

EngagementBrücken Konzept

Stand: 15. Mai 2009

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

1. Ausgangslage

1.1. Ansatz

Das Konzept von EngagementBrücken baut auf den Empfehlungen von überregionalen Expertenkommissionen und Modellprojekten auf, die wir im Folgenden kurz in den für das Projekt wichtigen Punkten vorstellen. Diese Empfehlungen setzt EngagementBrücken durch die vier Handlungsstränge des Konzeptes – befragen, motivieren, qualifizieren & vernetzen – um. EngagementBrücken wendet sich dabei an die beiden Zielgruppen, die nur gemeinsam bewirken können, dass bürgerschaftliches Engagement integrationsfördernd ist – gemeinnützige Organisationen und Freiwillige, die brückenbildendes Engagement fördern und ausüben wollen.

1.2. Integrationsförderndes bürgerschaftliches Engagement

Den sozialen Zusammenhalt einer modernen Gesellschaft gewährleistet nicht nur wirtschaftliches und staatliches Handeln, sondern auch bürgerschaftliches Engagement. Wenn bürgerschaftliches Engagement auch als Möglichkeit der Integration genutzt wird, sollten besonders „solche Gruppen gefördert werden, in denen sich Migrantinnen und Migranten gemeinsam mit Deutschen für Probleme und Anliegen engagieren, da diese Engagementformen in besonderer Weise geeignet sind, ethnische, religiöse und soziale Grenzziehungen zu überwinden und neue Gemeinsamkeiten in der Gesellschaft zu stiften („bridging social capital“) (Bericht der Enquete-Kommission „Zukunft des bürgerschaftlichen Engagements“, 2002, S.105).

Auch der nationale Integrationsplan (Juli 2007) hebt im Themenfeld 9 „Integration durch bürgerschaftliches Engagement und gleichberechtigte Teilhabe stärken“ hervor, dass freiwilliges Engagement von MigrantInnen dann die Integration fördert, wenn „die Aktivitäten gemeinwohlorientiert ausgeübt werden, nicht auf Abschottung gegenüber der Aufnahmegeellschaft gerichtet sind sowie Transparenz und Dialogbereitschaft erkennen lassen“ Zudem bedarf Integration „... eines kompetenzbasierten Engagements sowie der interkulturellen Öffnung von ... Vereinen... und Migrantenorganisationen“ (S. 174).

1.3. Zahlen zum bürgerschaftlichen Engagement von Migrant/-innen

Die Handlungsempfehlungen der Enquete-Kommission im Jahr 2002 sind schon ansatzweise umgesetzt worden. So wurde der Freiwilligen Survey 2004 ergänzt um das Thema Migration – mit interessanten Ergebnissen: In NRW engagieren sich 20% der Migranten freiwillig – der Anteil liegt damit stark unter dem der Nichtmigranten (37%). Ein Blick zur Engagementbereitschaft zeigt aber deutlich, welches Potenzial vorhanden ist: Zum freiwilligen Engagement *bestimmt* bereit sind 14% der MigrantInnen (11% der NichtmigrantInnen), *eventuell* bereit sind sogar 25 % (20%).

1.4. Engagementpotenzial wecken

Dieses Potenzial zu wecken ist u.a. auch das Anliegen des Bundesamtes für Migration und Flüchtlinge. Mit 16 Modellprojekten geht es seit 2006 der Frage nach, wie MigrantInnen für bürgerschaftliches Engagement gewonnen werden können, welche Themengebiete für sie besonders interessant sind, welcher Qualifikationsbedarf besteht. Die Modellprojekte basieren im Wesentlichen auf vier Themenschwerpunkten: Freiwilligenagenturen und Netzwerkbildung, Stärkung von Migrantenselbstorganisationen (MSO), Mentoren sowie interkulturelle und fachliche Qualifizierung.

