

# WE@Aachen gemeinsam. nachhaltig.

Forschungsprojekt zu Vernetzung,  
Professionalisierung und Empowerment der  
Aachener Nachhaltigkeits- und  
Klimaschutzbewegung





# Impressum

## **WE@AC | gemeinsam. nachhaltig.**

Forschungsprojekt zu Vernetzung,  
Professionalisierung und Empowerment  
der Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung

### **Herausgeber:**

Eine Welt Forum Aachen e.V.  
An der Schanz 1, 52064 Aachen  
0241 89449560  
1wf@1wf.de | www.1wf.de

### **Leitung des Projektes / Redaktion:**

Madeleine Genzsch | mg@1wf.de

### **Homepage des Projektes:**

www.we-at-aachen.de | info@we-at-aachen.de

### **Kooperationspartner:**

Regionale Resilienz Aachen e. V.  
Institut für Politische Wissenschaft der RWTH Aachen  
Volkshochschule Aachen

### **Förderer:**

Stiftung Umwelt und Entwicklung NRW

### **Lektorat:**

Otto Cerny  
Nural Janho  
Jürgen Jansen

### **Layout und Satz:**

Maryam Aliakbari

### **Druck:**

Printzipia / Würzburg  
Gedruckt auf 100% Recyclingpapier

1. Auflage | 200 Exemplare  
Aachen, Oktober 2020



**Eine Welt Forum Aachen**  
Eintreten für eine gerechte Welt



regionale resilienz aachen



**RWTHAACHEN**  
UNIVERSITY

**vhs** Volkshochschule  
Aachen



Gefördert durch die

**STIFTUNG UMWELT  
UND ENTWICKLUNG  
NORDRHEIN-WESTFALEN**

# Inhalt

<b>1 Einleitung</b>	<b>8</b>
<b>2 Hintergründe</b>	<b>9</b>
2.1 Globale Herausforderungen	9
2.2 Die Rolle zivilgesellschaftlichen Engagements	10
2.3 Regionaler Bezug	11
<b>3 Projektvorstellung</b>	<b>12</b>
3.1 Zielsetzungen	12
3.2 Zielgruppen	14
3.3 Ablauf	14
3.4 Nutzen	16
<b>4 Akteursmapping</b>	<b>18</b>
4.1 Hintergrund	18
4.2 Methodik	18
4.3 Ergebnisse	19
4.4 Online-Übersicht	19
<b>5 Methodik von Erhebung &amp; Datenanalyse</b>	<b>20</b>
5.1 Fragebogenentwicklung	20
5.2 Kontaktaufnahme & Interviewkoordination	22
5.3 Interviewdurchführung	22
5.4 Corona-Zusatzbefragung	23
5.5 Interviewauswertung & Datenanalyse	23

<b>6 Ergebnispräsentation</b>	<b>24</b>
<i>Teil 1 - Inside-In Betrachtung</i>	
6.1 Allgemeines	24
6.2 Motivation & Mission	34
6.3 Öffentlichkeitsarbeit	38
6.4 Interne Bedarfe & Hemmnisse	41
6.5 Akteurstypologien	46
6.6 Kooperationen	52
6.7 Engagement & Covid-19	58
<i>Teil 2 - Inside-Out Betrachtung</i>	
6.8 Die Initiativen & Politik	61
6.9 Die Initiativen & Verwaltung	64
6.10 Die Initiativen & Wirtschaft	67
6.11 Die Initiativen & Wissenschaft	69
6.12 Die Initiativen & Medien	71
<b>7 Diskussion</b>	<b>74</b>
7.1 Finanzierung	74
7.2 Kapazitäten	76
7.3 Ressourcen	81
7.4 Wirksamkeit	82
<b>8 Fazit &amp; Ausblick</b>	<b>86</b>
8.1 Fazit	86
8.2 Nachhaltigkeitskonferenz	86
8.3 Folgeprojekt	87
8.4 Skalierbarkeit	87
<b>Danksagung</b>	<b>88</b>



Nachhaltigkeit

Miteinander

Partizipation

Klimaschutz

„Wir sind entschlossen, die Menschheit von der Tyrannei der Armut und der Not zu befreien und unseren Planeten zu heilen und zu schützen.

Wir sind entschlossen, die kühnen und transformativen Schritte zu unternehmen, die dringend notwendig sind, um die Welt auf den Pfad der Nachhaltigkeit und der Widerstandsfähigkeit zu bringen.

Wir versprechen, auf dieser gemeinsamen Reise, die wir heute antreten, niemanden zurücklassen.“<sup>1</sup>

---

1 Vereinte Nationen (2015): „Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“, Präambel aus der Resolution der 70. UN-Generalversammlung, vom 25. September 2015. [online] [www.un.org/Depts/german/gv-70/band1/ar70001.pdf](http://www.un.org/Depts/german/gv-70/band1/ar70001.pdf) [12.08.2020].



# 1 Einleitung

In Aachen und der StädteRegion ist in den letzten Jahren eine bunte, vielfältige Landschaft von Gruppen und Initiativen entstanden, die sich aktiv an der sozio-ökologischen Transformation in eine nachhaltige Zukunft beteiligen. Mit dieser besonderen Dynamik sind drei Kernherausforderungen verbunden:

## Effizienz

Ein Großteil der Akteure engagiert sich im Ehrenamt. So sind Kapazitäten, Ressourcen und Kompetenzen begrenzt. Wie können wir vorhandene Kapazitäten, Ressourcen und Kompetenzen besser bündeln und wertvolle Synergieeffekte nutzbar machen, um zur effizienteren Arbeit der (meist) ehrenamtlichen Akteure beizutragen?

## Miteinander

Wie können wir die Vielfalt der unterschiedlichen Akteure als Chance begreifen und uns gleichzeitig als eine starke Community verstehen? Wir möchten das Wir-Gefühl in der Bewegung stärken und durch ein verbessertes Zusammenwirken die politische Wirkungsmacht steigern.

## Sichtbarkeit

Der gemeinsame Wunsch ist, die Dringlichkeit der Nachhaltigkeitsthematik in die breite Öffentlichkeit zu tragen und die Masse der Gesellschaft zu erreichen. Wie können wir die Sichtbarkeit der Engagierten erhöhen, Partizipation fördern und zur stärkeren Sensibilisierung für die Nachhaltigkeitsthematik in der Aachener Öffentlichkeit beitragen?

Auf dieser Grundlage ist in Kooperation zwischen dem Eine Welt Forum Aachen e.V. und dem Verein Regionale Resilienz Aachen e.V. die Idee für das 18-monatige Forschungsprojekt WE@AC | gemeinsam. nachhaltig. zu Vernetzung, Professionalisierung und Empowerment der Aachener Nachhaltigkeitsbewegung entstanden. Das Projekt beinhaltet u. A.:

- ▶ **Akteursmapping:** Die Identifikation der Akteure innerhalb der Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung mit ihren jeweiligen Arbeitsschwerpunkten.
- ▶ **Interviews:** Eine umfassende Erhebungsphase zu den Zielen, Visionen, Bedürfnissen und Hemmnissen der zivilgesellschaftlichen Akteure.
- ▶ **Ergebnispräsentation:** Die Präsentation der Ergebnisse im Rahmen einer Nachhaltigkeitskonferenz sowie der Veröffentlichung einer umfassenden Ergebnisbroschüre.
- ▶ **Workshops und Coachings:** Von den erhobenen Bedarfen abgeleitete Formate zur Professionalisierung der Wirkenden.

# 2 Hintergründe

## 2.1 Globale Herausforderungen

Wir sehen uns mit großen, globalen Herausforderungen konfrontiert. Erderwärmung, Klimawandel, Luftverschmutzung, Wassermangel und -verunreinigung sowie zahlreiche Folgen für die Gesundheit von Mensch und Ökosystem, dies sind nur einige Auswirkungen der Wachstumspolitik des Industriezeitalters. Zudem führt die Verknappung von Ressourcen zu signifikanten wirtschaftlichen und geopolitischen Spannungen. Spätestens seit dem 1972 veröffentlichten Bericht „Die Grenzen des Wachstums“ durch den Club of Rome ist bekannt, dass das Wirtschaftsmodell, so wie wir es heute leben, nicht zukunftsfähig ist. Es braucht ein neues, modernes Wirtschafts- und Gesellschaftssystem, mit welchem die zu den o.g. Problematiken führenden Schwächen überwunden werden.

Im September 2015 hat die Generalversammlung der Vereinten Nationen (UN) die Agenda 2030 verabschiedet. Mit diesem globalen „Zukunftsvertrag“ vereinbarten die Regierungen einen gemeinsamen Aktionsplan von beispielloser Reichweite und Bedeutung. Kern der Agenda bilden die 17 SDGs (engl. Sustainable Development Goals; dt. Ziele für eine nachhaltige Entwicklung). Sie basieren auf den Menschenrechten, sind universell gültig und decken die soziale, ökologische und ökonomische Dimension nachhaltiger Entwicklung ab.<sup>2</sup> Sie stellen die Würde des Menschen und den Schutz des Planeten in den Mittelpunkt und widmen sich globalen Themen wie Armut, Hunger, Gesundheit und Bildung und beinhalten eine Vielzahl ökologischer sowie sozialer Visionen und Forderungen.<sup>3</sup>



Abb.1: Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (SDGs)

2 Martens, Jens (2018): „Zivilgesellschaft und Agenda 2030 - Neue Allianzen für die sozial-ökologische Transformation?“, Global Policy Forum, Bonn. [online] [https://www.globaleslernen.de/sites/default/files/files/pages/zivilgesellschaft\\_und\\_agenda2030\\_online.pdf](https://www.globaleslernen.de/sites/default/files/files/pages/zivilgesellschaft_und_agenda2030_online.pdf) [30.08.2020].

3 Hollstein, Bettina (2017): „Das Ehrenamt. Empirie und Theorie des Bürgerschaftlichen Engagements“. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 14–15/2017, S. 36–41.1.

## 2.2 Die Rolle zivilgesellschaftlichen Engagements

Die Politik kommt indes nur langsam voran, diese weitreichende Transformation zu verwirklichen, alte Routinen zu durchbrechen und Politik, Wirtschaft und Gesellschaft neu zu denken. Jedoch haben viele BürgerInnen die Notwendigkeit zum Handeln erkannt. In einer Vielzahl zivilgesellschaftlicher Initiativen, Gruppen und Organisationen setzen sie sich für eine nachhaltige Zukunft ein. Sie zeigen Missstände auf, entwickeln alternative Ansätze und überzeugen mit innovativen Ideen, Engagement für Andere und einem alternativen Lebensstil, der Natur und Menschen nicht oder zumindest weniger schadet. Sie leisten wesentliche Beiträge für den Umweltschutz und fördern soziale Gerechtigkeit.<sup>4</sup>

Zivilgesellschaftliches Engagement trägt maßgeblich zu den Mechanismen des gesellschaftlichen Zusammenhalts bei. Es ist Ausdruck gesellschaftlicher Mitgestaltung und Mitverantwortung und setzt die Vorstellungen eines guten Lebens für das Individuum und die Gemeinschaft proaktiv um.<sup>5</sup> Damit müssen moderne Demokratien beide Formen des politischen Handelns integrieren: die etablierten, institutionellen Formen politischer Partizipation (Wahlen oder die Mitwirkung in Parteien und Gewerkschaften) sowie Formen nicht-institutionellen politischen Handelns.



4 Global Policy Forum (2019): „Deutschland und die globale Nachhaltigkeitsagenda 2018 - So geht Nachhaltigkeit! Zivilgesellschaftliche Initiativen und Vorschläge für nachhaltige Politik“, [online] [https://www.2030report.de/sites/default/files/sgn/pdfs/So\\_geht\\_Nachhaltigkeit\\_online.pdf](https://www.2030report.de/sites/default/files/sgn/pdfs/So_geht_Nachhaltigkeit_online.pdf) [02.09.2020].

5 Deutscher Bundestag (2020): „Dritter Engagementbericht – Zukunft Zivilgesellschaft: Junges Engagement im digitalen Zeitalter“ Drucksache19/19320. [online] <https://www.bmfsfj.de/blob/156652/164912b832c17bb6895a31d5b574ae1d/dritter-engagementbericht-bundestagsdrucksache-data.pdf> [22.06.2020].

## 2.3 Regionaler Bezug

Aufgrund zunehmender globaler Urbanisierung leben bald 75% der Weltbevölkerung in Städten. Diese gelten seit jeher als Inkubator für Innovationen, das macht sie nach dem WBGU – Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung – auch zu dem entscheidenden Ort der Nachhaltigkeitstransformation.<sup>6</sup> Diesem Ruf sind viele AachenerInnen gefolgt. Angesichts akuter globaler Herausforderungen haben sich eine Vielzahl verantwortungsbewusster BürgerInnen auf den Weg gemacht, Klimaschutz und Nachhaltigkeit in einer BottomUp-Bewegung voranzubringen. In einer Zeit, in der viele BürgerInnen das Gefühl haben, als agierten Politik und Wirtschaft an den Bedürfnissen der Gesellschaft vorbei, nehmen sie ihr demokratisches Recht wahr und ebnen, durch pro-aktives Handeln, den Weg in eine nachhaltige Zukunft. So ist in Aachen und der StädteRegion in den letzten Jahren eine bunte, vielfältige Landschaft von Gruppen und Initiativen entstanden, die sich aktiv an der sozio-ökologischen Transformation in eine nachhaltige Zukunft beteiligen.

Angesichts der zunehmenden Organisationsgründungen haben wir uns also gefragt: Wer sind denn eigentlich in Aachen die Akteure, die sich für Nachhaltigkeit und Klimaschutz einsetzen? Was sind ihre Ziele und Visionen? Welche Arbeitsstrategien haben sie gewählt, um diese zu verwirklichen? Wo liegen Barrieren und Hemmnisse für ihr Wirken? Und wie können wir diese effektiv beseitigen oder zumindest minimieren? Der Wandel ist nur möglich, wenn alle Akteure an einem Strang ziehen und gemeinsam in verschiedenen zentralen Bereichen (wie Mobilität, Ernährung, Wohnen) aktiv werden.<sup>7</sup> Leider wissen viele Akteure nicht voneinander, so dass es zu Überschneidungen und Dopplungen in ihrer Arbeit kommt. Mit unserem Projekt möchten wir zur besseren Vernetzung der Akteure beitragen, Synergieeffekte sichtbar und nutzbar machen und Unterstützung leisten, damit sich alle Beteiligten als eine starke Gemeinschaft verstehen.



6 WBGU, Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung (2016): „Hauptgutachten – Der Umzug der Menschheit: Die transformative Kraft der Städte“. [online] [https://issuu.com/wbgu/docs/wbgu\\_hg2016-hoch?e=37591641/68732842](https://issuu.com/wbgu/docs/wbgu_hg2016-hoch?e=37591641/68732842) [31.07.2020].

7 Schneidewind, Uwe (2018): „Die Große Transformation – Eine Einführung in die Kunst gesellschaftlichen Wandels“, 4. Aufl., Berlin, Deutschland: Fischer Verlag.

# 3 Projektvorstellung

## 3.1 Zielsetzungen

Mit dem Ziel, diese Bewegung optimal zu unterstützen, möchte das Forschungsprojekt WE@AC | gemeinsam. nachhaltig.

### Gemeinsam stark!

- ▶ ... herausfinden, wie man das Zusammenwirken von Nachhaltigkeits- und Klimaschutz-Akteuren in Aachen und der StädteRegion nachhaltig verbessern kann.
- ▶ ... untersuchen, auf welche Weise die unterschiedlichen Akteure zusammenarbeiten und was das gemeinsame Handeln fördert.
- ▶ ... herausfinden, wer gerne enger zusammenarbeiten möchte und wie Aktive ihr Netzwerk stärken können.
- ▶ ... analysieren, wo und warum Zusammenarbeit gut klappt, wo es Schwierigkeiten gibt bzw. welche Faktoren die Zusammenarbeit behindern.

### Bedarfsermittlung

- ▶ Wir untersuchen, welche Bedarfe die einzelnen Akteuren haben, um besser agieren zu können.
- ▶ Wir identifizieren Hemmnisse, die einer erfolgreichen Realisierung von Projekten im Weg stehen und suchen gemeinsam nach Lösungen.
- ▶ Wir analysieren, welche Bedingungen es braucht, damit innovative Ideen im Bereich Nachhaltigkeit und Klimaschutz vor Ort besser realisiert werden können.

### Effizienz steigern

- ▶ Wir untersuchen, wie Synergieeffekte innerhalb der Bewegung besser nutzbar gemacht werden können.
- ▶ Wir möchten herausfinden, wie Ressourcen, Fähigkeiten und Talente besser gebündelt und Kapazitäten entlastet werden können.

### Vernetzung & Transfer

- ▶ Wir möchten Schnittstellen aktivieren und zur besseren Vernetzung zivilgesellschaftlicher Kompetenz mit lokalen Akteuren aus Wirtschaft, Politik, Verwaltung und Wissenschaft beitragen.
- ▶ Wir möchten ein Netzwerk an lokalen MultiplikatorInnen und ExpertInnen aufbauen, damit Umwelt- und Klimaschutzthemen optimale Unterstützung erfahren.

## Sichtbarkeit & Öffentlichkeit

- ▶ Wir möchten dazu beitragen, dass das Bewusstsein für die Nachhaltigkeits- und Klimaschutzthematik in der Öffentlichkeit gestärkt wird und dass das lokale Engagement mehr Sichtbarkeit und Wertschätzung erfährt.
- ▶ Wir untersuchen, was die Menschen antreibt und wie diese Motivation in die breite Öffentlichkeit getragen werden kann, um mehr Menschen für aktive Partizipation zu begeistern.



### **Empowerment!**

#### **Effizienz & Tatendrang steigern**

- ▶ Motivation und Beharrlichkeit steigern, durch vereinte Schlagkraft
- ▶ Kapazitäten entlasten, durch Fokussierung und effektive Arbeitsteilung
- ▶ Effizienz steigern, durch verbesserte Ressourcenkoordination



### **Synergien!**

#### **Gemeinsam stark durch Vernetzung**

- ▶ „One Vision“ – Herausarbeiten gemeinsamer Ziele
- ▶ Vernetzung zivilgesellschaftlicher Kompetenz
- ▶ Aktivierung von Schnittstellen mit der regionalen Wirtschaft, Politik und Wissenschaft



### **Support!**

#### **Unterstützung und Lobbyarbeit**

- ▶ Aufbau eines Konsortiums aus UnterstützerInnen, ExpertInnen und MultiplikatorInnen
- ▶ Workshops zur Professionalisierung und Qualifizierung
- ▶ Aktive Lobbyarbeit für mehr Unterstützung durch Politik, Verwaltung, Wissenschaft und Wirtschaft



### **Öffentlichkeit!**

#### **Raus aus der Subkultur, rein in die Gesellschaft**

- ▶ Stärkung von Sichtbarkeit und Wertschätzung in der Öffentlichkeit
- ▶ Schärfung öffentlichen Bewusstseins für die Nachhaltigkeitsthematik
- ▶ Motivation bürgerlicher Partizipation

## 3.2 Zielgruppen

Das Projekt richtet sich an die folgenden Zielgruppen:

- ▶ Regionale institutionalisierte oder organisierte Bürgerinitiativen, Nichtregierungsorganisationen und Vereine
- ▶ Sich mit kommunaler Nachhaltigkeitspolitik befassende Dezernate und Fachbereiche der Stadt- und Gemeindeverwaltungen der StädteRegion Aachen
- ▶ Sich mit Nachhaltigkeits-, Transformations- und Partizipationsforschung befassende Wissenschaftsinstitutionen sowie sich am Transformationsprozess beteiligende Unternehmen
- ▶ BürgerInnen, die sich für Engagement im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit interessieren

## 3.3 Ablauf

### Schritt 1 – Bestandsaufnahme (Juni / August 2019)

**Leitfrage: Welche Initiativen, Gruppen und Vereine in Aachen und der StädteRegion engagieren sich aktiv für Klimaschutz und Nachhaltigkeit?**

- ▶ Es wird eine Übersicht erstellt, die die gesamte Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung in Aachen und der StädteRegion kartografiert.

