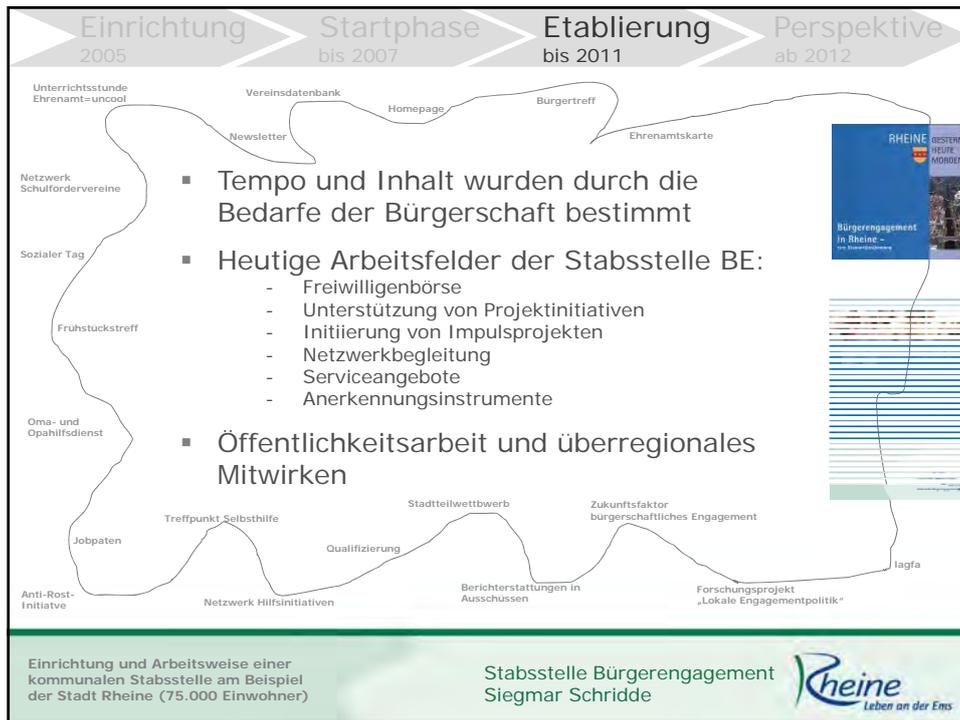
Weitere Informationen zum
Kölner Netzwerk Bürgerengagement
finden Sie auf der Internetseite

www.engagiert-in-koeln.de



Einrichtung 2005	Startphase bis 2007	Etablierung bis 2011	Perspektive ab 2012
 <ul style="list-style-type: none"> ▪ (Internes) Stellenbesetzungsverfahren mit Ideenwettbewerb unter Beteiligung einer externen Jury ▪ Eine Vollzeitstelle aufgeteilt auf zwei Mitarbeiter ▪ Kein politischer Beschluss ▪ Innerhalb der ersten 2 Jahre kein Budget (Akquirierung von Sponsoren; danach Budget von 5.000€) ▪ <u>Definiertes Ziel nach der Stellenbesetzung:</u> Entwicklung der Stabsstelle BE zu einem trägerübergreifenden Kontakt-, Beratungs- und Förderbüro. 			
<p>Einrichtung und Arbeitsweise einer kommunalen Stabsstelle am Beispiel der Stadt Rheine (75.000 Einwohner)</p>		<p>Stabsstelle Bürgerengagement Siegmar Schridde</p> 	

Einrichtung 2005	Startphase bis 2007	Etablierung bis 2011	Perspektive ab 2012
 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Konzepterstellung mit Definierung der folgenden Arbeitsinhalte: <ul style="list-style-type: none"> - Service und Dienstleistung - Bestandsaufnahme (Dokumentation) - Impulsprojekte (u.a. Freiwilligenbörse) ▪ Vertrauensbildung innerhalb der Verwaltung sowie im Rat der Stadt ▪ Umsetzung des Konzeptes der Startphase 			
<p>Einrichtung und Arbeitsweise einer kommunalen Stabsstelle am Beispiel der Stadt Rheine (75.000 Einwohner)</p>		<p>Stabsstelle Bürgerengagement Siegmar Schridde</p> 	





Unternehmen – engagiert in Köln

- Konstituierung der AG „Unternehmensengagement im Gemeinwesen“ (2004)
- Vertreter/Innen
 - großer, mittlerer und kleiner Unternehmen
 - gemeinnütziger Organisationen
 - Stadt Köln
- Entwicklung von Handlungsempfehlungen für das „Kölner Konzept zur Förderung Bürgerschaftlichen Engagements“



Unternehmen – engagiert in Köln

- Ratsbeschluss am 01. Februar 2005
- Bildung einer neuen AG „Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen“
- Fast ausschließlich nur Vertreter/Innen engagierter Unternehmen
- Auswahl von Handlungsempfehlungen (Maßnahmenpaket)





Unternehmen – engagiert in Köln

1. Engagementversprechen und Signet „Unternehmen engagiert in Köln“ (ab 2006)

Versprechen, innerhalb der nächsten 12 Monate ein gesellschaftliches Engagement zu realisieren.

Dadurch erhalten die Unternehmen Aufmerksamkeit, indem sie

- in eine Liste der „Engagementversprechen“ im Internet aufgenommen werden (www.unternehmen.engagiert-in-koeln.de)



zur primären Navigation | zur sekundären Navigation | zum Inhalt



Unternehmen - engagiert in Köln | Startseite | Inhalt | Kontakt | Impressum | Datenschutzhinweis

Aktuelles

Veranstaltungen und Aktionen

Das Signet

Engagementversprechen 2012

Realisierte Versprechen

Der Wettbewerb

Die Preisträger

Presse Willkommen!