1.5. Aufgaben für Freiwilligenagenturen, /-zentren, /-börsen

Nach zwei Jahren Laufzeit stehen erste Zwischenergebnisse fest: Freiwilligenagenturen sollen sich nicht auf eine reine Vermittlung zwischen MigrantInnen und gemeinnützigen Organisationen beschränken, sondern früher ansetzen, sie sollen schon das Interesse am Engagement wecken. Dies wird angesehen als „eine Herausforderung etwa bei Russlanddeutschen, die allein schon mit dem Begriff Ehrenamt kaum etwas anfangen können.“ (Handlungsempfehlungen und Erfolgsfaktoren für die Integration von Migrantinnen und Migranten durch bürgerschaftliches Engagement, Zwischenbericht, Juni 2008, Stiftung Bürger für Bürger, S. 43). Die Einbindung von MigrantInnen sollen die Freiwilligenagenturen „als Prozess verstehen, den sie von Anfang an begleiten“ (ebd.). Als Erfolgsfaktoren wurden u.a. eine Anerkennungskultur, eine professionelle Begleitung der Engagierten, Qualifizierungsangebote ausgerichtet an dem Bedarf der Freiwilligen und eine flexible Anpassung des Konzeptes an die TeilnehmerInnen genannt. (ebd. S.47)

2. Anliegen

Integration bedeutet Partizipation – (aktives) Teilnehmen am politischen und gesellschaftlichen Geschehen - und (passive) Teilhabe – offene Strukturen, die eine Teilnahme erst ermöglichen. EngagementBrücken möchte die aktiven und passiven Bedingungen für Integration durch bürgerschaftliches Engagement verbessern.

Mit EngagementBrücken werden die Ziele verfolgt,

- freiwilliges Engagement, das eine Brücke zwischen Nationalitäten, Ethnien und Kulturen bildet, als Mittel der Partizipation zu fördern,
- KölnerInnen mit Migrationshintergrund dabei zu unterstützen, durch freiwilliges Engagement in Einrichtungen außerhalb der eigenen Community gesellschaftliche Themen mitzugestalten und
- gemeinnützige Organisationen bei der interkulturellen Öffnung für die Teilhabe von Migrant/-innen durch „brückenbildendes Engagement“ zu stärken und fachlich zu begleiten. Damit sind Migranten – und Nichtmigrantenorganisationen angesprochen.

3. Begriffsdefinition

Der Begriff „bridging social capital“ bzw. „Brückenbildendes Engagement“, der unserem Projekt den Namen gibt, geht auf den Soziologen Robert Putnam zurück. Putnam unterscheidet Engagement u.a. nach dem Kriterium einer geschlossenen bzw. offenen Gruppe - findet das Engagement in einer homogenen Gruppe statt oder unabhängig von bestimmten Kriterien und offen für alle? Schlägt es eine Brücke zwischen Nationalität, Geschlecht, Biographie, sozialem Stand etc. und fördert so den sozialen Zusammenhalt?

4. Zielgruppen

Zielgruppen sind

- Haupt- und Ehrenamtliche von gemeinnützigen Organisationen, die eine interkulturelle Öffnung im Bereich Bürgerschaftliches Engagement anstreben bzw. darin schon aktiv sind. EngagementBrücken bietet ihnen fachlichen Austausch und Qualifizierung zu diesem Thema an.
- Vereine, Einrichtungen und die Verwaltung, die sich mit brückenbildendem Engagement bis jetzt nicht beschäftigt haben und dafür gewonnen werden können.
- KölnerInnen mit Migrationshintergrund, die durch freiwilliges Engagement gesellschaftliche Fragen und Herausforderungen mitgestalten wollen und dafür Qualifizierung, Beratung und Austausch suchen.
- KölnerInnen mit Migrationshintergrund, die sich bis dato nicht außerhalb ihrer Community bürgerschaftlich engagieren.
- Institutionen, die vernetzende Funktionen im Bereich der Engagementförderung einnehmen.

5. Maßnahmen

5.1. Aktivierende Befragung

Von August bis Oktober 2009 findet eine beschreibende und aktivierende Befragung statt. Befragt werden 85 Organisationen und acht Fokusgruppen ehrenamtlich engagierter MigrantInnen zu ihren Erfahrungen mit brückenbildendem Engagement und zur interkulturellen Öffnung der Ehrenamtsarbeit.