### Schritt 2 – Partnering (August / Oktober 2019)

**Leitfrage: Wie können wir sicherstellen, dass das Projekt den optimalen Nutzen für die Aachener Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbewegung generiert?**

- ▶ Wir führen Gespräche mit AkteurInnen und MultiplikatorInnen aus der Bewegung, um Ziele und Bedürfnisse zu besprechen, Vertrauen und Transparenz zu schaffen.
- ▶ Wir klären Fragen, Chancen und Risiken, Stärken und Schwächen des Projekts.
- ▶ Zusätzlich führen wir Interviews mit Schlüsselpersonen des Klimaschutzes über die Nachhaltigkeits-Community hinaus – mit VertreterInnen der Wissenschaft, Wirtschaft, Verwaltung und Politik.

### Schritt 3 – Erhebung (November 2019 / Juni 2020)

**Durchführung der Erhebung mittels persönlicher Interviews und ergänzender Online-Recherchen.**

- ▶ Mit welchen Zielen und Visionen sind Initiativen und AkteurInnen angetreten?
- ▶ Welche internen und externen Bedarfe und Anforderungen müssen erfüllt sein, damit die Initiativen optimal wirken können?
- ▶ Welche Arbeits- und Projekthemmnissen stehen einer erfolgreichen Umsetzung der eigenen Vision im Weg?

## Schritt 4 – Datenanalyse (Juli / September 2020)

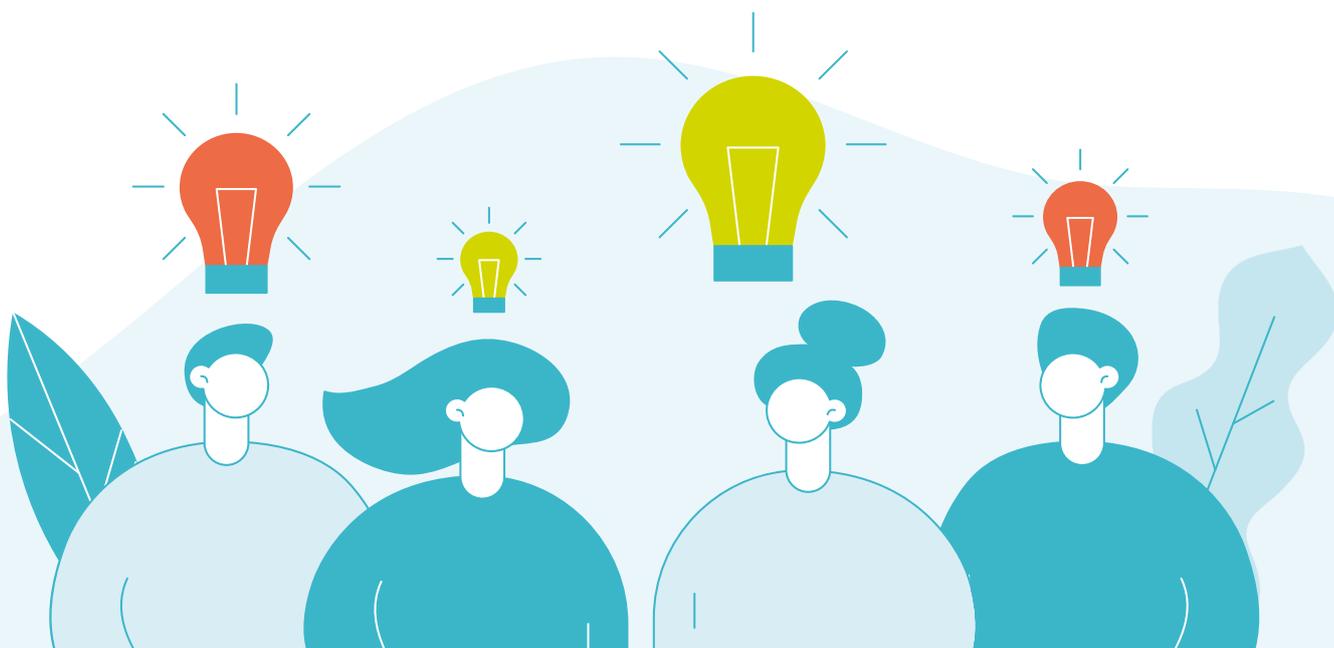
### Analyse und Aufbereitung der erhobenen Daten.

- ▶ Analyse der erhobenen Daten mit Unterstützung von WissenschaftlerInnen und Studierenden der RWTH Aachen.
- ▶ Im Rahmen der Analyse, wird die Community als Ganzes betrachtet – keine Wertung einzelner Initiativen und AkteurInnen.
- ▶ Erstellung einer Ergebnisbroschüre

## Schritt 5 – Abschlussveranstaltung & Workshops (Oktober 2020)

### Abschlussveranstaltung mit allen Akteuren.

- ▶ Präsentation der Ergebnisse und Learnings
- ▶ Gemeinsamer Nenner! Kunstaktion zur Stabilisierung und zum Ausbau der Verbundenheit innerhalb der Community.
- ▶ Vernetzung mit Multiplikatoren aus Wirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft, um den Nachhaltigkeits- und Klimaschutzzielen in Co-Kreation zu begegnen.
- ▶ Workshops, die erste, identifizierte Bedürfnisse bedienen.



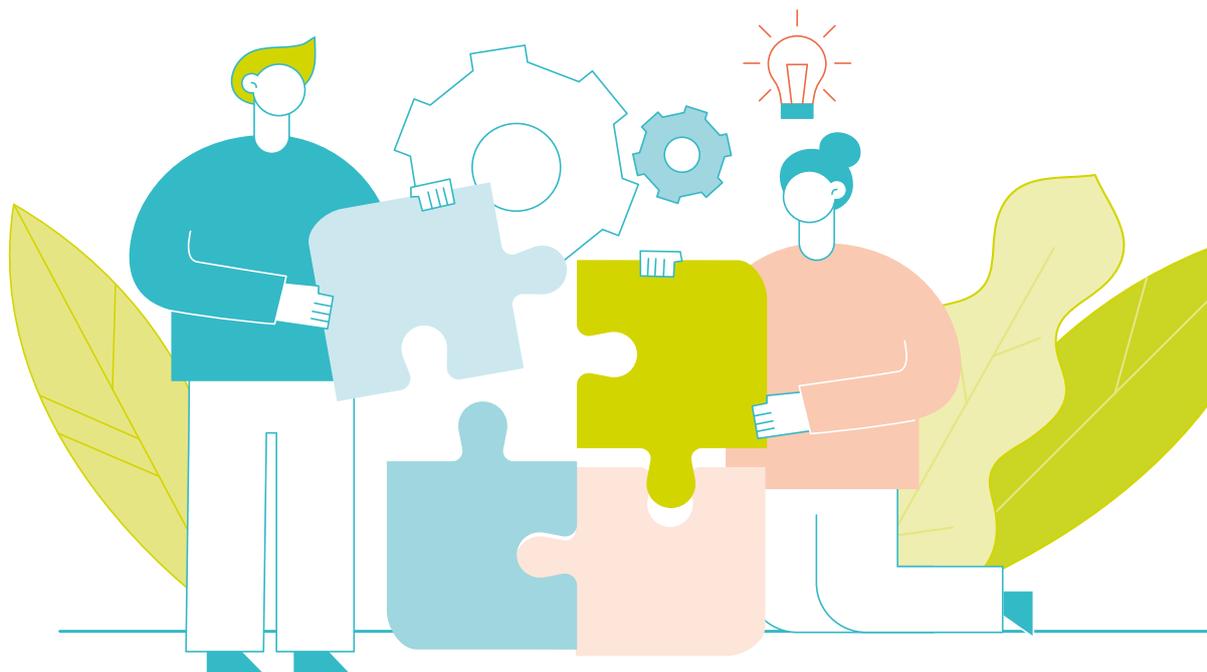
## 3.4 Nutzen

### Nutzen für die Initiativen

- ▶ Wir verschaffen einen Überblick über die im Bereich „Nachhaltigkeit“ und „Klimaschutz“ engagierten Initiativen und Vereine.
- ▶ Wir identifizieren, welche dringenden Bedarfe erfüllt werden müssen, damit die Engagierten noch effizienter wirken können.
- ▶ Wir ermitteln Arbeits- und Projekthemmnisse, die die engagierten BürgerInnen in ihrer Arbeit blockieren und suchen gemeinsam nach Lösungen.
- ▶ Wir fördern das Miteinander der verschiedenen Gruppen, um das Wir-Gefühl zu stärken und die Gruppen als einflussreiche Community in der Öffentlichkeit sichtbar zu machen.
- ▶ Wir unterstützen die übergreifende Vernetzung mit Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft, Gesellschaft, Politik und Verwaltung, damit tragfähige Maßnahmen und Projekte in Co-Kreation entstehen können.

### Nutzen für die Wissenschaft

- ▶ Wir möchten den Zugang zu dieser Bewegung erleichtern und vermitteln, wie sich lokale Hochschulen wirksam mit dieser Bewegung vernetzen und sie aktiv unterstützen können.
- ▶ Wir zeigen auf, was Menschen bewegt und motiviert, sich aktiv zu engagieren.
- ▶ Wir untersuchen, wie bürgerliches Engagement und Partizipation besser unterstützt werden können.
- ▶ Wir sammeln Hinweise, wie Nachhaltigkeitstransfer in Co-Kreation mit allen gesellschaftlichen Akteuren gelingen kann.



## Nutzen für lokale Politik & Verwaltung

- ▶ Wir zeigen auf, welche vielfältigen Nachhaltigkeits- und Klimaschutzorganisationen es in Aachen und der StädteRegion gibt.
- ▶ Wir möchten den Zugang zu dieser Bewegung erleichtern und vermitteln, wie sich lokale Politik und Verwaltung wirksam mit dieser Bewegung vernetzen und sie aktiv unterstützen können.
- ▶ Wir zeigen auf, welchen wertvollen Input die Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung leisten kann, damit vorhandenes Wissen und Ressourcen effektiver eingesetzt werden können.
- ▶ Wir möchten die Themen für eine zukunftsfähige, innovative Region voranbringen, die die BürgerInnen wirklich bewegen und bürgerliche Partizipation über die Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbewegung hinaus fördern.

## Nutzen für lokale Wirtschaft & Unternehmen

- ▶ Wir zeigen auf, welche vielfältigen Nachhaltigkeits- und Klimaschutzorganisationen es in Aachen und der StädteRegion gibt.
- ▶ Wir möchten den Zugang zu dieser Bewegung erleichtern und vermitteln, wie sich Wirtschaft und lokale Unternehmen wirksam mit dieser Bewegung vernetzen und sie aktiv unterstützen können (z.B. im Zuge unternehmerischer CSR Strategien).



# 4 Akteursmapping

## 4.1 Hintergrund

Welche Initiativen in Aachen und der StädteRegion setzen sich eigentlich für Nachhaltigkeit und Klimaschutz ein? In einem ersten Schritt haben wir – als Grundlage für die spätere Erhebung – eine Übersicht mit allen Nachhaltigkeits- und Klimaschutzinitiativen, die wir in Aachen und der StädteRegion identifizieren konnten, erstellt.

Zwei Jahre zuvor hatte ein Team engagierter junger Frauen in Zusammenarbeit mit dem Eine Welt Forum Aachen e.V. den „Stadtplan der Alternativen“ entwickelt. Es handelt sich um einen Faltplan, der 44 Aachener Nachhaltigkeitsinitiativen vorstellt, nach Arbeitsschwerpunkten kategorisiert und ihren Wirkungsort auf einem Stadtplan markiert. Schon damals hatte das Projektteam mit dem Namen „Aachen im Wandel“ festgestellt, dass die Aachener Bewegung weitaus größer ist als die abgedruckten 44 Initiativen. Auf dieser Arbeit wollten wir aufbauen.

## 4.2 Methodik

Mit tatkräftiger Unterstützung ehrenamtlicher HelferInnen haben wir zunächst die bestehenden Netzwerke nach den ihnen angeschlossenen Initiativen untersucht. Parallel wurde eine ausführliche Online-Recherche, sowohl im Netz als auch in den sozialen Medien, durchgeführt. Viele Initiativen konnten wir durch Gespräche mit MultiplikatorInnen innerhalb der Bewegung identifizieren. Darüber hinaus haben wir die bekannten Begegnungsorte der Initiativen besucht, Flyer und Veranstaltungsplakate gesichtet. Auch durch den regelmäßigen Besuch von öffentlichen Veranstaltungen sowie Netzwerktreffen konnten wir die Liste weiter ausbauen.

Von Beginn an haben wir aktive Öffentlichkeitsarbeit betrieben, in der Presse wurde über das Projekt berichtet und wir haben Inhalte unserer Arbeit über unsere Website, einen Blog und Social Media Arbeit geteilt. Dadurch ist eine Sichtbarkeit entstanden, die viele Initiativen dazu bewegte, aktiv an uns heranzutreten. Mit dem offiziellen Ende der Recherchearbeiten im Sommer 2019 war die Liste jedoch nicht fertig. Wir haben festgestellt, dass so eine Übersicht nicht starr ist, sondern kontinuierlich wächst und sich entwickelt.

Aber wer gilt eigentlich als Nachhaltigkeits- und Klimaschutzinitiative? Im Rahmen des Forschungsprojekts waren uns für die Erfassung die folgenden Kriterien von Bedeutung: regionaler Bezug, institutionalisierte Gruppen (z.B. eingetragene Vereine), Regionalgruppen (also Repräsentanzen von internationalen oder bundesweit agierenden NGOs), organisierte Bürgerinitiativen.

Um im Rahmen der Befragung ein breiteres Bild der mit dem Transformationsprozess befassten Akteure zu erreichen, haben wir im späteren Verlauf auch einige (wenige) gemeinnützige Unternehmen, Genossenschaften, Stiftungen, Bildungsinstitutionen sowie Gemeinden aufgenommen. Inhaltlicher Arbeitsschwerpunkt der Initiativen sollten ein oder mehrere der 17 Nachhaltigkeitsziele (SDGs) sein.

## 4.3 Ergebnisse

Vor Projektbeginn waren wir von einer groben Schätzung von 80-100 Initiativen ausgegangen, die sich in Aachen und der StädteRegion für die 17 Nachhaltigkeitsziele engagieren. Stand heute (September 2020), konnten 220 Initiativen identifiziert werden. Diese Initiativen haben wir hauptsächlich (98%) in Aachen-Stadt vorgefunden, nur wenige (2%) in der umliegenden StädteRegion. Die beeindruckende Vielzahl der zivilgesellschaftlichen Akteure hat nicht nur unsere Erwartungen weitaus übertroffen, sie hat auch den vorgesehenen Zeitaufwand für diese Projektphase mehr als verdoppelt. Aus diesem Grund haben wir die Recherche nicht weiter aktiv auf die StädteRegion ausgedehnt.

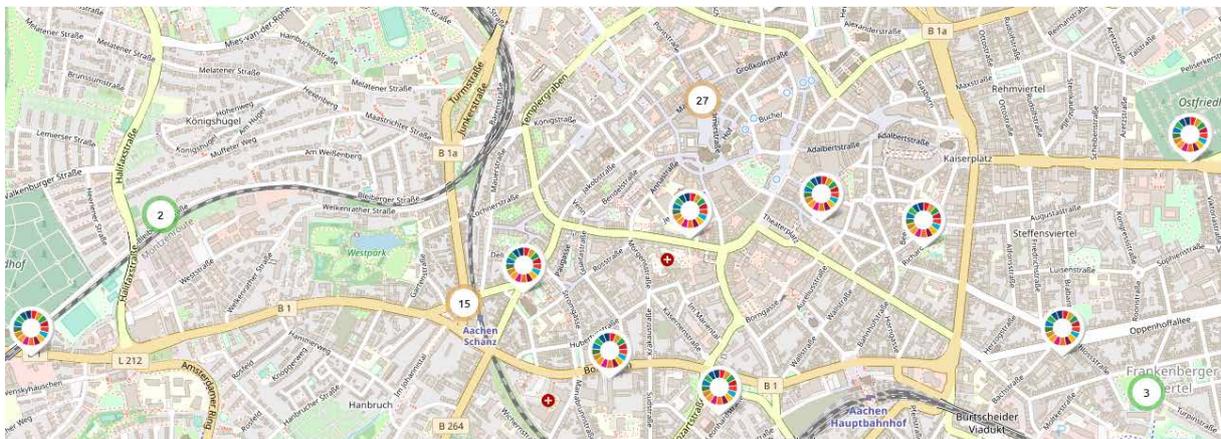
## 4.4 Online-Übersicht

Was eigentlich nur als Arbeitsgrundlage für die spätere Erhebung entstand, ist auf großes Interesse in der Bewegung gestoßen. Bereits mit dem ersten Zeitungsartikel, der den Start der Erhebungsphase ankündigte und auf die enorme Vielfalt an identifizierten Initiativen hinwies, wurde zunehmend der Wunsch an uns herangetragen, die recherchierte Übersicht zu veröffentlichen.

Um diesem Wunsch nachzukommen, haben wir eine Online-Übersicht erstellt. Diese kann unter [www.we-at-aachen.de/initiativen](http://www.we-at-aachen.de/initiativen) aufgerufen werden. Hier werden alle Initiativen mit Namen und Kontaktdaten aufgelistet. Darüber hinaus hat jede Gruppe die Möglichkeit, in einem Kurztex t ihr Wirken vorzustellen. Die user-freundliche Oberfläche erlaubt es den NutzerInnen, nach SDGs, nach Arbeitsschwerpunkten sowie nach Schlagworten zu suchen. Auch werden alle Initiativen mit einer festen postalischen Anschrift auf einer digitalen Stadtkarte angezeigt.

Eine solche Übersicht kann immer nur eine Momentaufnahme darstellen, auch können wir keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben. Da wir auf der gegenwärtig geschaffenen Basis aufbauen wollen und die Liste weiter mit Leben gefüllt werden soll, werden wir im Rahmen eines Folgeprojekts Kapazitäten freistellen, um auch in den nächsten drei Jahren entsprechende Pflege- und Ergänzungsarbeiten durchführen zu können.

Initiativen, die sich in der Übersicht heute noch nicht wiederfinden, können sich gerne unter [mg@1wf.de](mailto:mg@1wf.de) melden, um nachgetragen zu werden.



# 5 Methodik von Erhebung & Datenanalyse

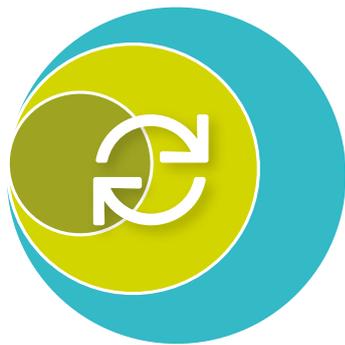
## 5.1 Fragebogenentwicklung

Nachdem wir im ersten Schritt die Initiativen zusammengetragen hatten, die für die Befragung relevant sein sollten (siehe Kapitel 4), wurde mit Unterstützung des Instituts für politische Wissenschaft (IPW) der RWTH Aachen der Fragebogen entwickelt. Dabei standen wir im engen Austausch mit Multiplikatoren aus der Bewegung, die den Aufbau des Fragebogens inhaltlich konstruktiv unterstützten und sich zudem dafür einbrachten, dass er die größtmögliche Akzeptanz während der Befragung erhält. Auch haben wir Kontakte zu ähnlichen Projekten aufgenommen, die in den vergangenen Jahren in der Bundesrepublik durchgeführt wurden, um Inspiration zu gewinnen, von ihrem Best Practise zu lernen und Fehler zu vermeiden. Namentlich: „Innovationsmelder“ der TU Dortmund, „Klimanetze“ in Bielefeld sowie das „Akteursmapping“ des Allerweltshaus in Köln.