Hat und Unterstützung

Veröffentlichungen

Links

Sie sind hier: Startseite

Die Initiative "Unternehmen - engagiert in Köln"

Zahlreiche Unternehmen in Köln sind sich bewusst, dass sie nicht nur Teil eines Marktes sind, sondern einer Gesellschaft, von deren Zusammenhalt und Wohlfühl sie profitieren. Daher übernehmen sie freiwillig Verantwortung für Köln und engagieren sich mit Kompetenz, Zeit, Sachleistungen oder Know-How für das Gemeinwohl. Hier erfahren Sie mehr über dieses Unternehmensengagement und wie Sie mit Ihrem eigenen Unternehmen bei der Initiative "Unternehmen - engagiert in Köln" mitmachen können.

Die Initiative "Unternehmen - engagiert in Köln" wird vom [Köln Netzwerk Bürgerengagement](#) getragen. Die Initiative will, dass Köln eine noch lebendigere Bürgerstadt wird, in der auch die Unternehmen mit ihren je eigenen Möglichkeiten zur Lösung sozialer Probleme und Verbesserung der Lebensqualität in der Stadt beitragen.

Ihr Unternehmen kann in der Initiative mitwirken, wenn es ein Versprechen für ein freiwilliges gesellschaftliches Engagement eingeht. Art und Umfang des Engagements bestimmen Sie selbst. Mit diesem Engagementversprechen dürfen Sie das Signet der Initiative für die eigene Öffentlichkeitsarbeit verwenden und werden in der [öffentlichen Liste der Engagementversprechen engagierter Unternehmen](#) präsentiert.

Ihr Engagementversprechen können Sie [hier anmelden](#).

[Diese Seite drucken](#)

Unternehmen Interaktiv

- [Engagementversprechen 2012](#)
- [Realisierte Versprechen](#)
- [Bewertung](#)

Wechseln zu ...

[Köln Netzwerk Bürgerengagement](#)

Login für registrierte Unternehmen

Benutzer:

Passwort:



Köln Netzwerk Bürgerengagement



Unternehmen – engagiert in Köln

Unternehmen erhalten Aufmerksamkeit, indem sie

- für ein Jahr das Signet



verwenden dürfen.



Unternehmen – engagiert in Köln

erhalten Aufmerksamkeit, indem sie

- die Chance der öffentlichen Verleihung eines Anerkennungspreises erhalten.





Unternehmen – engagiert in Köln

2. Jahresevent und Würdigung engagierter Unternehmen

Einladung von Unternehmen und gemeinnützigen Einrichtungen in das Historische Rathaus zu Köln

Präsentation von Praxisbeispielen und Impulsbeiträgen zu verschiedenen Themen, wie z.B. Corporate Volunteering und Personalentwicklung



Unternehmen – engagiert in Köln

Jury- und Bürgerpreis „Unternehmen engagiert in Köln“

Eine Fachjury wählte aus den realisierten Engagementversprechen einen Preisträger aus (2006 bis 2010).

Auf der Onlineplattform des Medienpartners Kölner Stadt Anzeiger wurden die realisierten Engagements vorgestellt und von den Bürgerinnen und Bürgern ausgewählt (seit 2008 bis 2010).





Unternehmen – engagiert in Köln

3. Info- und Werbekampagne

Der Aufruf zur Abgabe eines Engagementversprechens bildete von 2006 bis 2009 jährlich aufs neue den Ausgangspunkt einer Öffentlichkeitskampagne

Realisierung mithilfe einer Kommunikationsagentur



Unternehmen – engagiert in Köln

4. Sprechstunde

Angebot für neu einsteigende Unternehmen

Herstellung von Kontakten zu engagierten Unternehmen und erfahrenen Mittleragenturen





Unternehmen – engagiert in Köln

5. Clubabend - ein „Bonbon“ für engagierte Unternehmen mit prominenten Gastrednern:

wie Alt-OB Schramma, Pfarrer Franz Meurer, Kabarettist Jürgen Becker

Voraussetzung: Abgabe und Veröffentlichung eines Engagementversprechens



Unternehmen – engagiert in Köln

6. Themenabend:

Vortrags- und Diskussionsveranstaltung zum Austausch von Unternehmen über Sinn und Nutzen des gesellschaftlichen Unternehmensengagements

Bisherige Themen:

- SeitenWechsel – Sozialpraktikum für Manager
- Herausforderung Bildung
- Übergang Schule - Beruf





Unternehmen – engagiert in Köln

7. Aktionstag:

Seit 2009 veranstalten Unternehmen einen gemeinsamen Aktionstag (www.unternehmer-unternehmen.de)

2009 arbeiteten 40 Mitarbeitende aus 20 Unternehmen gemeinsam an der Umsetzung eines 1-tägigen sozialen Projektes.



Unternehmen – engagiert in Köln

Ausblick 2012

- Die AG Unternehmensengagement hat ihre Arbeit 2011 eingestellt.
- Um das Thema in Köln zu halten, planen Engagierte aus ehemaliger AG sowie weitere Interessierte zusammen mit FABE die Veranstaltung „Das Engagement Älterer – Ein Gewinn für Unternehmen.“
- Engagementversprechen werden in weiterer Kategorie aufgelegt