Als Ergebnis werden

- eine Dokumentation mit Kölner best-practice-Beispielen und der in den befragten Projekten gewonnenen Handlungsempfehlungen für brückenbildendes Engagement herausgegeben, um so mehr Vereine und Einrichtungen zu motivieren und zu befähigen, ihre Arbeit engagementfördernd auszurichten. Die Dokumentation wird in leicht verständlicher Sprache verfasst sein. Anzudenken sind teilweise Übersetzungen in die vorherrschenden MigrantInnensprachen türkisch und russisch. Die Gestaltung erfolgt gemäß Richtlinien des Gender- und Cultural Mainstreaming.
Erscheinungsdatum: Dezember 2009 / Januar 2010
- eine Bedarfsmeldung ermittelt, die zeigt, welche Trainings, Workshops und Beratung benötigt werden, um Freiwillige mit Migrationshintergrund und gemeinnützige Einrichtungen für brückenbildendes Engagement zu qualifizieren.
Resümee aus der Befragung, Vorlage Oktober 2009
- Ehrenamtliche und gemeinnützige Organisationen aktiviert sein, sich an einem Netzwerk zum Thema „Brückenbildendes Engagement - wie können wir es weiter fördern?“ (Arbeitstitel) zu beteiligen.

Die Befragung richtet sich an drei Zielgruppen:

Erster Strang: Einige Vereine in Köln haben in den letzten Jahren bereits Modellprojekte zu brückenbildendem Engagement durchgeführt, die das Engagement von MigrantInnen stärken. In den meisten Fällen hat die dabei gesammelte Erfahrung wenig Verbreitung gefunden. EngagementBrücken möchte durch eine aktivierende Befragung in Migranten- und Nichtmigrantenorganisationen die Erfahrungen aus den Modellprojekten anderen Interessierten zugänglich machen.

Es werden 45 Interviews geführt. Die Gesprächspartner bzw. Vereine werden aus einer best-practice-Liste ausgewählt, die der Beirat im ersten Halbjahr 2009 zusammengestellt hat. Die Befragung findet von August bis Oktober 2009 statt.

Zweiter Strang: Da die interkulturelle Öffnung von Organisationen als Voraussetzung für brückenbildendes Engagement angesehen wird, wird eine aktivierende Befragung zur „Interkulturellen Öffnung der Ehrenamtsarbeit“ durchgeführt. Berücksichtigt werden dabei exemplarisch ausgewählte gemeinnützige Organisationen aus den Bereichen Soziales, Kultur, Umwelt und Sport.

Es werden 40 Interviews geführt. Der Beirat empfiehlt die ausgewählten Organisationen. Die Befragung findet von August –bis Oktober 2009 statt.

Dritter Strang: Ergänzend zu den Befragungen der Organisationen werden Ehrenamtliche mit Migrationshintergrund zu Faktoren, die aus ihrer Sicht brückenbildendes Engagement stärken bzw. schwächen und zu ihrem Bedarf an Qualifizierung und Austausch befragt. Es werden 40 Freiwillige in acht Fokusgruppen a' 5 Personen befragt.

Die drei Befragungsstränge werden inhaltlich aufeinander abgestimmt, mit einem spezifischen Ansatz der Aktivierung verbunden und nach einem abgestimmten Raster ausgewertet.

5.2. Vernetzung & Qualifizierung von gemeinnützigen Organisationen und Freiwilligen

Vernetzung: Durch die Befragung und die Öffentlichkeitsarbeit werden Ehren- und Hauptamtliche, die brückenbildendes Engagement fördern (wollen), für ein Netzwerk gewonnen. Das Netzwerk wird sich regelmäßig treffen und sich in kollegialer Beratung unterstützen. Neben dem Gewinn für die jeweils eigene Arbeit werden die aus der Befragung gewonnenen Handlungsempfehlungen überprüft, ergänzt und zu Leitsätzen und Verfahrenswegen weiterentwickelt.