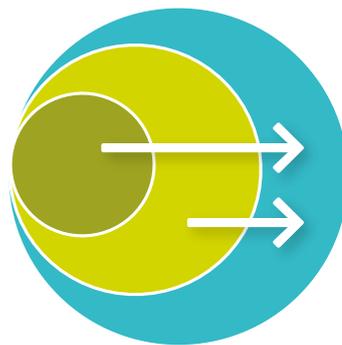
Der so entstandene Fragebogen ist zweigeteilt. Der erste Teil nimmt eine Inside-In Betrachtung vor. Damit verbunden haben wir zunächst das Wirken der einzelnen Initiativen (u.A. Gründungsmotivation, Mission, Mitgliederstruktur, Finanzierung, etc.) erfragt. Anschließend wurde die Bewegung an sich analysiert (u.A. Kooperationsverhalten, Mitwirkung in Netzwerken, Kannibalisierungseffekte, Ermittlung möglicher Arbeits- und Projektschnittstellen sowie geteilter Bedarfe und Hemmnisse).

Im zweiten Teil haben wir eine Inside-Out Betrachtung durchgeführt und die Erfahrungen der Initiativen in Bezug auf die Kooperation mit den externen Akteursgruppen untersucht. Dabei wurden bestehende Zugänge und Schnittstellen sowie Bedarfe und Hemmnisse, Wünsche und Ideen in Bezug zu lokaler Politik, Verwaltung und Stadt, Wirtschaft und Unternehmen, Wissenschaft und Hochschule und lokaler Presse und Medien abgefragt. Abbildung 2 zeigt eine grafische Darstellung des vorgefundenen Akteurssettings sowie der Inside-In und Inside-Out Betrachtung.

Bei der Formulierung der Fragen haben wir darauf geachtet, möglichst viele quantitative Fragen zu stellen, um einerseits das Antworten zu erleichtern, andererseits um eine bessere statistische Auswertbarkeit zu erreichen. Darüber hinaus konnten die Befragten am Ende jedes Themenblocks frei berichten.



**Inside-In Betrachtung**



**Inside-Out Betrachtung**

Abb. 2: Akteurssetting mit Inside-In und Inside-Out Betrachtung

## 5.2 Kontaktaufnahme & Interviewkoordination

Um bei der Befragung ein ausgewogenes Bild zu erreichen und das ganze Spektrum an Bedarfen, Hemmnissen, Herausforderungen, Wünschen und Visionen abzudecken, haben wir bei der Auswahl der Initiativen für das Interview darauf geachtet, dass ein Gleichgewicht verschiedener Parameter erreicht wird:

- ▶ institutionalisierte und nicht-institutionalisierte Gruppen
- ▶ Regionalgruppen bundesweiter oder internationaler NGOs
- ▶ ganz junge (1-3 Jahre) und langjährig etablierte (> 100 Jahren) Initiativen
- ▶ kleine Gruppen (< 10 Mitglieder) und große Gruppen (> 500 Mitglieder)

Kontaktiert wurden rund 160 Initiativen. Gerade zu Beginn des Projektes musste bei den Rückmeldungen zunächst Aufklärungsarbeit (Was haben wir vor? Warum? Welchen Nutzen hat das?) geleistet werden, weil das Projekt noch nicht bekannt war. Bei vielen Initiativen war das Interesse so groß, dass gleich mehrere Personen aus dem Vorstand bzw. Kernteam an den Interviews teilnehmen wollten.

## 5.3 Interviewdurchführung

Die ersten 6-8 Interviews wurden mit „vertrauten“ Initiativen geführt. Dies diente als praktischer Testlauf, um sicherzustellen, wie der Fragebogen und die Befragung funktionieren und um Feedback einzuholen.

Insgesamt wurde der Fragebogen auf 93 Initiativen angewendet. Die meisten Interviews fanden im persönlichen Gespräch mit 1-3 VertreterInnen pro Initiative statt. Während der Corona-Situation wurden die Befragungen zudem per Videokonferenz oder Telefon durchgeführt. Aufgrund des regen Interesses vieler Initiativen war die Interviewphase mit deutlichem Mehraufwand verbunden. Ursprünglich waren wir von ca. einer Stunde pro Interviewtermin ausgegangen, teilweise haben die Gespräche weit über zwei Stunden in Anspruch genommen. Denn da der Interviewleitfaden sehr breit und umfassend aufgestellt war, haben zusätzlich zur Befragung viele Initiativen und Vereine die Gelegenheit genutzt, um eine erste, einführende Beratung zu Organisationsstruktur, Projektmanagement, Finanzierung, Partnering in Anspruch zu nehmen und großes Interesse an umfassenden Coachings bekundet. Einen entsprechenden Baustein haben wir in das bereits konzipierte Folgeprojekt eingebaut.

Aus Ressourcen-Gründen, aufgrund des enormen Zeitaufwandes und um die Anonymität der Befragten zu wahren, haben wir auf eine Transkription der umfassenden Gespräche verzichtet. Im Anschluss an jede Befragung war eine Nachbearbeitung der Fragebögen notwendig.

## 5.4 Corona-Zusatzbefragung

Aufgrund der Corona-Situation und der damit verbundenen Herausforderungen für die Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung haben wir zusätzlich zur eigentlichen Befragung eine Corona-Zusatzbefragung durchgeführt. Von Anfang April bis Mitte Juli 2020 haben wir mit 24 freiwilligen Initiativen über ihr Engagement während Corona gesprochen. Das halbstündige Interview basierte in der Hauptsache auf einem einheitlichen Gesprächsleitfaden zu Erfahrungen, Hemmnissen und Einschränkungen sowie wahrgenommenen Vorteilen. Darüber hinaus wurde ein Aktivitätsindex erhoben, mit der wir die Aktivität der Initiative im Vergleich zur Zeit vor Corona messen konnten.

## 5.5 Interviewauswertung & Datenanalyse

Die Auswertung der Daten erfolgte mittels Methoden der Sozialforschung und einer Excel-unterstützten Auswertung. Dabei wurden wir durch das uns begleitende Experten-Gremium aus WissenschaftlerInnen, MultiplikatorInnen und ehrenamtlich engagierten BürgerInnen unterstützt.

Während die quantitativen Daten nach statistischen Methoden ausgewertet wurden, konnten wir die qualitativen Daten über eine Bündelung in Kernaussagen darstellbar machen. Lange, umfassende Berichte wurden dabei – wenn sie mehrere Kernaussagen enthielten – gestückelt und den einzelnen Kernaussagen zugeordnet.

Anfang August 2020 haben wir eine erste interne Ergebnispräsentation vor 16 UnterstützerInnen, ExpertInnen und MultiplikatorInnen durchgeführt. Ziel der Veranstaltung war es, die Ergebnisse aus verschiedenen Blickwinkeln zu beleuchten und zu ergänzen.

Abschließend wurden die umfassenden Ergebnisse, zur Erstellung professioneller Info-Graphics, an die Grafik übergeben. Im August und September sind daraufhin diese Ergebnisbroschüre sowie eine umfassende Roll-Up Ausstellung entstanden. Die Einzelelemente der Ausstellung sollen im Folgeprojekt weiter verwendet werden.



# 6 Ergebnispräsentation

## Teil 1 - Inside-In Betrachtung

### 6.1 Allgemeines



#### **Institutionalisierung**

43% der befragten Initiativen sind institutionalisierte Vereine (e.V.), 42% lose, nicht-institutionalisierte Gruppen (wie Bürgerinitiativen, Aktions- und Regionalgruppen, Arbeitskreise). Weiterhin haben auch acht (gemeinnützige) Unternehmen an der Befragung teilgenommen sowie sechs „sonstige Organisationsformen“, namentlich Genossenschaften, Stiftungen, Verbände und Gemeinden.

43%

Verein (e. V.)



41,9%

Initiative



8,6%

Unternehmen

(Gemeinnützig)

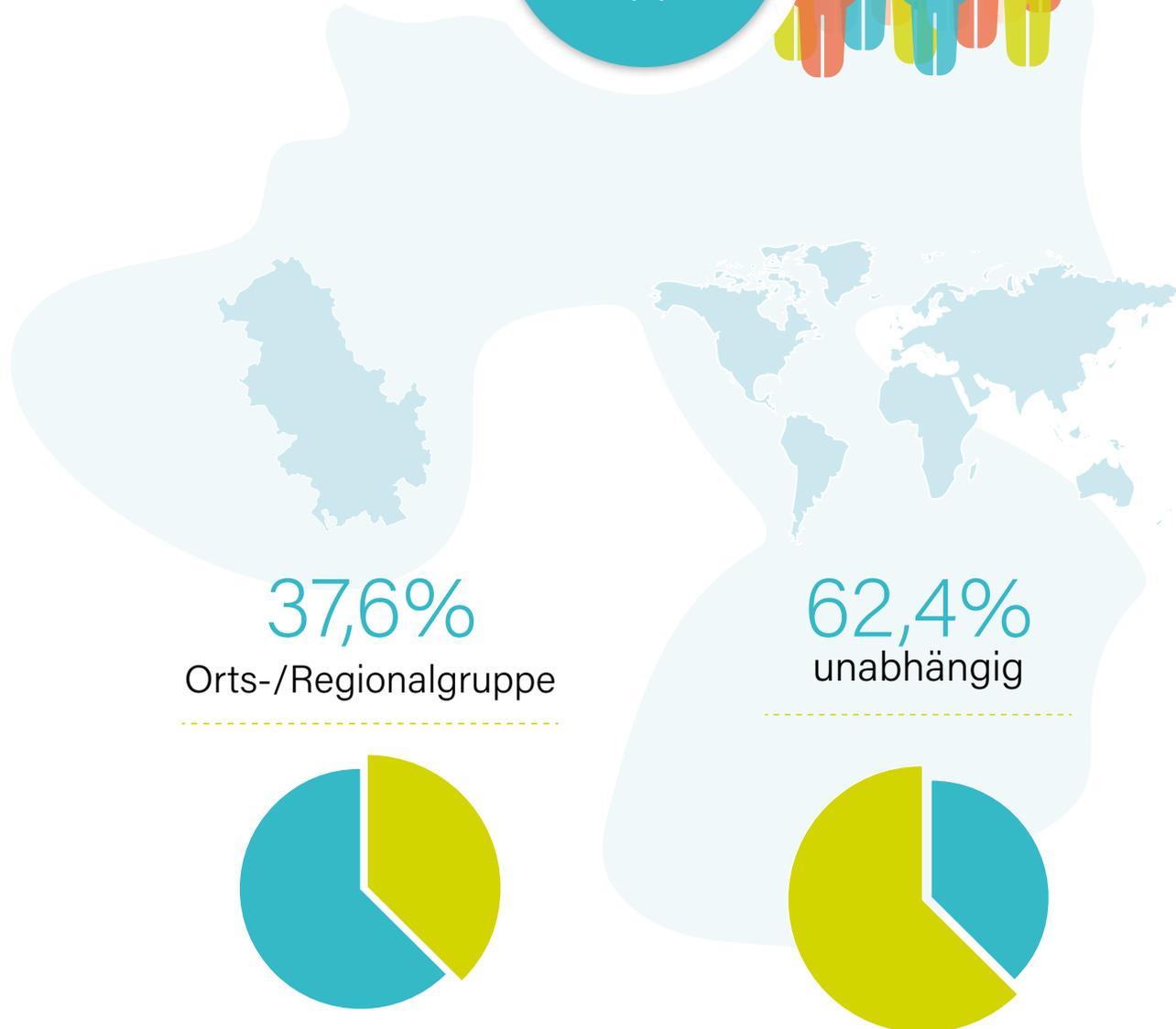


6,5%

Sonstige

(Genossenschaft,  
Verband, Gemeinde,  
Stiftung)





### Ortsgruppen

35 der befragten 93 Initiativen repräsentieren bundesweite bzw. internationale Organisationen als lokale Regionalgruppen. Die restlichen 58 Initiativen sind von einer Dachorganisation unabhängige Gruppen.

## Mitgliederstruktur – Anzahl Mitglieder

Während in Vereinen die Mitglieder-Frage, aufgrund der formalen Anmeldung, sehr klar und einfach zu beantworten ist, war bei nicht-institutionalisierten Gruppen eine grobe Einschätzung notwendig. Um in der Analyse jedoch kein Ungleichgewicht zwischen Vereinen und losen Gruppen zu provozieren, haben wir die Frage nach den Mitgliedern wie folgt aufgeweicht: „Nennen Sie die Anzahl der Menschen, die sich Ihrer Organisation (unabhängig einer formalen Anmeldung) zugehörig fühlen.“, denn es zeigte sich, dass sich auch in institutionalisierten Vereinen Menschen unabhängig von einer formalen Anmeldung engagierten.

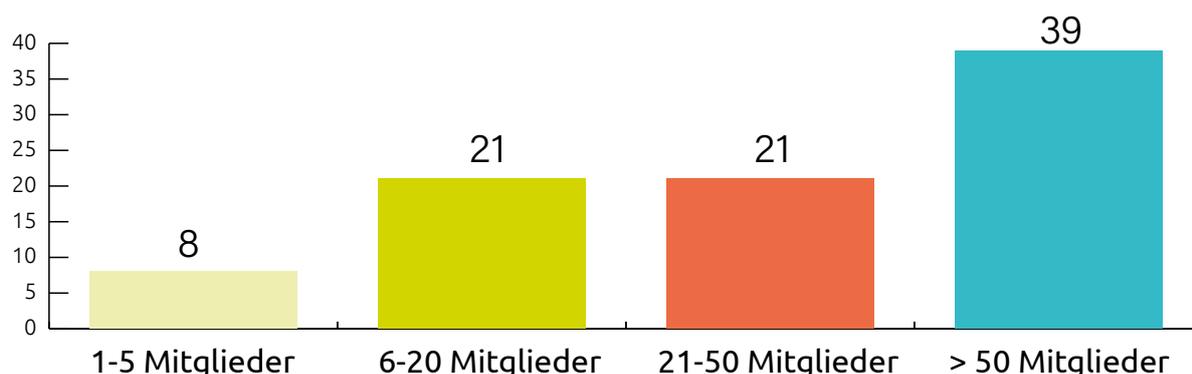


Abb. 3: Anzahl & Verteilung der Mitglieder

Diese Erkenntnis deckt sich mit den neuerlichen Erkenntnissen aus dem Dritten Engagementbericht der Bundesregierung: Dieser stellt fest: „... dass sich die Organisationsformen des Engagements verändern. Neben institutionell organisiertem Engagement gewinnen flexiblere und projektähnliche Formen an Bedeutung, beispielsweise innerhalb von Aktionen, bei denen Menschen sich spontan oder nur auf begrenzte Zeit für ein Anliegen einsetzen.“<sup>8</sup>

### Menschen, die sich einer Initiative zugehörig fühlen

93 Initiativen  
haben zusammen  
**13.499**  
Mitglieder.

Das sind  
durchschnittlich  
**145**  
Mitglieder  
pro Initiative.



### Menschen, die sich aktiv engagieren.

Anzahl Aktiver  
**1.910**

Das sind  
durchschnittlich  
**21**  
Mitglieder  
pro Initiative.

<sup>8</sup> Deutscher Bundestag (2020): „Dritter Engagementbericht – Zukunft Zivilgesellschaft: Junges Engagement im digitalen Zeitalter“ Drucksache19/19320. [online] <https://www.bmfsfj.de/blob/156652/164912b832c17bb6895a31d5b574ae1d/dritter-engagementbericht-bundestagsdrucksache-data.pdf> [14.08.2020].

Die Befragung nach der Anzahl von Mitgliedern ergab, dass sich in den 93 befragten Initiativen insgesamt 13.499 Mitglieder engagieren, das sind durchschnittlich 145 Mitglieder pro Initiative. Rechnen wir diese Zahl auf die insgesamt für Aachen ermittelten 220 Initiativen hoch und gehen von einem Faktor von 0,6<sup>9</sup> für mehrfach-Engagierte aus, so sind fast 20.000 BürgerInnen in der Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung engagiert. Das entspricht 7,7% der Einwohnerschaft und 10,6%<sup>10</sup> der Wahlberechtigten. In Deutschland sind rund 20%<sup>11</sup> der BürgerInnen ehrenamtlich engagiert. Transferieren wir diesen Wert auf die EinwohnerInnen der Stadt Aachen, ist davon auszugehen, dass 40%<sup>12</sup> der Aachener EhrenamtlerInnen im Bereich ökologische & soziale Nachhaltigkeit engagiert sind.



9 Der Faktor 0,6 errechnet sich aus der Annahme, dass von 10 Personen, die Mitglied in einem Verein / einer Initiative sind, 1 Person gleichzeitig in 4 Initiativen engagiert ist, 3 Personen in 2 Initiativen und 6 Personen in nur 1 Initiative. Das entspricht 16 Mal Engagement auf 10 Personen (= 0,6).

10 Der Wahlkreis Aachen I (Aachen Stadt, Wahlkreis 87) umfasste bei der Bundestagswahl 2017 179.273 Wahlberechtigte. Der Wahlkreis Aachen II (StädteRegion Aachen, Wahlkreis 88) umfasste 228.247 Wahlberechtigte. Da 98% der Initiativen in Aachen Stadt identifiziert wurden, wurden lediglich die Wahlberechtigten von Wahlkreis I für die Kalkulation berücksichtigt und auf 180.000 aufgerundet. Nicht berücksichtigt ist die Tatsache, dass einige Engagierte (noch) nicht wahlberechtigt sind.

11 Laut Statista.com engagieren sich in Deutschland 17,11 Millionen Menschen (2020) im Ehrenamt. Das entspricht 20,6% von 83,02 Millionen Einwohnern. (Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/173632/umfrage/verbreitung-ehrenamtlicher-arbeit/>)

12 Ausgehend von 248.960 EinwohnerInnen der Stadt Aachen, sind 49.792 BürgerInnen ehrenamtlich engagiert (= 20%). 20.000 davon im Bereich Nachhaltigkeit und Klimaschutz (= 40%).

## Mitgliederstruktur – Anzahl Aktiver

Darüber hinaus haben wir die Initiativen gefragt, wie viele Menschen aus ihrem engeren Kreis sich ganz aktiv für die Visionen und Ziele sowie die organisatorischen Aufgaben der Initiative einsetzen. Die Grafik zeigt, dass sich meist 6-20 aktive Personen um das „Kerngeschäft“, also die operativen und strategischen Aufgaben der Gruppe, kümmern.