Zeitraum: Oktober 2009 bis Dezember 2011

Qualifizierung: Zusammen mit MultiplikatorInnen sollen für die bei der Befragung deutlich gewordenen Bedarfe Trainings entwickelt und angeboten werden. Vermutet wird zum jetzigen Zeitpunkt, dass Qualifizierungen im Bereich Fundraising, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Netzworkebildung, Orientierung im Nonprofit-Sektor, Projektmanagement, interkulturelle Öffnung, Gemeinnützigkeitsrecht, interkulturelle Kommunikation von Interesse sind. Die Qualifizierungen werden als kurz- und langfristige Trainings und Workshops angeboten.

Angedacht sind zudem auch Exkursionen zu Kölner best-practice-Beispielen, die Organisationen und Verwaltung Einblicke, Anregungen und Ansprechpartner für eigene Aktivitäten im Bereich Interkulturelle Öffnung der Ehrenamtsarbeit geben.

Für den Blick über den Tellerrand ist angedacht, ExpertInnen beispielsweise aus MSOs, die bereits über hohe Erfahrungswerte im Bereich brückenbildendes Engagement verfügen, als Referenten einzuladen.

Zeitraum: Oktober 2009 bis Dezember 2011

5.3. Öffentlichkeitsarbeit:

Die deutschen Begrifflichkeiten „Ehrenamt“ und „freiwilliges Engagement“ wecken bei Menschen mit anderem kulturellen Hintergrund oft negative Assoziationen bzw. werden nicht mit dem eigenen Engagement in Verbindung gebracht. Im Bereich brückenbildendes Engagement muss eine Ansprache gewählt werden, die dem kulturellen Hintergrund, dem Milieu und den Einstellungen gerecht wird. Es sollen schon erprobte Vorgehensweise und das Wording definiert bzw. erarbeitet werden.

EngagementBrücken wird über die gesamte Projektlaufzeit durch eine aktivierende und Engagement anerkennende Öffentlichkeitsarbeit begleitet. Auch die Medien der Migrantengemeinschaften werden dabei angesprochen.

5.4. Verstetigung:

Das Netzwerk ist so angelegt, dass es über die Projektlaufzeit fortgesetzt wird:

- Um das Thema „Brückenbildendes Engagement“ konstant in der Öffentlichkeit präsent zu halten, werden entsprechende Instrumente (z.B. ein Wettbewerb) entwickelt.
- Abschließende Erkenntnisse aus der dreijährigen Projektlaufzeit, insbesondere die Beschreibung von Erfolgskriterien für brückenbildendes Engagement, werden in einer Veröffentlichung allen Interessierten zugänglich gemacht. Vorlage: Dezember 2011
- Die Teilnehmer der Qualifizierungen und Workshops sind in der Lage, ihr Wissen als MultiplikatorInnen weiter zu geben.
- Das Netzwerk wird sich weiterhin für den kollegialen Austausch treffen.
- Durch die enge Zusammenarbeit mit den Kölner Vermittlungsorganisationen bauen diese ihre Engagement-Vermittlung in der Zielgruppe der MigrantInnen aus.

6. Herausforderungen

- Bürgerschaftliches Engagement hat in jedem Kulturkreis eine andere Bedeutung, die es zu erforschen und berücksichtigen gilt. Dafür soll Wissen zur Geschichte und Bedeutung von bürgerschaftlichem Engagement in verschiedenen Kulturen ausgetauscht werden und ggf. an neuen Begrifflichkeiten gearbeitet werden.
- Die bekannten Wege der Öffentlichkeitsarbeit (Internet, Flyer etc.) müssen vermutlich erweitert werden. Erfahrungen aus dem Stuttgarter Modellprojekt Emu – Ehrenamtliche MultiplikatorInnen und Diskussionen im Beirat zeigen, dass die Ansprache von Migrant/-innen über persönliche Kontakte bedeutend erfolgreicher ist. Dafür wird ein tragfähiges Netzwerk aufgebaut (Beirat) und bestehende Netzwerke wie z.B. die AG Bürgerengagement und Migration im Kölner Netzwerk Bürgerengagement genutzt.
- Zu bedenken ist: Die Annahme bzw. Beteiligung an den Qualifizierungs- und Vernetzungsangeboten kann durch geringe zeitliche und finanzielle Ressourcen der Zielgruppe MigrantInnen verhindert werden. Deshalb werden die Angebote entsprechend der Zielgruppe passgenau und adäquate angeboten.
- Das Konzept basiert auf der Annahme, dass bürgerschaftlich engagierte MigrantInnen und gemeinnützige Organisationen, die sich für brückenbildendes Engagement öffnen (wollen), Qualifizierungs- und Vernetzungsbedarf haben. Die aktivierende Befragung nach den Bedürfnissen soll dennoch offen sein für weitere oder andere Themen, die bei den Befragten im Vordergrund stehen. Dies könnte z.B. der Bedarf nach der Deckung von Finanzierungslücken sein. Es wird angestrebt, durch EngagementBrücken auch hier Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen.