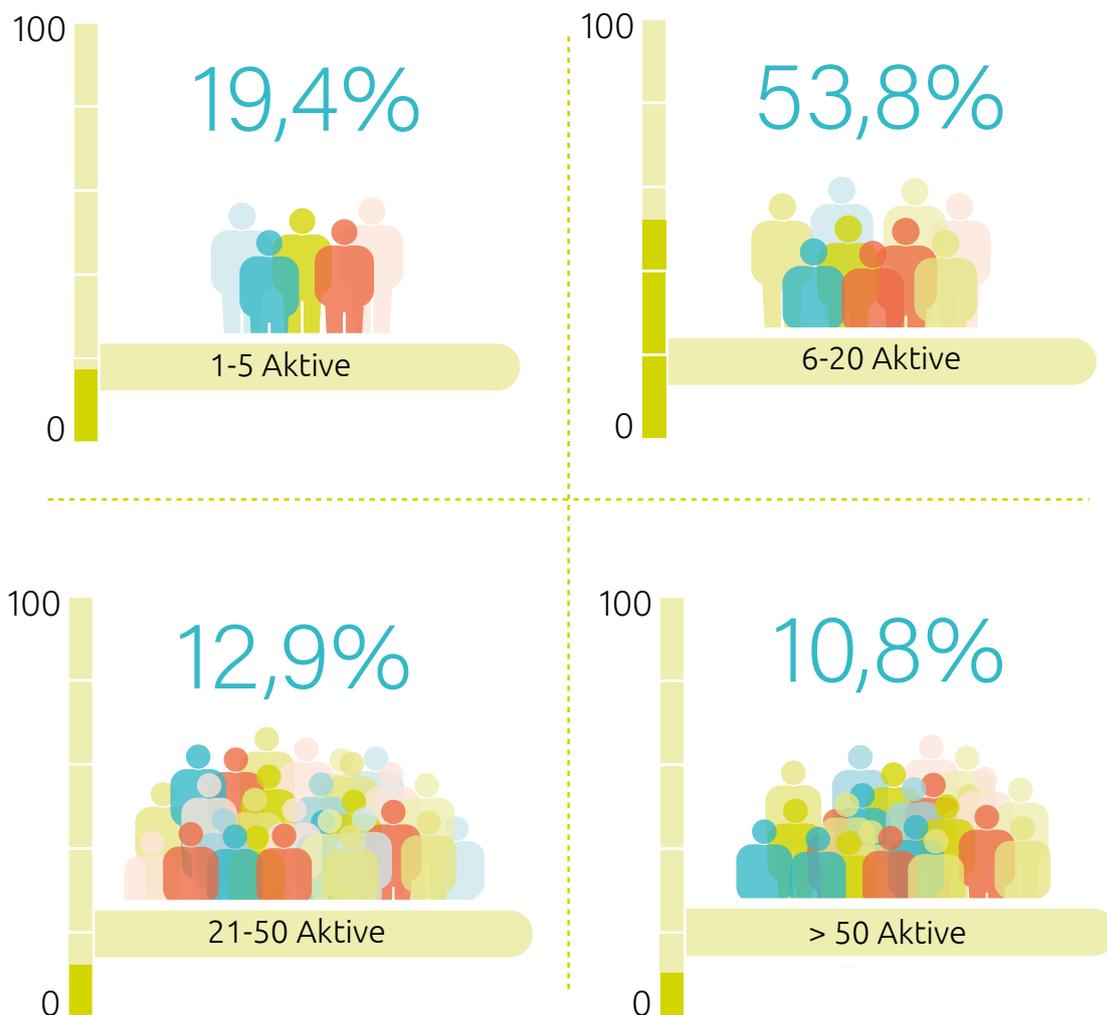
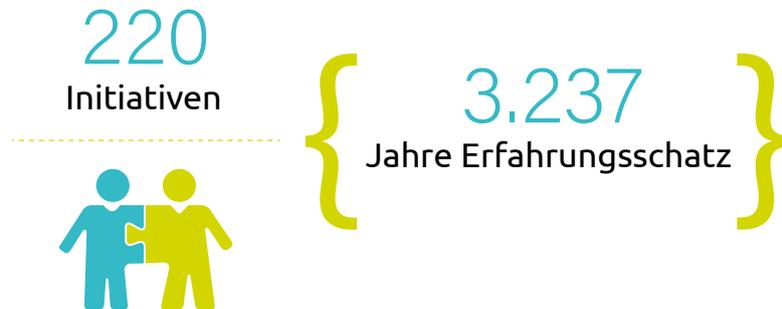


Abb. 4: Anzahl & Verteilung Aktiver

## Wirkzeitraum

Um den Wirkzeitraum der Initiativen evaluieren zu können, haben wir gefragt, wie lange die jeweilige Gruppe seit ihrer Gründung aktiv ist. In Summe sind die 93 Initiativen seit insgesamt 1.368 Jahren engagiert. Eine Hochrechnung auf alle 220 Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutz-Initiativen ergibt 3.237 Jahre, das entspricht einem durchschnittlichen Engagement von 15 Jahren pro Initiative.



Warum diese Hochrechnung? Im Laufe des Forschungsprojektes hat sich gezeigt, wie viel Kompetenzen, Expertise und Wissen in der Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung vorhanden ist. Die Hochrechnung des Wirkungszeitraums auf 3.237 Jahre soll noch einmal den gesamten Erfahrungsschatz unterstreichen.

Dabei variiert der jeweilige Wirkzeitraum pro Initiative stark zwischen einem Jahr und über 100 Jahren. Es fällt auf, dass sich insbesondere in den vergangenen drei Jahren viele neue Gruppen gebildet haben. Die Grafik (Abb. 5) verdeutlicht noch einmal, dass es uns im Rahmen der Befragung gelungen ist, eine gleichmäßige Verteilung aller Wirkzeiträume einzubeziehen.

Abb. 5: Wirkzeitraum der Initiativen



## Finanzierung

Im Themenblock „Finanzierung“ konnten die Befragten ihren Zugriff auf verschiedene Finanzierungsmittel mit „nie“, „selten“, „gelegentlich“, „oft“ oder „immer“ bewerten. Die Grafik (Abb.6) zeigt, dass von 65 aus 93 Initiativen auf „Spenden von Privatpersonen“ zugegriffen wird, auch greifen 46 Initiativen auf Fördermittel / Drittmittel von Stiftungen, Bund und Land, Gerichtskassen, etc. zu. 46 Initiativen erhalten Mitgliedsbeiträge. Den zweiten Platz bei der Finanzierung des Engagements belegt jedoch die „Private Tasche“, also wenn die Engagierten aus eigener Tasche die Kosten für Projekte, Veranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit, etc. übernehmen. Die Frage nach der Finanzierung wird in Kapitel 6.4 „interne Bedarfe & Hemmnisse“ noch einmal näher beleuchtet.

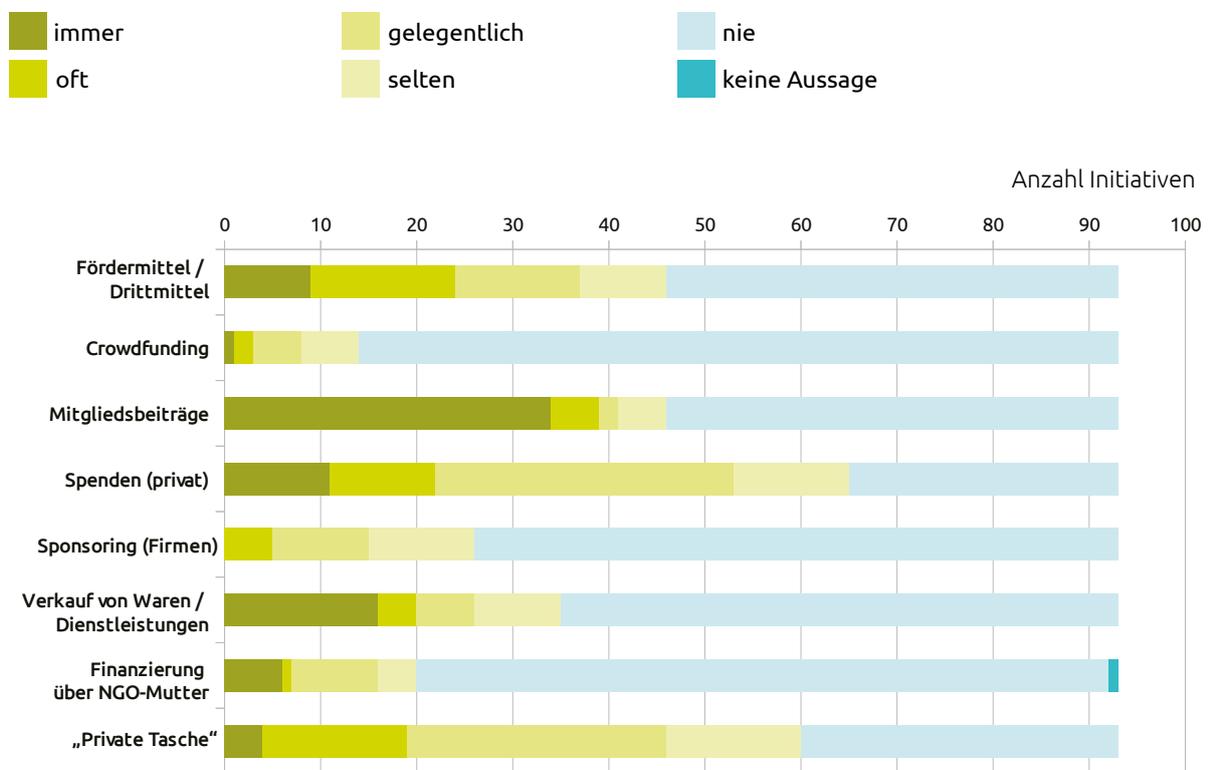


Abb. 6: Finanzierung der Initiativen

## Organisationsstruktur

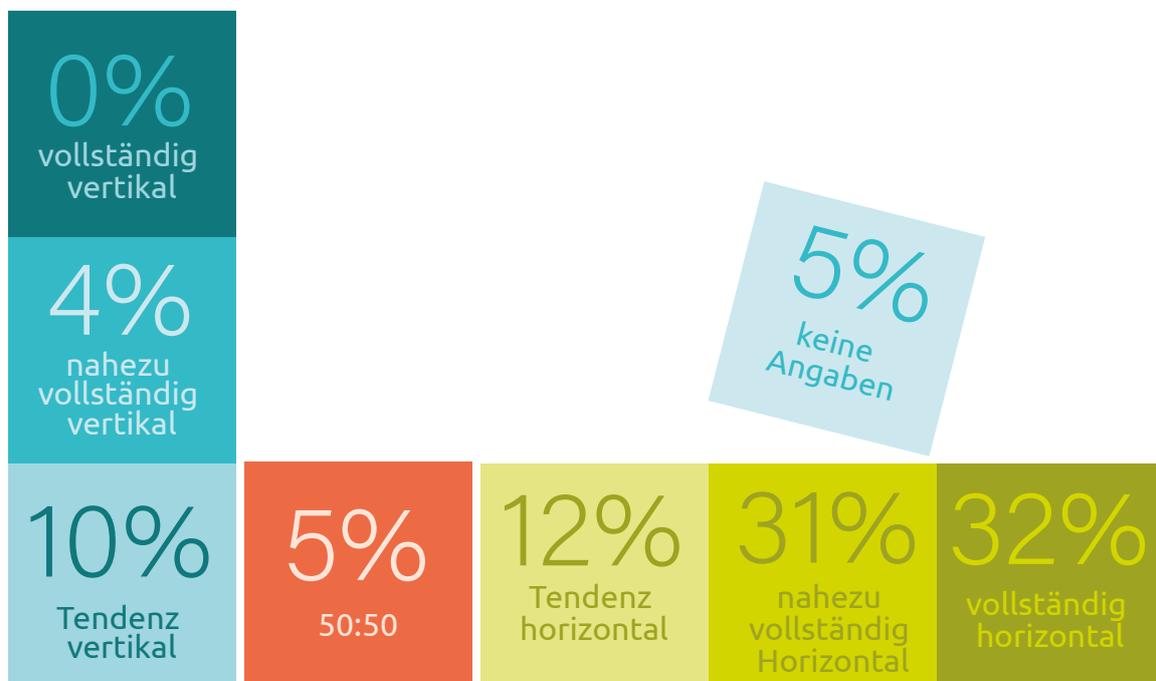
Im Bereich „Organisationsstruktur“ konnten die Befragten mit „ja“ oder „nein“ beantworten, ob ihre Initiative mit festen Strukturen arbeitet. Mehr als die Hälfte gaben an, dass Arbeitsgruppen gebildet wurden, knapp weniger als die Hälfte gab an, dass es konkrete Projektgruppen gibt. Die Hälfte der befragten Initiativen ist mit festen personengebundenen Verantwortlichkeiten in „Ressorts“ engagiert. Beispiele für klassische Ressorts sind „Mitgliederbetreuung“, „Öffentlichkeitsarbeit“ oder „Finanzen“.

## Entscheidungsstrukturen

Die Frage nach der Entscheidungsstruktur konnten die Befragten mit Hilfe eines horizontalen Balkendiagramms beantworten. Dieser Balken stand zwischen zwei Polaritäten: die extreme Ausprägung in die eine Richtung (100/0) repräsentierte eine „vollständig vertikale Entscheidungsstruktur“. Das bedeutet, eine Einzelperson entscheidet für die gesamte Organisation. Die extreme Ausprägung nach der anderen Polarität (0/100) stand für eine „vollständig horizontale Entscheidungsstruktur“, also wenn alle Mitglieder gleichberechtigt, ganz ohne formelle Entscheidungsstrukturen, entscheiden. Zwischen den beiden extremen Polaritäten war jede proportionale Zuordnung (z.B. 90/10 oder 30/70) möglich.

Die Grafik (Abb. 7) zeigt, dass 32% der Initiativen ihre Entscheidungsstruktur als vollständig horizontal (100 horizontal – 0 vertikal) einordnen, es gibt also keine Instanz, in der Entscheidungen für die Initiative gefällt werden. Alles wird im Plenum mit allen vertretenen Mitgliedern gemeinsam entschieden. 31% der Initiativen ordnen ihre Entscheidungsstruktur als nahezu vollständig horizontal (90/10 oder 80/20) ein, weitere 12% als tendenziell „horizontal“. Die 4% „nahezu vollständig vertikalen Entscheidungsstrukturen“ sind meist auf Kleingruppen zurückzuführen, die von einer Person initiiert und gelenkt werden.

Abb. 7: Entscheidungsstrukturen der Initiativen



Feststellend kann man sagen, dass mit der Institutionalisierung einer Initiative auch der Grad an Vertikalität zunimmt, weil durch die geschaffene Vereins- und Vorstandsstruktur feste Verantwortlichkeiten vergeben werden. Initiativen, die bereits einige Monate oder Jahre aktiv sind, berichten ebenfalls von zunehmender Vertikalität, da mit der Zeit gewachsene Arbeitshierarchien entstehen. Diese entstehen beispielsweise, weil viele Menschen langfristig nicht genügend Zeit aufbringen können, um organisatorische und strategische Aufgaben zu übernehmen. Also vertrauen sie auf ein aktives Kernteam. Bei vollständig horizontalen Strukturen besteht jedoch die Gefahr, dass es ganz ohne feste Strukturen oder Leitlinien zu gewachsenen, nicht demokratisch abgestimmten Hierarchien kommt: z.B. das „Recht der Aktiven“, Arbeitshierarchien, Wissenshierarchien, Erfahrungshierarchien und dem Recht der (argumentativ) Stärkeren oder dominanter bzw. extrovertierter Persönlichkeiten.

”

„Es ist ganz normal, dass irgendwann Arbeits- oder Wissenshierarchien entstehen, sie müssen jedoch transparent sein und dürfen niemanden ausschließen.“

„Uns ist Konsens wichtig, wir wollen aber auch keine Zeit in destruktiven, nicht zielführenden Diskussionen verlieren, daher setzen wir auf Soziokratie.“

„Wir versuchen immer den kompletten Konsens zu bekommen, aber das ist oft schwierig und sehr langwierig.“

„Man kann sich ganz schnell in Kleinigkeiten verheddern, wenn es keine Leitlinien gibt.“

“

# 6.2 Motivation & Mission

## Gründungsmotivation

Im Abschnitt „Gründungsmotivation“ wurden die Befragten gebeten, frei zu erzählen, aus welcher Motivation heraus sich die Initiative gegründet hat. Die ausführlichen Antworten konnten in sieben Kernaussagen zusammengefasst werden:

- ▶ **Vernetzung:** Dahinter steht der Wunsch nach Bündelung von Gruppen und gemeinschaftlicher Zusammenarbeit.
- ▶ **Abspaltung:** Menschen, die sich aus einer anderen Initiative heraus zu einer neuen Gruppe zusammenfinden. Weil sie ihre Bedürfnisse und Ziele nicht (mehr) optimal vertreten sahen, haben sie mit der Neugründung dem Bedürfnis nach Weiterentwicklung Raum gegeben.
- ▶ **Dachorganisation:** BürgerInnen, die die Ziele und Visionen bundesweiter bzw. internationaler Gruppen teilen und eine Regionalgruppe aufbauen.
- ▶ **Aufklärung:** Menschen, die den Wunsch haben, Informations- und Bildungsarbeit zu leisten und über bestimmte Themen aufzuklären.
- ▶ **Politisches Statement:** Eine aktuelle Situation macht schnelles Handeln erforderlich. Menschen werden aktiv als Reaktion auf diese Situation bzw. eine akute Notlage.
- ▶ **Konkrete Projekte:** Menschen, die sich zusammenschließen, um eine ganz konkrete Projektidee zu realisieren.
- ▶ **Wertegemeinschaft:** Gruppen, die sich als Raum für gelebte Gemeinschaft und Werte gründen. Hier stehen persönliche und gemeinschaftliche Verantwortung und Entwicklungspotenziale im Vordergrund.

Teilweise überschneiden sich verschiedene Gründungsmotivationen, gewertet wurde immer der Kerntreiber, der als besonders dominante Kraft eingeschätzt wurde. Die Grafik (Abb. 8) zeigt: neben konkreten Projekten (29%) war der Wunsch, aufzuklären, Informations- und Bildungsarbeit zu leisten (18,3%) die wichtigste Motivation.

Informationsarbeit leisten jedoch fast alle Initiativen. Entweder sie arbeiten von Grund auf her aufklärend, dann ist die Informationsarbeit eher „push“ ausgerichtet, d.h. die Initiative bietet sich aktiv an, z.B. im Rahmen von Veranstaltungen und Projekten über ihre Themen zu berichten. Oder sie arbeiten an konkreten Projekten und werden daraus resultierend für Bildungsarbeit angefragt. Dann ist die Informationsarbeit eher „pull“ ausgerichtet.

# 93 Gruppen

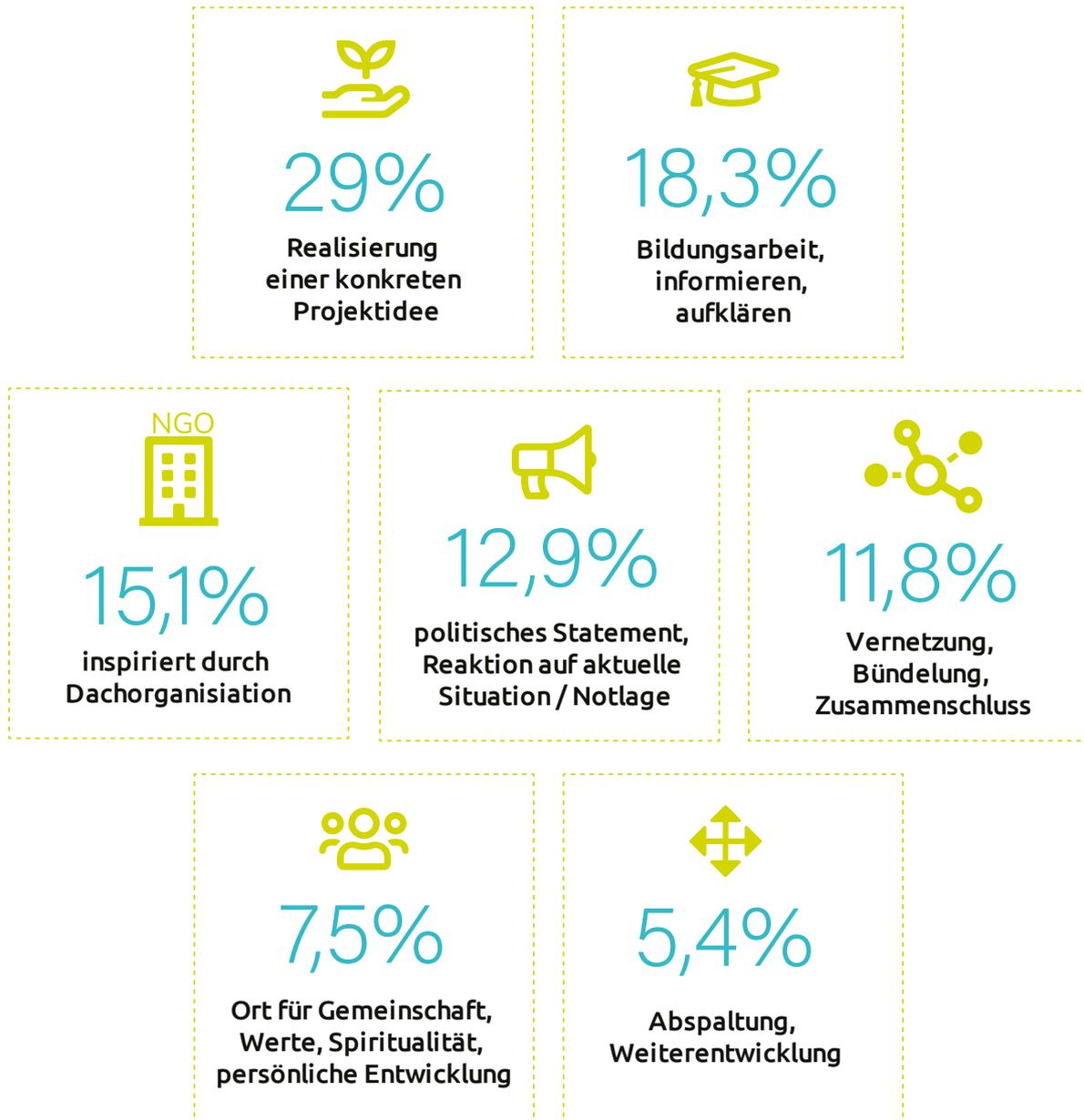
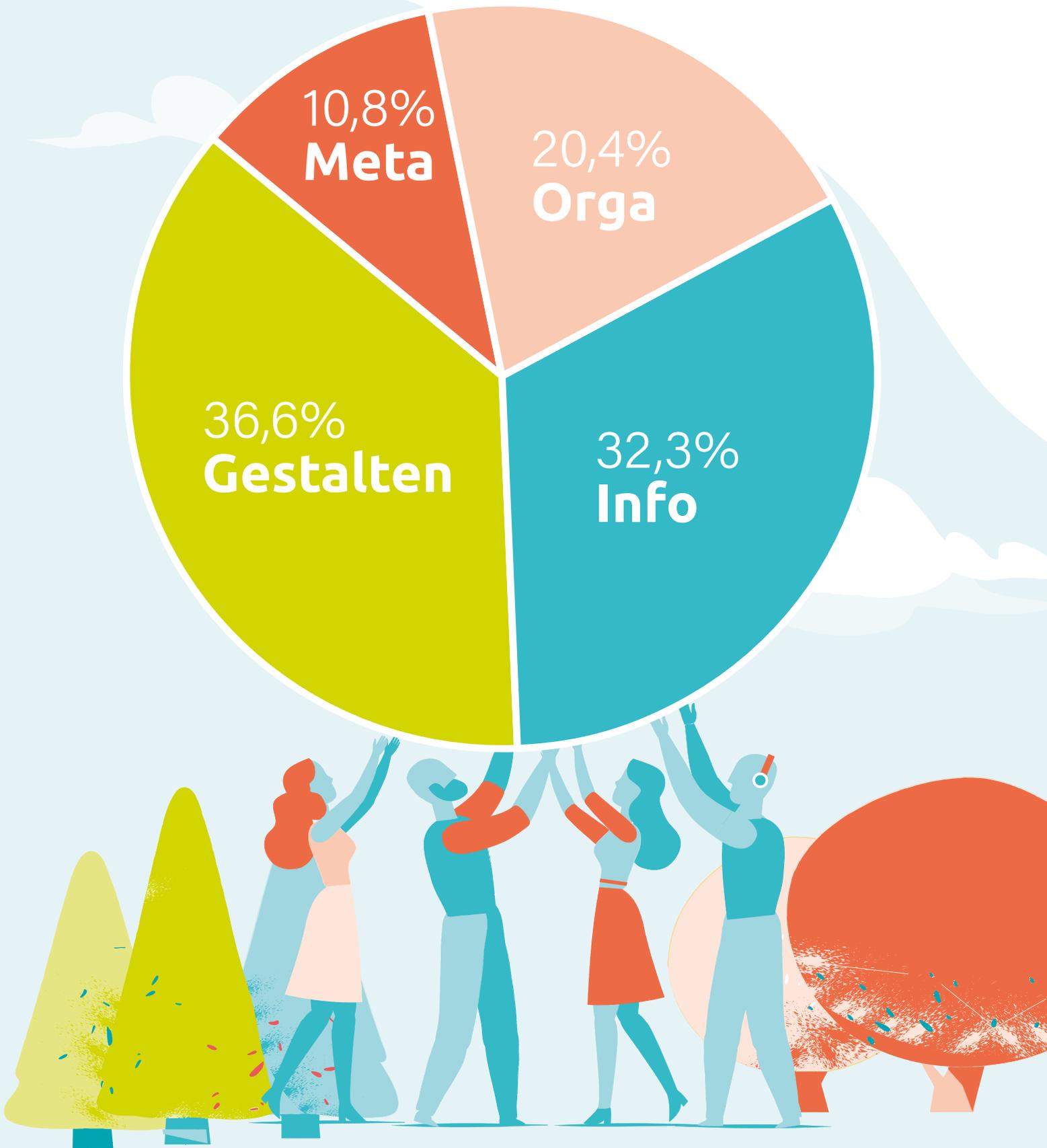


Abb. 8: Gründungsmotivationen

Abb. 9: Mission & Arbeitsauftrag



## Mission (Arbeitsauftrag)

Im Abschnitt „Arbeitsauftrag“ wurden die Befragten gebeten, frei zu erzählen, welchen Arbeitsauftrag ihre Initiative in ihrem Wirken wahrnimmt. Die ausführlichen Antworten konnten in vier Kernaussagen zusammengefasst werden. Auch hier wurde bei Überschneidungen die dominierende Kernaussage gewertet.

- ▶ **Orga:** Strukturelle, organisatorische Arbeit. Vernetzung von Initiativen, Bündelung von Kompetenzen und Synergieeffekten sowie teils aktive Zusammenarbeit.
- ▶ **Info:** Inhaltliche Arbeit. Gruppen, die informieren, aufklären. Oft gepaart mit dem Wunsch, Druck aufzubauen, Forderungen umzusetzen oder einen Wissenstransfer in die zivilgesellschaftliche Öffentlichkeit zu erreichen.
- ▶ **Gestalten:** Realisierung einer konkreten Projektidee.
- ▶ **Meta-Ebene:** Ort für Gemeinschaft, Werte, persönliche Entwicklung, Spiritualität.

Die Aufklärungs- und Informationsarbeit spielt eine übergeordnete Rolle. So machen viele der konkreten Projekte (36,6%) auch Aufklärungs- und Informationsarbeit. Gleichzeitig gibt es aufklärend-wirkende Initiativen (32,2%), die immer wieder (meist kleinere) konkrete Projektideen realisieren. Knapp 1/5 der Initiativen haben den Schwerpunkt auf strukturelle Arbeit gelegt, sie bündeln und vernetzen sich mit internen und / oder externen Akteuren.



# 6.3 Öffentlichkeitsarbeit

## Veranstaltungen

In der Kategorie „Veranstaltungen“ haben wir die Initiativen gefragt, wie viele öffentliche Veranstaltungen sie pro Jahr organisieren. Als Referenzjahr galt 2019, um einen einheitlichen Bezugsrahmen zu haben. Darüber hinaus hat 2020 die Corona-Situation das Wirken der Initiativen in Bezug auf Veranstaltungen stark beeinträchtigt (siehe Kapitel 6.7).



## Öffentliche Veranstaltungen

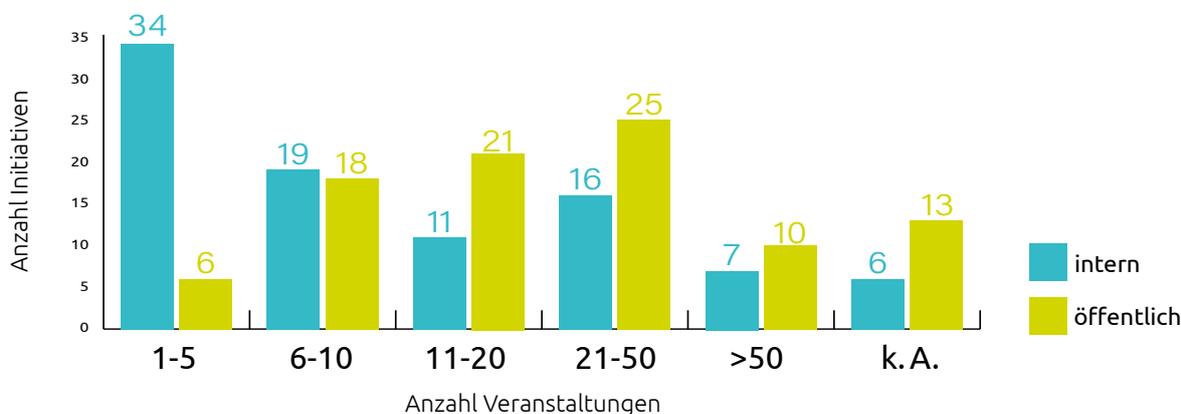
Fassen wir die Angabe der befragten 93 Initiativen zusammen, so ergibt sich für 2019 eine Summe von 1.353 öffentlichen Veranstaltungen pro Jahr. Das entspricht rund 15 Veranstaltungen pro Initiative. Eine bereinigte Hochrechnung auf die gesamte Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung kommt auf rund 2.000 öffentliche Veranstaltungen pro Jahr, das entspricht 38 Veranstaltungen pro Woche. Die Grafik (Abb. 10) zeigt die segmentierte Verteilung von externen Veranstaltungen pro Jahr.

## Interne Veranstaltungen

80 der befragten 93 Initiativen gaben an, regelmäßig interne Veranstaltungen (Mitgliederversammlung, Monats- oder Wochenmeetings, Vorstandssitzungen, Arbeits- oder Projekgruppen-treffen, Plenumsitzungen, etc.) abzuhalten. Das entspricht 29,4 internen Veranstaltungen pro Initiative pro Jahr.

Daraus ergibt sich eine Summe von 2.359 internen Treffen pro Jahr. Diese kann (um Doppelungen bereinigt) auf über 5.000 interne Veranstaltungen pro Jahr auf die Gesamtbewegung hochgerechnet werden. Die Grafik (Abb. 10) zeigt die segmentierte Verteilung von internen Veranstaltungen pro Jahr.

Abb. 10: Anzahl Veranstaltungen pro Jahr





## Pressearbeit

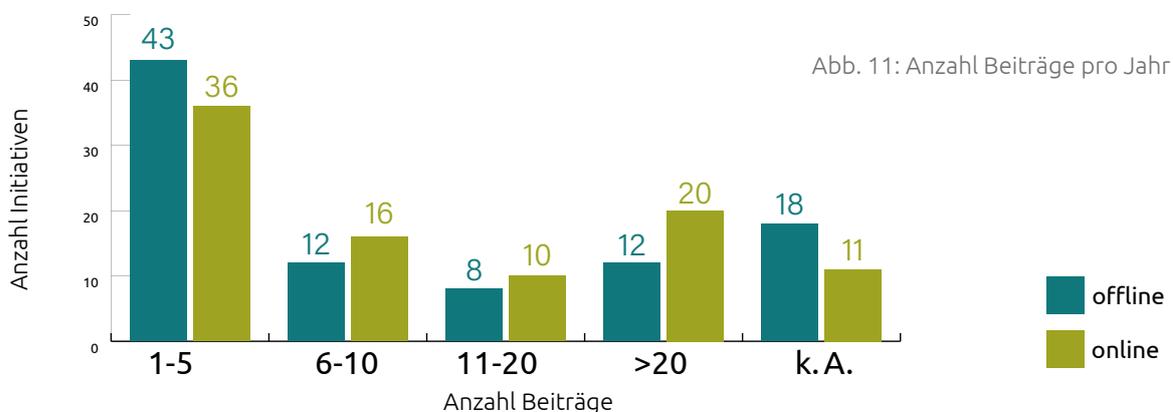
75 der befragten 93 Initiativen gaben an, regelmäßig Beiträge in Zeitungen und Zeitschriften, in Form von Presseberichten, Interviews, Veranstaltungsankündigungen und Leserbriefen zu veröffentlichen. Insgesamt wurden auf diese Weise im Jahr 2019 664 Artikel in Offline-Medien veröffentlicht. Das entspricht durchschnittlich 12,8 Artikeln pro Woche, oder sieben Artikeln pro Initiative pro Jahr, die insgesamt sowohl in Aachener Medien (Aachener Zeitung, Aachener Nachrichten, Klenkes, Bad Aachen, KingKalli, Movie Magazin, etc.) als auch in nationalen und internationalen Zeitungen und Magazinen durch die Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung veröffentlicht wurden. Die Grafik (Abb. 11) zur Anzahl von Veröffentlichungen zeigt jedoch eine deutliche Streuung. Ein Großteil der Initiativen (43) veröffentlichen lediglich 1-5 Offline Artikel pro Jahr, während 13 der befragten Initiativen angaben, über 21 Nennungen in Offline-Medien zu erreichen.

## Öffentlichkeitsarbeit – Online

### Homepage, Blogs & Newsletter

82 der befragten 93 Initiativen betreiben eine eigene Homepage, die restlichen 11 Initiativen gaben an, dass eine entsprechende Webpräsenz im Aufbau wäre. Die Grafik (Abb. 11) zeigt die Anzahl der Online-Veröffentlichungen pro Initiative. Knapp 40% der Initiativen veröffentlichen lediglich 1-5 Online-Beiträge pro Jahr. Darüber hinaus werden insgesamt 492 Newsletter pro Jahr verfasst und verschickt, das entspricht ca. 5 Newslettern pro Initiative pro Jahr.

Aus dem Dritten Engagementbericht der Bundesregierung geht hervor, dass digitale Plattformen im Engagementbereich zunehmend an Bedeutung gewinnen. „Die großen Social-Media-Netzwerke wie Facebook, WhatsApp oder Instagram stellen einen wichtigen Bezugspunkt für die Engagierten dar. Global agierende Plattformen dienen als Multiplikator und Interface zur breiteren Öffentlichkeit.“<sup>13</sup>



13 Deutscher Bundestag (2020): „Dritter Engagementbericht – Zukunft Zivilgesellschaft: Junges Engagement im digitalen Zeitalter“ Drucksache19/19320. [online] <https://www.bmfsfj.de/blob/156652/164912b832c17bb6895a31d5b574ae1d/dritter-engagementbericht-bundestagsdrucksache-data.pdf> [04.07.2020].

## Social Media

57 Initiativen gaben an, eine Facebook-Seite zu pflegen. Gemeinsam erreichen sie 33.996 Follower und 35.632 Abonnenten, das sind durchschnittlich 596 Follower pro Initiative. Die Grafik (Abb. 12) zeigt jedoch auf, dass die Anzahl der Follower stark um diesen Mittelwert variiert. Über 60% der Initiativen greifen auf ihren Seiten auf weit unter 600 Follower zu.

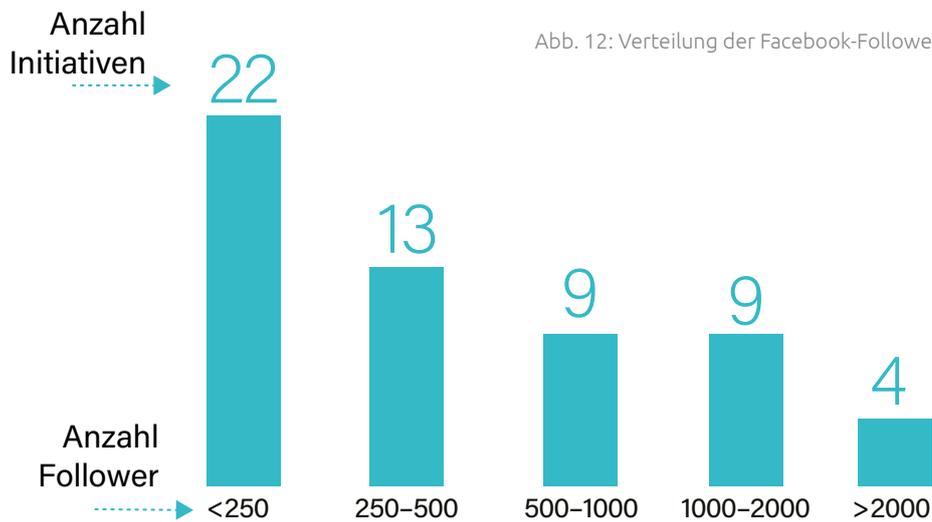
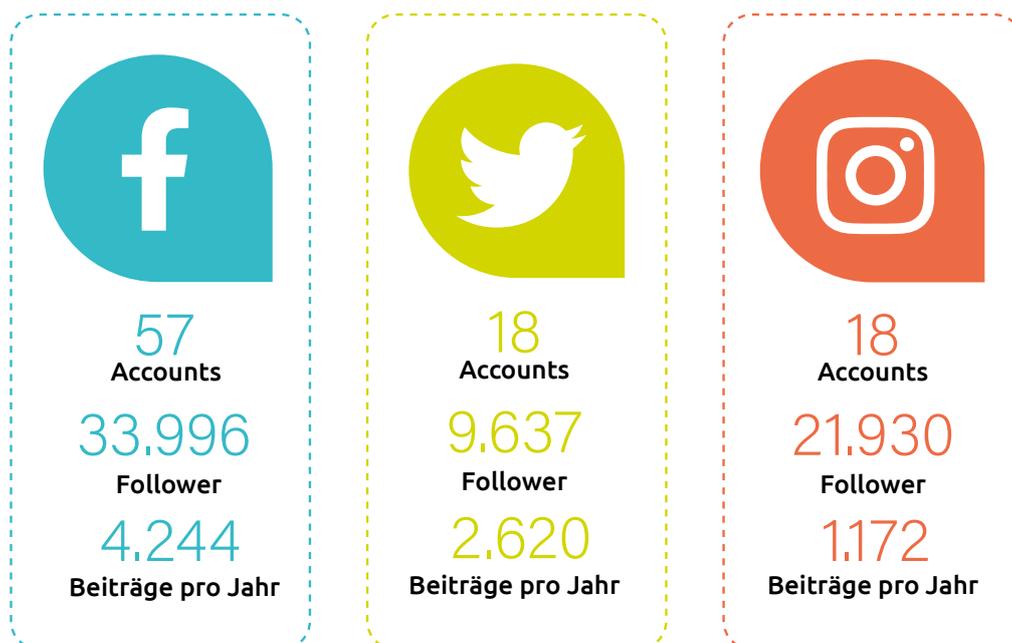


Abb. 12: Verteilung der Facebook-Follower auf die Initiativen

Die Initiativen veröffentlichen gemeinsam 4.244 Facebook-Beiträge pro Jahr, das entspricht durchschnittlich 74 jährlichen Posts pro Initiative. Allerdings erhalten sie im Schnitt lediglich sechs Reaktionen (Likes, Kommentare, Teilen) pro Beitrag.