7. Beirat

Das Projekt EngagementBrücken wird unterstützt von einem Beirat, der bei der Weiterentwicklung des Konzeptes fachlich berät und die Türen zu den Zielgruppen von Engagement-Brücken öffnet. Die Beiratsmitglieder sollen ein möglichst breites Spektrum der Zielgruppe und Akteure im Bereich Integration und Bürgerengagement darstellen und von der Zahl her arbeitsfähig sein.

In den Beirat eingeladen werden je einE VertreterIn:

Interkulturelles Referat der Stadt Köln, Kommunalstelle FABE zur Anerkennung und Förderung bürgerschaftlichen Engagements, Stadt Köln, Interkulturelle Zentren der Stadt Köln, Integrationsrat der Stadt Köln, Liga der Wohlfahrt, AG Bürgerengagement und Migration des Kölner Netzwerk Bürgerengagement, Gesundheitszentrum für MigrantInnen in Köln (GfM), Kölner Freiwilligen Agentur, den weiteren KABE-Organisationen neben der Kölner Freiwilligen Agentur, Kölner Runde Tisch für Integration, Runder Tisch für Flüchtlinge und Kölner Rat der Religionen.

Die Beiratsmitglieder sollen über interkulturelle Kompetenz verfügen. Besonders Menschen mit Migrationshintergrund sind herzlich eingeladen.

8. Vernetzung

Das Projekt EngagementBrücken arbeitet in enger Kooperation mit der AG Bürgerengagement und Migration des Kölner Netzwerk Bürgerengagement und ist durch die Mitgliedschaft in dieser AG beteiligt an der Formulierung der Handlungsempfehlungen zum Kölner Integrationskonzept, Bereich Bürgerengagement und Integration.

9. Aufträge

UnterauftragnehmerInnen setzen die beschlossenen Maßnahmen gegen Bezahlung um. Über die dreijährige Projektlaufzeit steht ein Budget von ca. 35.000 Euro zur Verfügung. Bei der Auftragsvergabe werden KABE-Organisationen Büro für Bürgerengagement, Ceno & Die Paten, Freiwilligenzentrum Mensch zu Mensch, Nachbarschaftshilfen Kölsch Hätz und der SkF-Börse für bürgerschaftliches Engagement besonders berücksichtigt.

10. Kalkulation

| | 01.07.-31.12.2009 | 01.01.-31.12.2010 | 01.01.-31.12.2011 |
|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ausgaben | | | |
| Personalkosten | 12.500,00 € | 25.000,00 € | 25.000,00 € |
| Sachkosten | 6.500,00 € | 8.000,00 € | 8.000,00 € |
| Dienstleistungen | 21.000,00 € | 7.000,00 € | 7.000,00 € |
| Gesamtausgaben | 40.000,00 € | 40.000,00 € | 40.000,00 € |
| | | | |
| Einnahmen | | | |
| Stadt Köln / Zuschuss | 40.000,00 € | 40.000,00 € | 40.000,00 € |
| Übertrag Vorjahr | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € |
| Gesamteinnahmen | 40.000,00 € | 40.000,00 € | 40.000,00 € |

11. Verfahren Beauftragung externer Dienstleister

1. Formulierung & Kalkulation der Werkverträge durch Kölner Freiwilligen Agentur in Absprache mit dem Beirat
2. Abfrage bei Büro für Bürgerengagement, Ceno & Die Paten, Freiwilligenzentrum Mensch zu Mensch, Nachbarschaftshilfen Kölsch Hätz und der SkF-Börse für bürgerschaftliches Engagement
3. Falls keine Übernahme der Werkverträge: Abfrage weiterer externer Dienstleister
4. Bei mehreren Angeboten: Empfehlung des Beirat
5. Entscheidung über Dienstleister: Kölner Freiwilligen Agentur

12. Externe Dienstleistungen

12.1. Erstellen eines Interviewleitfadens und des Auswertungsrasters sowie Briefing der Interviewer

Vorarbeiten:

In Absprache mit dem Beirat wird ein Entwurf für den Interviewleitfaden und seine Auswertung erstellt. Es gibt einen gemeinsamen Leitfaden für die Befragungsstränge 1 und 2. Für die Freiwilligen – Befragungsstrang 3 - wird der Leitfaden entsprechend der Zielgruppe umformuliert.

Dienstleistung:

- Ein externer Dienstleister mit Kompetenz und Erfahrung mit beschreibenden und aktivierenden Interviews berät und ergänzt ggf. den Leitfaden und das Auswertungsraster.
- Er / sie führt ein Briefing für die Interviewer/-innen durch.
- Er / sie moderiert eine Zwischenauswertung. Der Interviewleitfaden wird ggf. gemäß den Ergebnissen dieser Sitzung angepasst.

Zeitraum: Juli / August 2009

Honorar: 1.100 Euro

12.2. Interviews / Durchführung & Dokumentation

Auf der Basis des Leitfadens und des Auswertungsrasters werden 45 Interviews mit best-practice-Projekten, 40 Interviews mit gemeinnützigen Organisationen, die sich für brückenbildendes Engagement öffnen wollen bzw. geöffnet sind, und acht Interviews mit Fokusgruppen von Freiwilligen mit Migrationshintergrund durchgeführt.

Anforderungen an die Interviewer:

Die Zahl der Interviewer/innen wird auf maximal sieben begrenzt, um die Erfahrungen aus vorangegangenen Interviews in die folgenden einbringen zu können. Günstigenfalls mit Kenntnissen der Muttersprache der Befragten. Sie sind überzeugt von dem Konzept der EngagementBrücken und beteiligen sich an der Zwischenauswertung. Sie verfassen ihre schriftliche Auswertung nach einem einheitlichen Raster. 13 Interviews werden von der Projektkoordinatorin durchgeführt.

Zeitraum: August bis Oktober 2009

Honorar: 16.000 Euro für 80 Interviews / Durchführung, Dokumentation & Zwischenauswertung

12.3. Trainings & Workshops & Fortbildungen

Die Inhalte der Trainings werden anhand der Bedarfsmeldungen bestimmt. Nach Kenntnis aus anderen Projekten wie z.B. Interkultur.Pro – Qualifizierung interkultureller Kunst- und Kultureinrichtungen (Staatskanzlei NRW), Interkulturelle Öffnung des bürgerschaftlichen Engagements (Stadt Karlsruhe) oder EMU (Evangelischer Migrationsdienst Württemberg e.V.) wird der Bedarf aktuell vermutet in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Projektmanagement, Handlungskompetenz im Nonprofitsektor, Interkulturelle Öffnung, Gemeinnützigkeitsrecht, Lobbyarbeit etc.

Die Trainings sprechen alle drei o.a. Zielgruppen an, auch wenn sie nicht an der Befragung teilgenommen haben. Voraussetzung ist das Interesse an der Verbesserung oder Einführung von brückenbildendem Engagement in der eigenen Organisation bzw. freiwilliges Engagement von MigrantInnen.

Die Trainings sind

- preiswert bis kostenlos für die TeilnehmerInnen
- werden bevorzugt in MSO angeboten, um auch an diesem Punkt schon eine Öffnung nach Außen und das gegenseitige Kennenlernen zu fördern. Für die Raumnutzung wird eine geringe Aufwandsentschädigung gezahlt
- werden im besten Fall von bikulturellen, mehrsprachigen Teams angeboten.