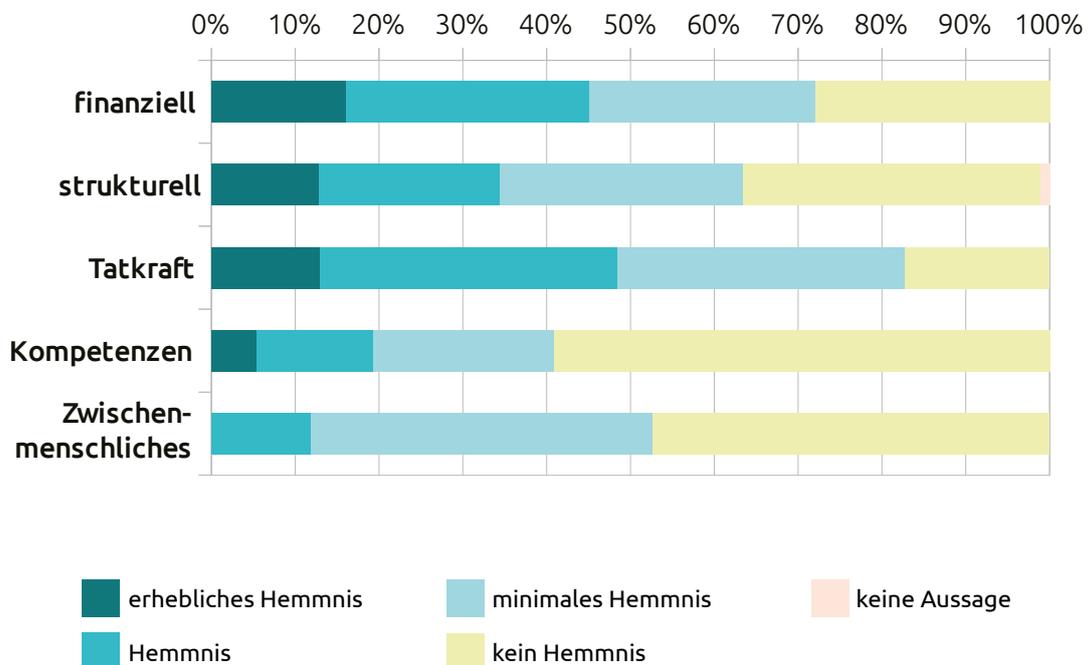


## 6.4 Interne Bedarfe & Hemmnisse

Unter der Leitfrage „Was schränkt Euch ein, um Eure Ziele zu verwirklichen?“ haben wir zunächst abgefragt, inwieweit der Mangel an finanziellen Mitteln, Kapazitäten und Tatkraft, an Expertise und Kompetenzen sowie bei strukturellen/organisatorischen Abläufen und zwischenmenschliche Herausforderungen hemmend auf die internen Abläufe der Initiative wirken.

Die Kategorien konnten jeweils auf einer Skala von 1-4 (erhebliches Hemmnis, Hemmnis, minimales Hemmnis, kein Hemmnis) bewertet werden.

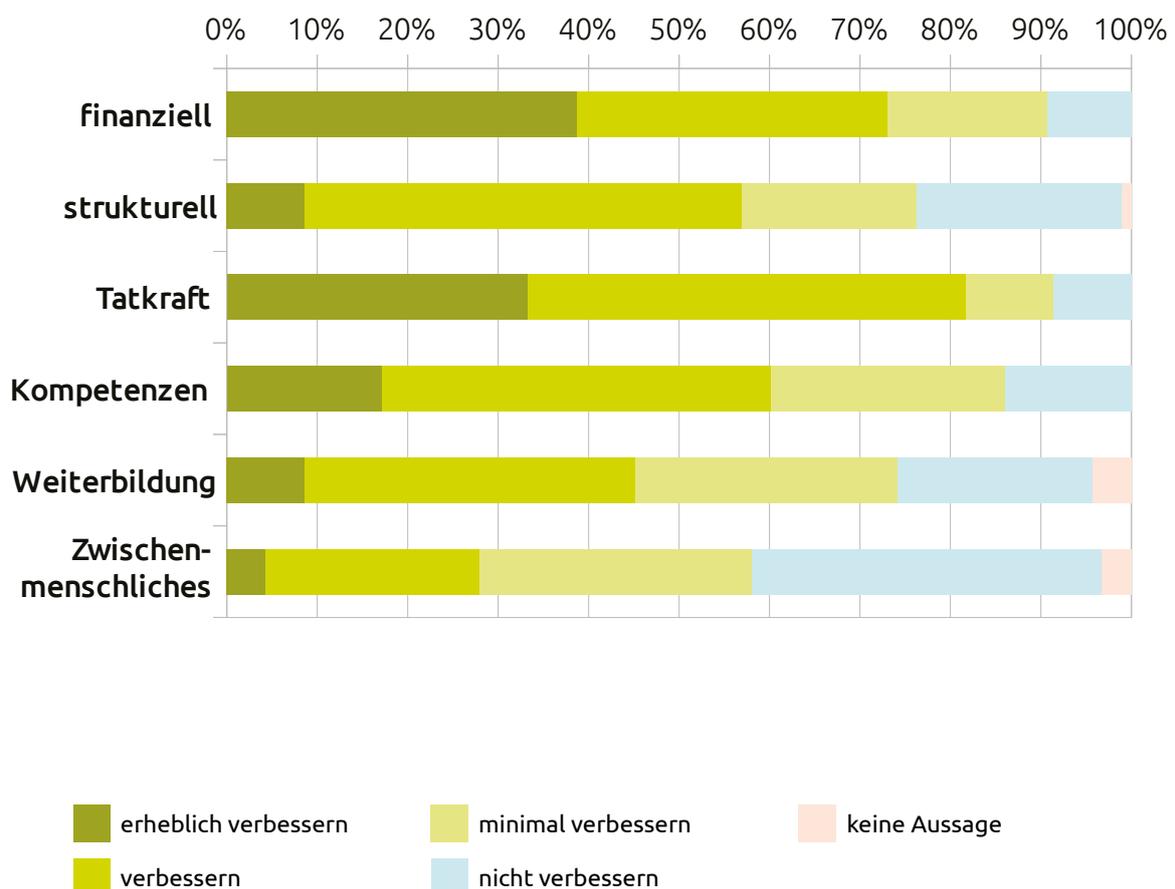
Abb. 13: Wahrnehmung interner Hemmnisse



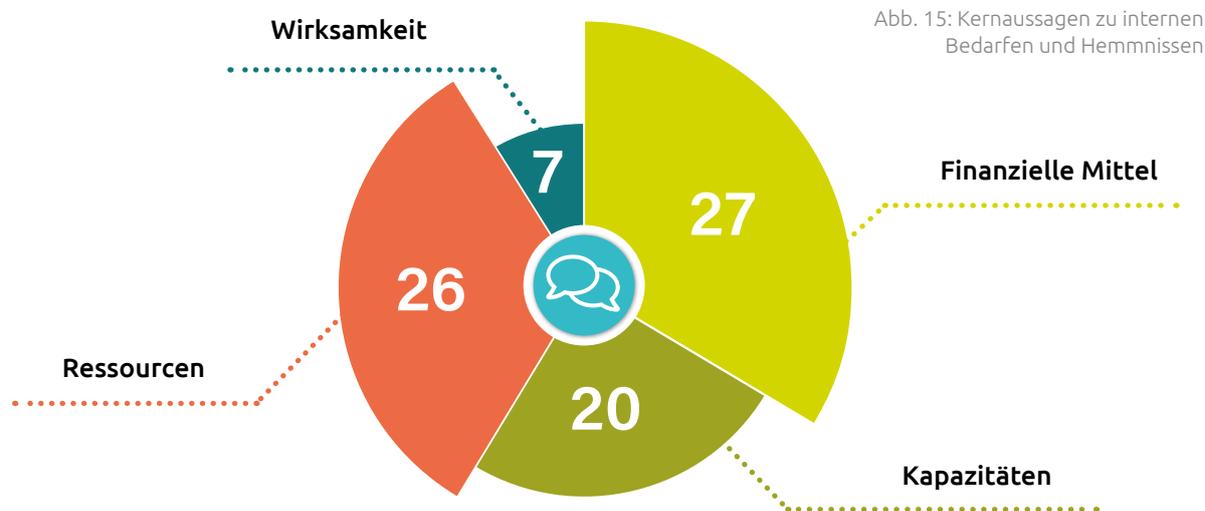
Da nicht alles, was einen Bedarf darstellt, gleichzeitig hemmend wirkt, haben wir im Anschluss die Fragen noch einmal positiv formuliert und unter der Leitfrage „Was braucht ihr, um besser wirken zu können?“ die selben Kategorien auf einer Skala von 1-4 (erheblich verbessern, verbessern, minimal verbessern, keine Verbesserung) zur Bewertung gestellt.

Die Grafiken (Abb.13+14) verdeutlichen, dass sowohl der Mangel an finanziellen Mitteln (72%) wie auch der Mangel an Kapazitäten und Tatkraft (82,8%) die größten Hemmnisse für das Wirken der Initiativen darstellen. In der Formulierung als Bedarf schätzten sogar 91,4% der befragten Initiativen sowohl finanzielle Mittel als auch Kapazitäten und Tatkraft als maßgebliche Verbesserungen für ihr Wirken ein. Der Mangel an Kompetenzen (40,9%) wurde als geringstes Hemmnis eingestuft, gleichzeitig meldeten jedoch 86% einen konkreten Bedarf in dieser Kategorie an.

Abb. 14: Wahrnehmung interner Bedarfe



Um die konkreten Bedarfe und Arbeitshemmnisse zu erfahren, haben wir den Initiativen im Anschluss die Möglichkeit gegeben, frei über interne Bedarfe und Hemmnisse zu berichten. Auf diese Weise konnten 80 Aussagen zusammentragen werden. Diese ließen sich grob in vier Kategorien einteilen:



## Finanzielle Mittel

Bei den Aussagen in Bezug auf finanzielle Mittel konzentrierte sich der avisierte Verwendungszweck auf zwei Einsatzgebiete:

Auf Nachfrage nach potenziellen Einsatzmöglichkeiten konnten die Initiativen sehr konkret äußern, in welche Bereiche ihrer Arbeit die gewünschten Finanzmittel eingebracht werden sollen:

- ▶ Projekte (mehr Projekte, größere Projekte, Projekte skalieren und bundesweit ausrollen)
- ▶ Arbeitsmittel (Material, Geräte, Bühnentechnik)
- ▶ Öffentlichkeitsarbeit, um Reichweite und Sichtbarkeit zu erhöhen (Flyer, Anzeigen, Website, SEO<sup>14</sup>, Website, Social Media)
- ▶ Geld als taktisches Mittel (um Grundstücke oder Schutzgebiete zu kaufen, in Bieterprozessen mithalten zu können, in Solaranlagen zu investieren)
- ▶ Veranstaltungen (größere Veranstaltungen, ReferentInnen, Werbung)
- ▶ Räume (für Veranstaltungen, Sitzungen oder Treffen, Lagerraum)
- ▶ Langfristigkeit (Finanzmittel erlauben eine solide, langfristige Planung)
- ▶ Exkursionen
- ▶ Unterstützung Anderer

Viele Initiativen gaben an, dass die fehlenden Kapazitäten (siehe unten) und Finanzmittel sehr eng miteinander verflochten sind, da die Engagierten einer Lohnarbeit nachgehen müssen.

14 SEO, engl. Search Engine Optimization = Suchmaschinenoptimierung

**A****Finanzierung der Arbeits- und Wirkungsweise**

„Wir arbeiten mit den Mitteln, die wir haben und kommen klar, aber wenn wir wirklich visionär denken wollen, dann merken wir, dass in der langfristigen Planung das Geld hilfreich wäre.“

**B****Kapazitäten finanzieren**

„Wäre Geld für hauptamtliche Arbeit da, wäre auch die Kapazitäten-Frage entschärft.“

**Kapazitäten**

Auch im Themenfeld „Kapazitäten, Mitglieder und Tatkraft“ konnten sich die Befragten sehr konkret über Hemmnisse und Einsatzmöglichkeiten äußern. Die Aussagen ließen sich in vier Kategorien einteilen:

**A****Ehrenamt & Erwerbsarbeit**

„Finanzielle Mittel sind der Türöffner für mehr Kapazitäten. So lange Menschen einer Erwerbsarbeit nachgehen müssen, sind ihre zeitlichen Ressourcen limitiert.“

**B****Passivität & Mitgliederaktivierung**

„Mehr proaktive Eigeninitiative würde uns sehr helfen.“

**C****Kontinuität**

„Wir sind sehr dankbar über unsere ehrenamtlichen Kräfte, dennoch würden wir uns an mancher Stelle mehr Verbindlichkeit wünschen.“

**D****Demographie**

„Unsere Altersstruktur ist überaltert, wenn wir keine jungen Leute begeistern können, können wir den Verein in den nächsten Jahren aufgeben.“

## Ressourcen

Die Aussagen zu Bedürfnissen und Hemmnissen in Bezug auf die Ressourcen der Initiativen lassen sich in vier Untergruppen einteilen:

### A Strategische Ausrichtung

„Welche Nische besetzen wir? Was sind unsere Alleinstellungsmerkmale?“

### B Entscheidungsstrukturen

„Wir versuchen immer, den kompletten Konsens zu bekommen, aber das ist oft schwierig und sehr langwierig.“

### C Wissen & Kompetenzen

„Um richtig etwas zu bewegen, reicht es nicht, an der Oberfläche zu (re)agieren.“

### D Infrastruktur

„Wir treffen uns in Restaurants, aber eigene Räume für Treffen und Veranstaltungen wären super.“

## Wirksamkeit

Viele der befragten Initiativen äußerten den Wunsch nach mehr öffentlicher Wirksamkeit und damit verbundener Sichtbarkeit.

Darüber hinaus erkannten einige Initiativen den Nachteil, sich größtenteils in einer „akademischen Blase“ zu bewegen und äußerten den damit verbundenen Wunsch, ihre Zielgruppe auszuweiten.

### A Zielgruppe & Wirkungskreis

„Wir wünschen uns mehr Reichweite, mehr Sichtbarkeit.“

### B Öffentlichkeitsarbeit

„Es wäre toll, wenn wir an andere gesellschaftliche Gruppen besser herankämen.“

# 6.5 Akteurstypologien

## 6.5.1 Herleitung

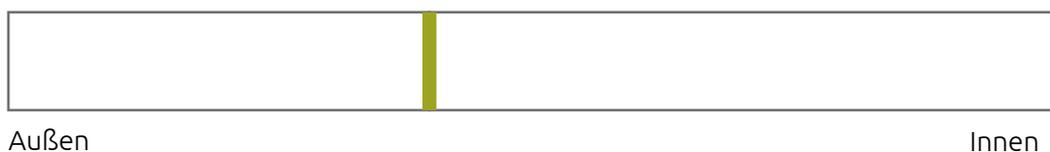
Wir haben die Befragten gebeten, ihre Einschätzung zur Wirkrichtung und Wirkperspektive ihrer Initiative auf Balkendiagrammen einzuschätzen. Der erste Balken repräsentierte die Wirkrichtung. Dieser Balken endete in den beiden Polaritäten „Protest“ und „Dafür“. Eine 100%ige Ausprägung in die Wirkrichtung „Protest“ entsprach einer vollständigen Ausrichtung der Initiative auf Widerstand (anti, gegen). Eine 100%ige Ausprägung in die Wirkrichtung „Dafür“ stand für eine lösungsorientierte Ausrichtung (dafür, pro). Die Initiativen konnten auf dem Balken proportional (z.B. 10/100, 60/40, etc.) angeben, wie sie die Wirkrichtung ihrer Initiative einschätzten.

### Wirkrichtung



Mit dem zweiten Balkendiagramm analysierten wir die Wirkperspektive. Dieser Balken endete in den beiden Polaritäten „innen“ und „außen“. Eine vollständige Ausrichtung nach „außen“ stand für die Wahrnehmung „Die Verantwortung für diese Transformation liegt im Außen. Politik, Verwaltung, Wirtschaft, etc. müssen etwas verändern.“ Eine 100%ige Ausrichtung nach „Innen“ repräsentierte die Wahrnehmung „Wir als BürgerInnen / als Initiative können maßgeblich den Wandel in eine neue Zukunft mitgestalten. Die Verantwortung liegt bei uns.“. Wieder konnten die Initiativen proportional (z.B. 10/100, 60/40, etc.) angeben, wie sie die Wirkperspektive ihrer Initiative einschätzten.

### Wirkperspektive



Beim Übertragen beider Dimensionen in ein Koordinatensystem, wobei wir die Wirkperspektive auf die x-Achse und die Wirkrichtung auf die y-Achse übertrugen, ist die in Abb. 16 gezeigte 4-Felder-Matrix entstanden.

Auf Basis der Korrelation der beiden Dimensionen Wirkperspektive und Wirkrichtung haben sich drei Akteurstypologien ergeben. Die Erfahrungswelten, Erkenntnisse, emotionalen Grundhaltungen, Arbeitsweisen, Herausforderungen und Wünsche, die sich im Verlauf des gesamten Interviews ergaben, konnten diesen Typologien relativ eindeutig zugeordnet werden.

Dabei treten die Typologien unabhängig von unterschiedlichen Organisationsstrukturen auf, wobei sich tendenziell die Menge an institutionalisierten Vereinen von A nach C erhöhen, die Menge an informellen Gruppen jedoch von A nach C relativ gleich bleibt. Auch ist keine Korrelation zwischen den Typologien und dem Wirkungszeitraum (also dem Alter der Initiative) erkennbar.