Die Werbung erfolgt durch die Projektträgerin unter Nutzung des Netzwerks, das der Beirat darstellt bzw. einbringt. Einen Schwerpunkt wird die Werbung über direkte Ansprache von potenziellen TeilnehmerInnen durch die MultiplikatorInnen darstellen.

Die Fortbildung "90 Minuten Kompetenz" dient durch den niedrigschwelligen Zugang (geringer Zeiteinsatz) auch der Gewinnung neuer InteressentInnen an weiteren Qualifizierungen.

In allen Qualifizierungen wird für die weiteren Module vom Projekt EngagementBrücken geworben. So weit möglich werden Handouts (deutsch und ggf. zumindest ansatzweise türkisch und russisch) verteilt, die die Multiplikatorenfunktion unterstützen.

Die Ausschreibung für die ersten Trainings wird im Herbst 2009 erfolgen. Die Kalkulation stellt nur einen Richtwert dar, die tatsächlichen Kosten hängen von Inhalt, Dauer und ReferentInnen ab.

Zeitraum: Oktober 2009 – Dezember 2011

Honorar gesamt: 13.200 Euro

Eine genaue Auflistung der jeweilig kalkulierten Kosten sind der beiliegenden Kostenkalkulation zu entnehmen.

12.4. Exkursionen

Zu den durch die Befragung identifizierten best-practice-Beispielen werden Exkursionen organisiert. Die Besichtigungen fördern die Öffnung der Organisationen nach Außen. Inhaltliche Inputs zum Thema „Brückenbildendes Bürgerengagement“ qualifizieren die Zielgruppe. Als MultiplikatorInnen transportieren sie die praxisnahen Tipps weiter.

Zielgruppe 1: haupt- und ehrenamtliche MitarbeiterInnen von gemeinnützigen Organisationen, Initiativen, Projekten etc. mit Interesse und Erfahrungen an brückenbildendem Engagement.

Zielgruppe 2: MitarbeiterInnen von gemeinnützigen Organisationen, Verwaltungen und Gremien, die sich bis jetzt noch nicht mit dem Thema Integration & Bürgerengagement beschäftigt haben. In den Exkursionen werden ihnen die Möglichkeiten und Chancen von brückenbildendem Engagement nahe gebracht und zum Mitmachen motiviert.

Dienstleistung: Organisation & Öffentlichkeitsarbeit & Durchführung der Exkursionen

Zeitraum: September 2010 / September 2011

Honorar gesamt: 1200 Euro

12.5. Studienreise

Zu bundesweiten oder grenzüberschreitenden best-practice-Beispielen wird eine eintägige Studienreise organisiert. Die Teilnahme erfolgt zum Selbstkostenpreis. Zielgruppe sind haupt- und ehrenamtliche Vertreter/-innen von gemeinnützigen Organisationen, die brückenbildendes Engagement fördern oder fördern wollen.

Dienstleistung: Organisation & Öffentlichkeitsarbeit & Durchführung der Exkursionen

Zeitraum: März 2011

Honorar gesamt: 600 Euro

12.6. Expertengespräche

Für den Blick über den Tellerrand ist angedacht, ExpertInnen beispielsweise aus MSOs, die bereits über hohe Erfahrungswerte im Bereich brückenbildendes Engagement verfügen, als ReferentInnen einzuladen.

Zeitraum: März 2010 & Juni 2011

Honorar gesamt: 600 Euro

12.7. Inhouse-Beratungen

Gemeinnützige Organisationen, die sich für brückenbildendes Bürgerengagement öffnen wollen oder den Prozess der Öffnung fortsetzen wollen, können über EngagementBrücken eine Inhouse-Beratung erhalten. Inhalte können Interkulturelle Öffnung, Interkulturelles Freiwilligenmanagement o.ä. sein.

Zeitraum: 2010 / 2011

Honorar gesamt: 800 Euro