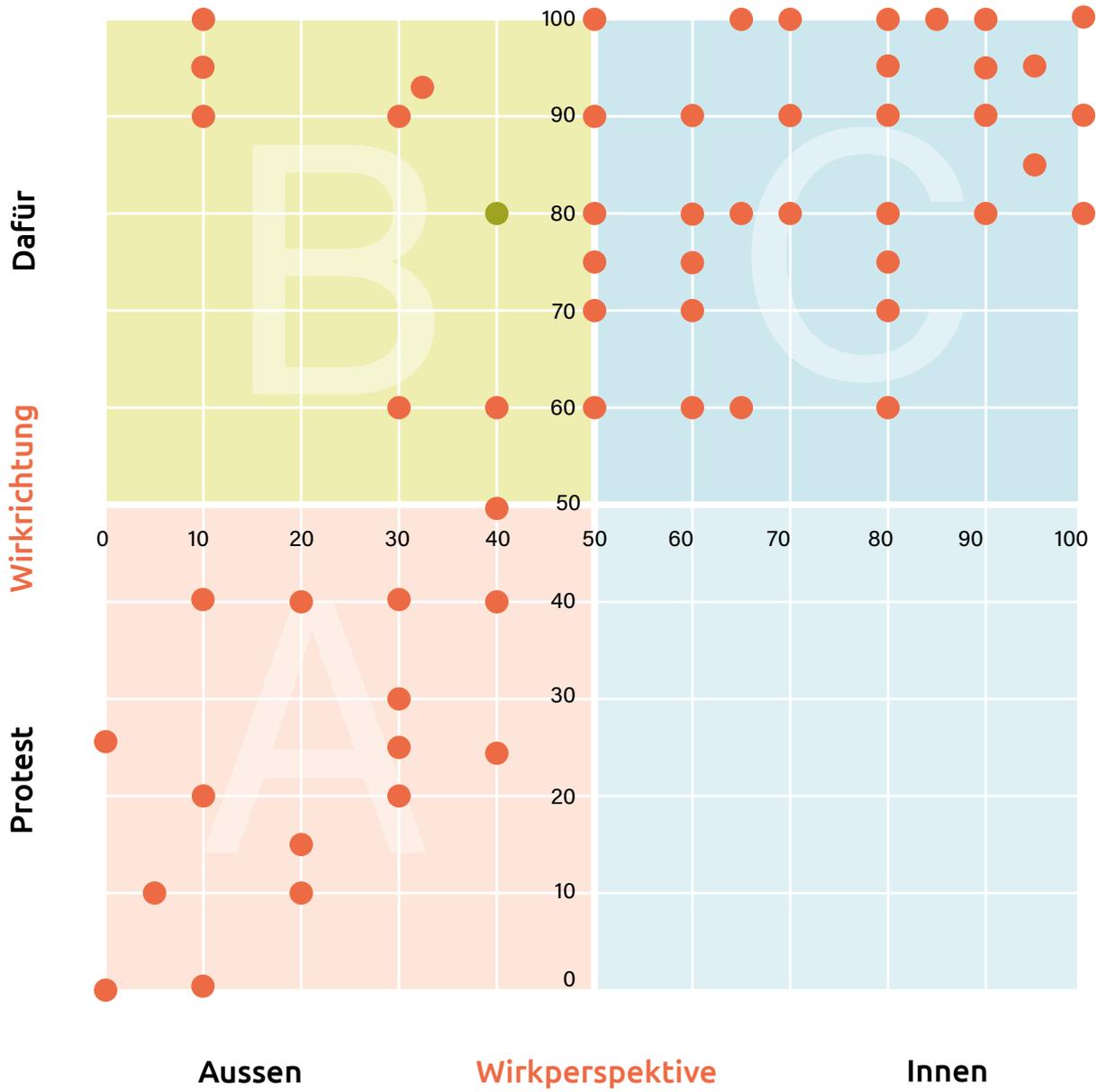


Abb. 16: Typologien

## 6.5.2 Vorstellung der Typologien

### Typ A

#### Wirkperspektive: Protest

#### Wirkrichtung: Außen

Die Organisationen sind auf Protest bzw. Widerstand ausgerichtet und sehen die Macht bzw. Verantwortung für einen Wandel bei einer Kraft bzw. Institution im Außen.



### Aktivität & Arbeitsweise

- ▶ stark aktivistisch geprägte Formate (öffentlicher Protest, Veranstaltungen zur Aufklärung)
- ▶ meist (jedoch nicht immer) inklusive konkreter Forderungen
- ▶ (meist) ohne eigene konkrete Projekte aktiven Gestaltens

### Stärken

- ▶ Diese Initiativen können sehr schnell sehr viele Menschen mobilisieren, d. h. aus der Passivität rekrutieren und für politische Partizipation gewinnen.
- ▶ Sie sind hochdynamisch und flexibel und entstehen meist aus einer Reaktion auf eine akute Situation oder Notlage.

### Schwächen

- ▶ Auf emotionaler Ebene erleben wir im Gespräch überproportional häufig ein Gefühl von Ohnmacht, Hilflosigkeit, Frustration sowie Angst vor Resignation. Hintergründe hierfür sind vielfältig:
  - ▶ **Opfer-Täter Perspektive:** Viele Wirkende erleben sich in einer Erfahrungswelt, die eine Opfer-Täter Situation (bzw. David-Goliath Situation) widerspiegelt. Gepaart mit der Wirkperspektive (außen), die die Macht und Verantwortung für einen Wandel dem „Gegner“ zuschreibt, manövrieren sie sich in eine Abhängigkeit. Daraus können bei Nichterfüllung der Ziele Hilflosigkeit und Ohnmacht resultieren.
  - ▶ **Das große Ganze:** Anders als Typologie C haben Wirkende der Gruppe A meist das große Ganze im Blick. Weil die damit verbundene Zukunftsvision oft sehr umfassend (teils radikal) ist, stellt sich bei Nichterfüllung dieser Ziele Frustration ein bzw. fehlen die Erfolgsgeschichten, die Akteure motiviert bleiben lassen. Auch erleben wir in dieser Akteurstypologie ein erhöhtes Misstrauen gegenüber anderen Akteursgruppen, insbesondere in Bezug auf externe Akteure aus Politik, Verwaltung oder Wirtschaft. Teilweise kommt es jedoch auch zu einer feindseligen Haltung gegenüber anderen Akteuren innerhalb der Bewegung und ihrer Arbeitsweisen.
- ▶ Diese Gruppen sind tendenziell eher kurzlebig. Die Masse der AkteurInnen gibt nach einer kurzen Hype-Phase (die mitunter medial beschleunigt wird) wieder auf. Es bleibt ein kleiner, harter Kern, der versucht, an vergangene „Erfolge“ anzuknüpfen.

## Typ B

### Wirkperspektive: Dafür

### Wirkrichtung: Außen

Die Organisationen sind in ihrem Wirken auf „Dafür“ ausgerichtet. Sie nehmen die Verantwortung bzw. Macht für einen Wandel bei einer Kraft bzw. Institution im Außen wahr.



### Aktivität & Arbeitsweise

- ▶ meist aufklärerisch, informierend-wirkende Gruppen, Bildungsarbeit
- ▶ teils Anbindung an erste, eigene konkrete Projekte, die proaktiv Veränderung gestalten

### Stärken

- ▶ hohe Affinität für die Vernetzung und Kooperation mit Gleichgesinnten
- ▶ erste positive Kooperationserfahrungen, die über die eigene Akteursgruppe hinaus gehen (z.B. Kooperationen mit Verwaltung, Einrichtungen, Politik)

### Schwächen

- ▶ Initiativen der Typologie B bewegen sich meist innerhalb der eigenen „Blase“. Es fällt ihnen schwer, mit ihrer Arbeit andere Zielgruppen zu erreichen.

Wie Gruppen der Typologie A, so erfahren auch Initiativen der Typologie B eine Lebensrealität, die die Macht für einen Wandel tendenziell bei einer äußeren Kraft bzw. Institution sieht. Damit verbunden stellen sich in schwierigen Phasen eher Frustration oder Zweifel an der Realisierbarkeit des eigenen Projektes ein.

## Typ C

### Wirkperspektive: Dafür

### Wirkrichtung: Innen

Organisationen, die im „Dafür“ agieren und die Verantwortung bzw. Macht eines Wandels bei sich bzw. der Gesellschaft wahrnehmen.



## Aktivität & Arbeitsweise

- ▶ meist ganz konkrete Projekte, die proaktiv Veränderung bewirken

## Stärken

- ▶ **Kooperationsverhalten**
  - ▶ Greifen zur (meist) co-kreativen Projektrealisation, auf ein Netzwerk an Multiplikatoren, Kooperationspartnern und strategischen Unterstützern zurück.
  - ▶ ganz konkrete Zusammenarbeit mit externen gesellschaftlichen Akteursgruppen (z.B. aus Verwaltung, Politik, Hochschulen, etc.)
- ▶ **Pull-Effekte:** Durch die aktive Realisierung konkreter Projekte wird ein Pull-Effekt generiert. D.h. Informationen, Bildungsmaterial, etc. werden aktiv von Interessierten angefragt (siehe Kapitel 2 „Mission & Vision“).
- ▶ **„Blase“ durchbrechen:** Es fällt den Initiativen leicht, ihre Themen auch außerhalb der „Blase“ an andere Zielgruppen und Akteure heranzutragen.
- ▶ **Erfolgslebnisse:** Die sehr kleinschrittige Realisierung konkreter Projekte schafft viele kleine Erfolgsgeschichten, die die Motivation erhöhen und den Beteiligten auch in schwierigen Phasen Zuversicht und Hoffnung schenken.
- ▶ **Langfristigkeit:** Diese Akteursgruppen bleiben meist viele Jahre (teils Jahrzehnte) aktiv. Sie haben eine langjährige Vertrauensbasis zu anderen Akteursgruppen aufgebaut und werden (teils) aktiv in die politische Entscheidungsfindung eingebunden.

## Schwächen

- ▶ Das Wirken dieser Initiativen ist sehr kleinschrittig, da es (meist) auf die Realisation einer konkreten Projektidee ausgerichtet ist.
- ▶ Ihr Wirken und damit verbunden ihre Öffentlichkeitsarbeit ist nicht darauf ausgerichtet, Massen zu mobilisieren und für politisches Engagement zu motivieren.
- ▶ Die Arbeit an konkreten Projekten bedarf Menschen, die sich langfristig und beharrlich für ein Thema einsetzen und eine entsprechende Wissenstiefe aufbauen. In der heutigen kurzlebigen Zeit sind immer weniger Menschen dazu bereit. Damit verbunden ist es für diese Typologie eine Herausforderung, „passendes Personal“ zu finden und zu binden.

### 6.5.3 Schlussfolgerungen & Entwicklungspotenziale

Die Darstellung der identifizierten Typologien soll keine Bewertung darstellen. Vielmehr dient sie der Demonstration unterschiedlicher Arbeits- und Wirkungsweisen, mit ihren Stärken und Schwächen. Sie soll die Initiativen dabei unterstützen, eine eigene Einordnung vorzunehmen, die eigenen Schwächen zu identifizieren und durch Weiterentwicklung und Adaption einzelner Strukturen und Arbeitsabläufe, zu minimieren. Dafür sollen im Folgenden beispielhaft Entwicklungspotenziale aufgezeigt werden.

#### Entwicklungspotenziale für Typ A

Anpassung der Wirkrichtung von „Protest“ zu „Dafür“. Dies kann durch aktives Gestalten und die Übernahme eigener, konkreter Projekte gelingen.

#### Entwicklungspotenziale für Typ B

Anpassung der Wirkperspektive von „Außen“ nach „Innen“. Dies erfordert insbesondere „innere Arbeit“, also durch gezielte Persönlichkeitsentwicklung und Potenzialentfaltung das eigene Macht- und Gestaltungspotenzial erfahrbar zu machen.

#### Entwicklungspotenziale für Typ C

Zwar tragen die Projekte der Typ C Initiativen immer konkreter zu einer Veränderung bei, allerdings werden sie auch immer kleinschrittiger. Darüber hinaus besteht ein großer Bedarf an MitstreiterInnen, die sich beharrlich und langjährig für das Projekt einsetzen, damit die Initiative nicht irgendwann überaltert und „ausstirbt“. Kooperationen mit großen Protestbewegungen öffnen die Tür für die mobilisierte Masse, sich konkreten Projekten anzuschließen.



Aufbauend auf den erhobenen Typologien mit ihren Stärken und Schwächen sowie den daraus resultierenden Entwicklungspotenziale, werden wir im Folgeprojekt ganzheitliche Coachings anbieten. Diese sollen die Initiativen dabei unterstützen, bestehende Schwächen und Herausforderungen zu minimieren und ihre Stärken und Talente besser herauszuarbeiten und in ihrem Wirken in den Vordergrund zu stellen. Ziel ist, die Initiativen langfristig zu positionieren, auf solide Beine zu stellen und eine entsprechende politische Wirksamkeit zu generieren.

# 6.6 Kooperationen

85 der befragten 93 Initiativen (91%) gaben an, mit anderen NGOs zu kooperieren. Auf die Kooperationen mit externen Akteursgruppen wird ab Kapitel 6.8 detailliert eingegangen.

## Vorteile von Kooperationen

Wir haben die Initiativen gefragt, welche Vorteile sich für ihr Wirken aus einer Kooperation ergeben. Die vier vorgefertigten Antworten „finanzielle Vorteile“, „Zugriff auf Kompetenzen, Talente und Fähigkeiten“, „Zugriff auf Netzwerk und Beziehungen“ und „verbesserte öffentliche Wirksamkeit und Reichweite“ konnten auf einer Skala von 1-4 (erheblich verbessern, verbessern, minimal verbessern, gar nicht verbessern) gewichtet werden.

Wie die Grafik (Abb. 17) zeigt, wurden die Zugriffe auf Netzwerk und Reichweite als besonders vorteilhaft eingestuft.

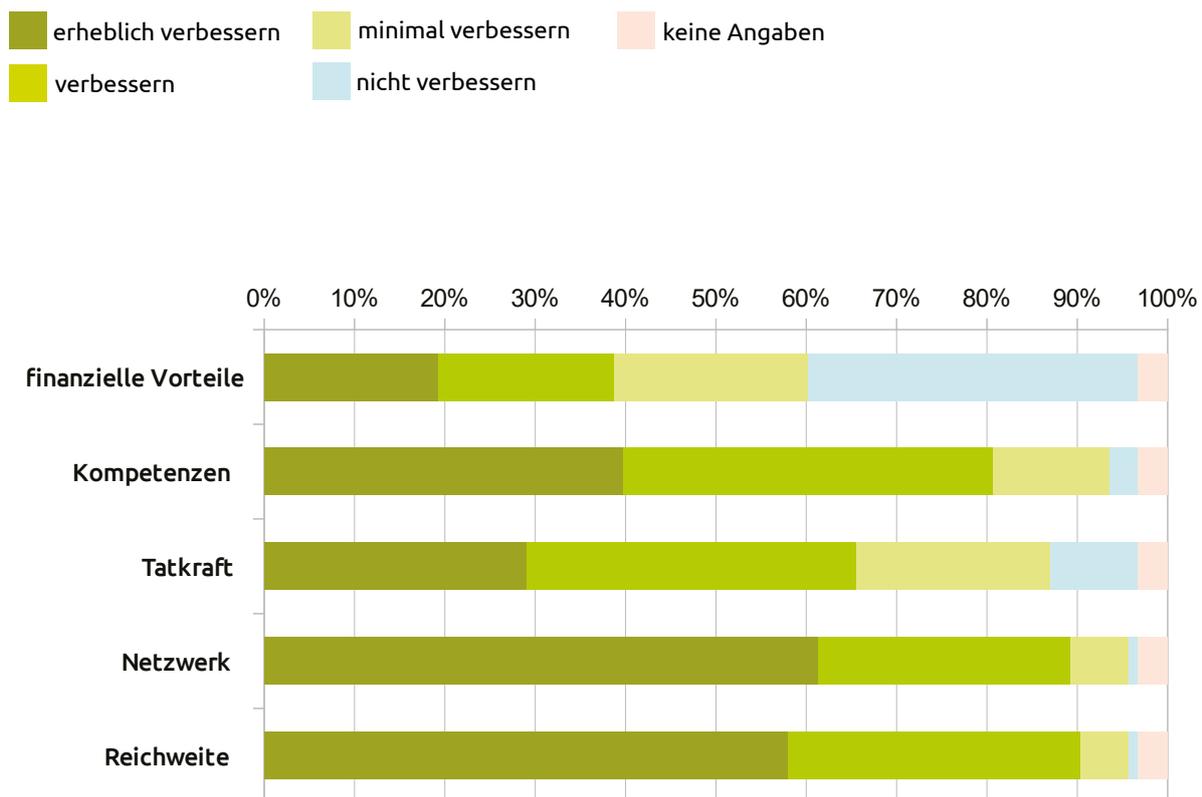
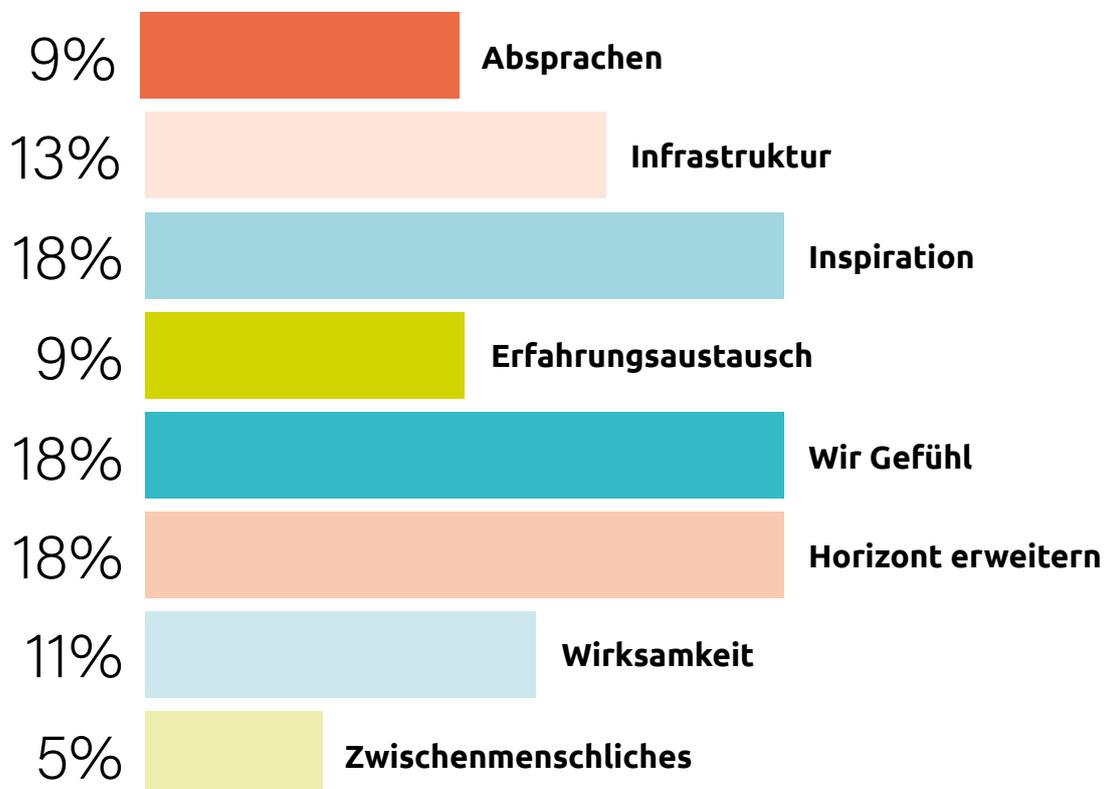


Abb. 17: Vorteile von Kooperationen

Darüber hinaus hatten die Befragten die Möglichkeit, frei zu erzählen, welche Vorteile sie für das Wirken ihrer Initiative aus Kooperationen wahrnehmen. Die insgesamt 56 Antworten konnten in acht Kernaussagen kategorisiert werden:

- ▶ **Absprachen:** praktische Absprachen, um Synergieeffekte zu nutzen, Ressourcen zu bündeln und Kannibalisierung oder Doppelarbeit zu vermeiden
- ▶ **Infrastruktur:** Praktische Unterstützung (rechtlich, Versicherungen, Vereinsgründung, etc.), Räumlichkeiten nutzen
- ▶ **Inspiration:** Austausch von Ideen und Impulsen, ThinkTank, gemeinsam Ideen und Visionen entwickeln
- ▶ **Erfahrungsaustausch:** voneinander lernen, Interdisziplinarität
- ▶ **Wir-Gefühl:** Gleichgesinnte treffen, sich nicht allein fühlen, Gemeinsam-Stark-Gefühl, sich gegenseitig motivieren, Mut machen und positiv bestärken, Wertschätzung und Halt bei Misserfolgen erfahren, „spüren, dass wir viele sind“
- ▶ **Horizont erweitern:** „Raus aus der Blase!“, neue Blickwinkel, neue Themen, neue Perspektiven, andere Meinungen, Zugriff auf andere Zielgruppen
- ▶ **Wirksamkeit:** politische Wirkungskraft, Schlagkraft erhöhen
- ▶ **Zwischenmenschliches:** gute Laune, Freundschaften schließen, zwischenmenschliche Begegnungen

Abb. 18: Vorteile von Kooperationen (sonstige)



## Nachteile von Kooperationen

Anschließend haben wir die Befragten gebeten zu erläutern ob sie Nachteile von Kooperationen wahrnehmen, bzw. ob es Gründe gibt, warum sie nicht kooperieren würden. Die 66 Antworten konnten in sechs Kernaussagen kategorisiert werden:

- ▶ **Werte- und Zielkonflikt:** Andere Ziele, Vorstellungen und Werte – als Beispiele wurden Rechtsextremismus, Faschismus, Rassismus, Gewalt, nicht-demokratisch genannt.
- ▶ **Vereinnahmt werden:** Green-Washing, politisch und/oder unternehmerisch „vor den Karren gespannt werden“.
- ▶ **Mehraufwand:** Kooperationen kosten Zeit und Kapazitäten, sie verkomplizieren die Entscheidungsfindung.
- ▶ **Einseitigkeit:** Kooperationen müssen sich für beide Partner lohnen – keine einseitige Bereicherung, Bevormundung oder zu viele schlechte Kompromisse.
- ▶ **Profil verwässern:** Den Initiativen ist es wichtig, dass ihr Profil nicht in der Kooperation untergeht, sondern sichtbar und wahrnehmbar bleibt.
- ▶ **Destruktive Wirkung:** Negatives öffentliches Image durch „falsche“ Kooperationspartner vermeiden.



Abb. 19: Nachteile von Kooperationen

## Kannibalisierungseffekte

Aufgrund der enormen Vielfalt an Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzinitiativen sowie der durch diese organisierten Veranstaltungen (siehe Kapitel 6.3), haben wir gefragt, ob Kannibalisierungseffekte wahrgenommen werden.

Die Frage „Inwieweit erleben Sie es als ein Hemmnis, dass es immer wieder zu Überschneidungen von Veranstaltungen und Terminen kommt?“ wurde von über 60% als Hemmnis (wenn auch unterschiedlich starker Ausprägung) wahrgenommen (Abb. 20).

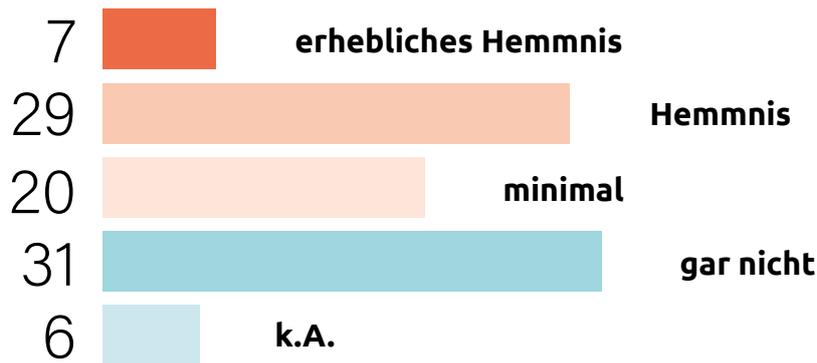


Abb. 20: Hemmnisse durch Überschneidungen von Veranstaltungen

Die Frage: „Inwieweit erleben Sie es als ein Hemmnis, dass es aufgrund der Vielfalt an Nachhaltigkeits- und Klimaschutzinitiativen zu einem ungewollten gegenseitigen Abgreifen aktiver Mitwirkender kommt?“ haben 45% als Hemmnis (unterschiedlicher Ausprägung) gewichtet (Abb. 21).

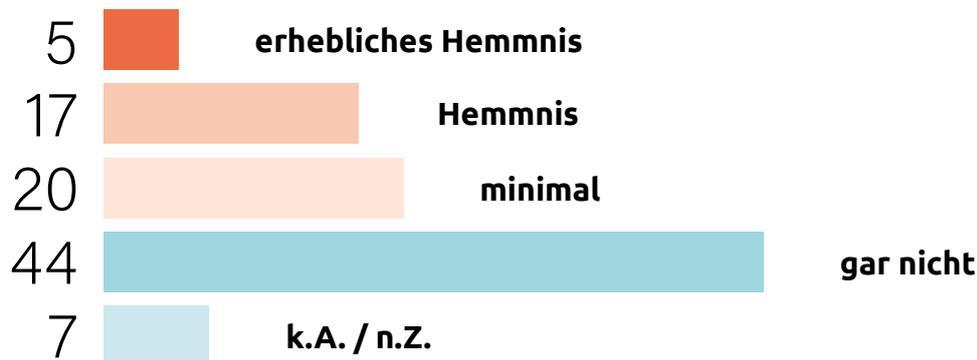


Abb. 21: Hemmnisse durch personelle Überschneidungen

## Mitwirkung in Netzwerken

Der Wunsch, Kompetenzen zu bündeln und sich regelmäßig zu Terminen und Projekten auszutauschen, ist nicht neu. In den vergangenen Jahren haben sich daher in Aachen bereits einige Netzwerke gegründet.

Wir haben die Initiativen gefragt, ob sie Teil dieser Netzwerke sind. Die Grafik zeigt, dass unter den Befragten insbesondere das Ende 2018 gegründete Netzwerk NeNa (Netzwerk nachhaltiges Aachen) sowie die Onlineplattformen „Bewegungsmelder Aachen“ und „Unser AC“, den größten Bekanntheitsgrad von Aachener Netzwerken erfahren. Weitere freie Nennungen von Aachener Netzwerken waren: Bündnis FAIRhandeln, Das Wandelwerk, Eine Welt Forum Aachen e.V., der Arbeitskreis Fairtrade Town, die Stadtteilkonferenz sowie die beiden 2019 gegründeten Netzwerke PAN e.V. und „Runder Tisch Klimanotstand“.

Darüber hinaus sind Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzinitiativen in einer Vielzahl nationaler und internationaler Netzwerke und Verbände organisiert (z.B. das Fridays for Future Netzwerk, das Eine Welt Netz NRW oder KLUG). Auch die Online-Plattform „Karte von Morgen“ war einigen Befragten bekannt.

Freie, ergänzende Nennungen zu Netzwerkaktivitäten in Aachen variierten sehr ausgewogen im Spannungsfeld zwischen Zuspruch und Ablehnung. Beispiel für Zuspruch: „**Eine einheitliche Kommunikationsplattform könnte helfen, Termine besser abzustimmen und Überschneidungen zu vermeiden.**“ Beispiel für Ablehnung: „**Das ständige Pflegen der unterschiedlichen Portale ist ein erheblicher Mehraufwand. Oft sind unsere Kapazitäten zu knapp, um sich um die Pflege auf allen Plattformen zu kümmern.**“

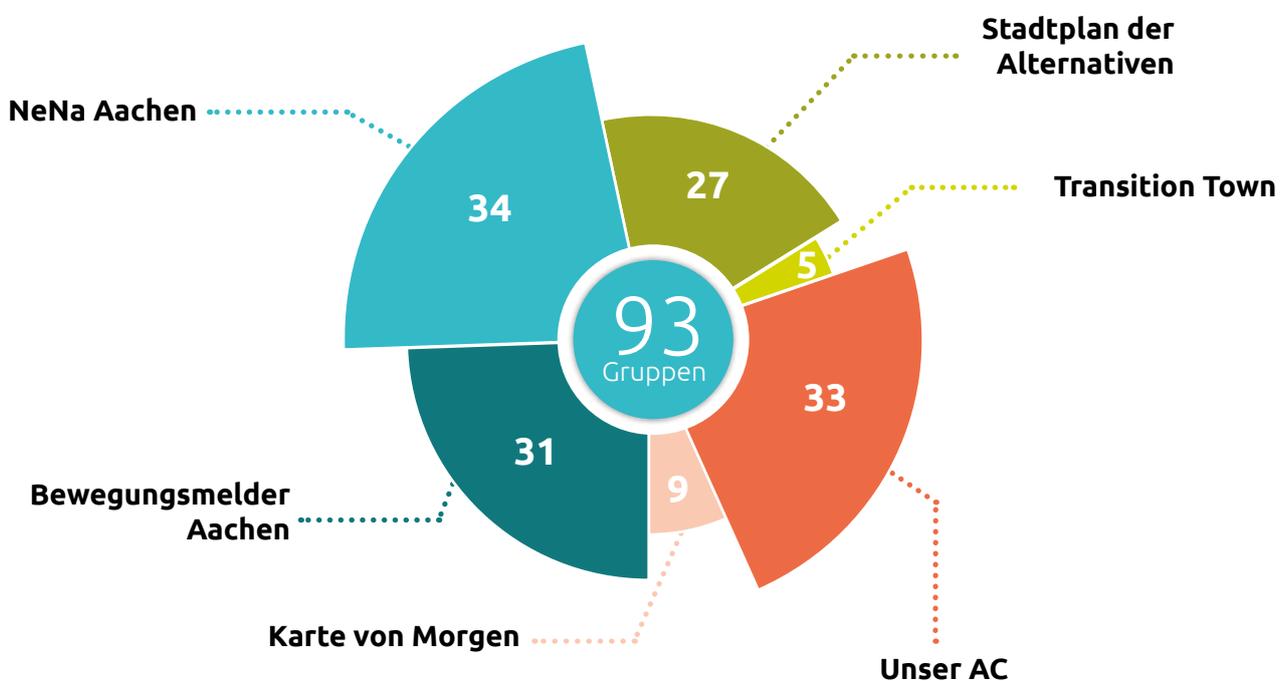


Abb. 22: Mitwirkung in Netzwerken

## Ergänzende Nennungen zur Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung

Darüber hinaus haben wir den Initiativen den Raum gegeben, ganz frei über ihre Erfahrungen, Bedürfnisse und Wünsche in Bezug auf die Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung zu berichten. Die 41 Aussagen konnten in fünf Kernaussagen kategorisiert werden:

- ▶ **Positive Reaktionen:** Wir sind viele! „Toll, dass so viele engagiert sind!“
- ▶ **Der Wunsch nach mehr Absprachen und Vernetzung, bzw. die Kritik an fehlender Vernetzung:** „Vielfalt ist toll, aber wir brauchen eine bessere Abstimmung, um unnötigen Mehraufwand zu vermeiden.“
- ▶ **Konkurrenz & Feindseligkeit:** „Es gibt schon mal Sticheleien unter den Initiativen, wegen Zielkonflikten, Missgunst oder weil Menschen aus persönlichem Interesse handeln. Ich wünsche mir, dass wir über diese Konflikte hinwegsehen und mehr an einem Strang ziehen.“
- ▶ **Oberfläche & Verwässerung:** „Wir beobachten zunehmend, dass Menschen immer neue Baustellen aufmachen, das kann dazu führen, dass das Engagement verwässert, weil es so aufgrund der knappen Kapazitäten an der Oberfläche bleibt. Um tief in die Themen einzusteigen, braucht es Fokus und Beharrlichkeit. Das würde auch die Glaubwürdigkeit und Repräsentativität gegenüber Verwaltung und Politik stärken.“
- ▶ **Überschneidungen:** „Wir stecken viel Zeit in die Planung und Bewerbung von Veranstaltungen, laden ReferentInnen ein. Dann ist es schon ärgerlich, wenn es zu Überschneidungen kommt und so die Leute wegbleiben.“

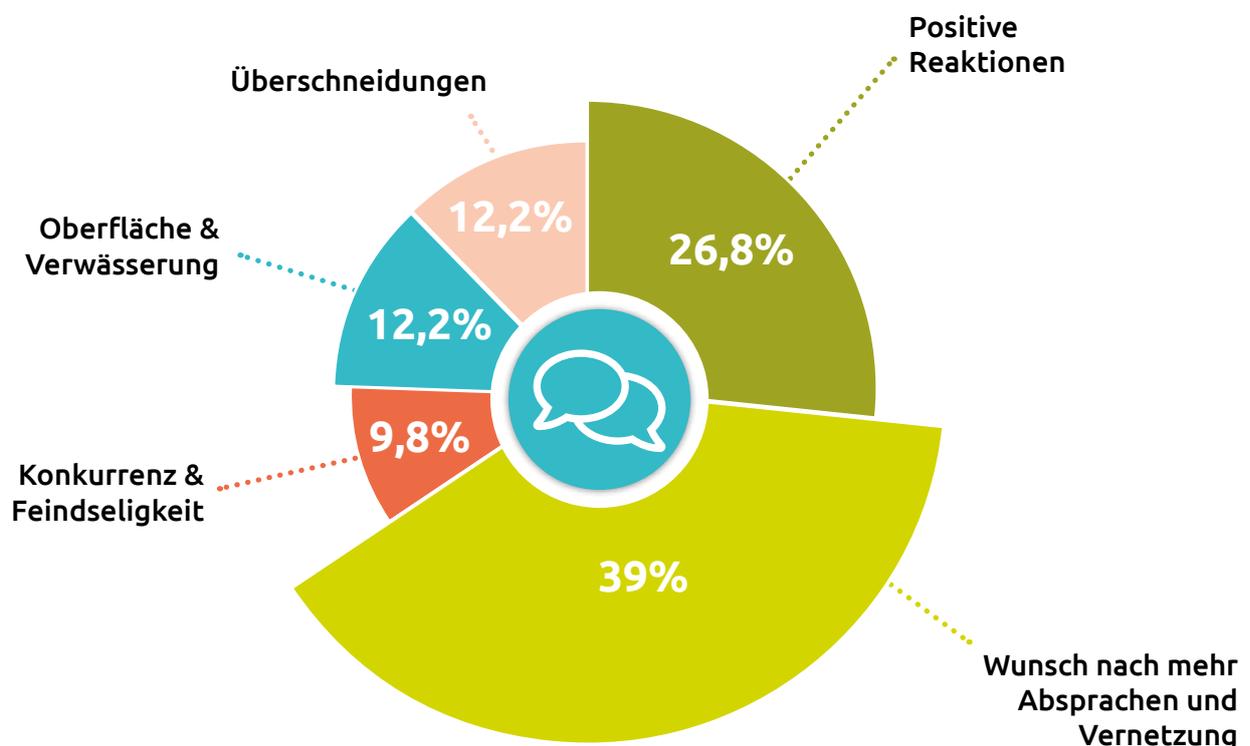


Abb. 23: Ergänzende Nennungen

## 6.7 Engagement & Covid-19

### Allgemeine Auswirkungen

In den ersten vier bis sechs Wochen während der offiziellen Einschränkungen war zunächst eine starke Phase der Unsicherheit bei den meisten befragten Initiativen wahrzunehmen. Viele Menschen erlebten Phasen der Ungewissheit und Angst. Corona hatte sich zum vorherrschenden Thema in den Medien und im persönlichen Gespräch entwickelt, daher fehlten oft die gedanklichen Kapazitäten, um sich mit dem Ehrenamt auseinanderzusetzen. Auch die zeitlichen Ressourcen waren bei vielen Ehrenamtlern eingeschränkt. Das Leben musste neu organisiert werden: der Beruf zog ins Home Office, die Kinderbetreuung und Home Schooling mussten sichergestellt werden.

Viele Menschen hatten das Bedürfnis, sich bewusst auf andere Dinge zu konzentrieren und nahmen eine Auszeit, um zur Ruhe zu kommen, sorgten für Haus und Garten oder kümmerten sich ganz aktiv um sozial benachteiligte Menschen in direkter Nachbarschaft. So ist das Wirken vieler Initiativen in den ersten beiden Monaten in eine Art „Dornröschenschlaf“ gefallen, auch weil viele Aktive davon ausgingen, dass die Beschränkungen bald vorübergingen und man an das bisherige Wirken nahtlos anknüpfen könne. Als man realisierte, dass uns die Veränderungen wohl noch eine ganze Weile begleiten würden, kam es zu einer Art Schockstarre. **„Am Anfang war da eine Starre. Wir dachten, das geht rasch wieder vorbei.“** Die alten Routinen (Treffen, Veranstaltungen, Infostände, etc.) wurden nahezu vollständig unterbrochen, das bisherige Wirken musste neu überdacht und alternative Wege der Kommunikation mussten gelernt und etabliert werden.



## Aktivitätsindex

Im Rahmen der Corona-Zusatzbefragung haben wir einen „Aktivitätsindex“ erhoben. Hier konnten die Initiativen eine Einschätzung abgeben, wie ausgeprägt ihr Wirken im Vergleich zu Zeit vor Corona ist – dabei wurde diese Zeit mit jeweils 100% bewertet.

Bei einigen Initiativen ist die Aktivität drastisch eingebrochen, so dass in den ersten beiden Monaten ein Aktivitätsindex von nur 10-20% angegeben wurde. Nach der Schockstarre und einer ersten Neuorganisation von Treffen und dem Aufgabenspektrum hat sich die Aktivität bis Mitte Juli 2020 bei vielen bei ca. 50-70% eingependelt.

Andere Initiativen hatten während Corona sogar einen erhöhten Aktivitätsindex. Diese Entwicklung erlebten wir insbesondere bei studentischen Initiativen bzw. Initiativen mit einem großen Anteil studentischer Mitwirkender. Durch die veränderte Alltagssituation (keine Präsenzveranstaltungen mit An- und Abreise an den Universitäten; keine Verabredungen und Treffen mit Freunden; oder gar der Verlust des Nebenjobs bzw. Praktikums) war plötzlich weitaus mehr Zeit, sich der ehrenamtlichen Arbeit zu widmen.

Auch unterstützend wirkende Initiativen (hauptsächlich aus dem sozialen Bereich) meldeten uns einen höheren Aktivitätsindex als vor Corona. **„Das, was wir üblicherweise machen, ist ganz heruntergefahren, aber wir haben deutlich mehr zu tun, weil durch die Bestimmungen neue Standards entwickelt und angepasste Konzepte für unsere Mitglieder an den Start gebracht werden müssen.“**

## Interne Treffen

Die internen Treffen und den regelmäßigen persönlichen Austausch erleben viele Initiativen als Motor und Motivator für ihr Engagement. Durch den Lockdown konnten persönliche Treffen lange Zeit nicht mehr wie gewohnt stattfinden.

Von vielen jungen, insbesondere studentischen, Initiativen erfuhren wir, dass sie bereits vor Corona die Möglichkeiten digitaler Kommunikationswege ausschöpften. **„Die meisten Treffen in der Kerngruppe führen wir schon lange per Videokonferenz durch, da immer jemand im Auslandssemester unterwegs ist.“** Der vollständige Switch von persönlichen zu digitalen Treffen war so für die studentischen Initiativen leichter zu realisieren. Für viele ältere Engagierte brauchte es jedoch Zeit, sich an die digitalen Alternativen zu gewöhnen und ihre Möglichkeiten auszuschöpfen. So sind in einigen etablierten Initiativen in den ersten beiden Monaten teilweise gar keine Treffen realisiert worden.

Bis August 2020 haben die meisten Initiativen auf digitale Kommunikationswege umgestellt. Seit die Lockerungen persönliche Treffen wieder erlauben, haben wir eine große Erleichterung wahrgenommen. **„Wir brauchen den persönlichen Kontakt, eine Videokonferenz ist gut, um die sachlichen Dinge abzarbeiten, sie hat aber nicht die gleiche Dynamik.“**

## Veranstaltungen

Wie in Kapitel 6.2 aufgezeigt, sind viele Initiativen darauf ausgerichtet, in die Öffentlichkeit zu treten und durch Veranstaltungen und Infostände Aufklärungs- und Informationsarbeit zu leisten. Insbesondere diese Initiativen wurden durch die Corona-Situation stark in ihrem Wirken beeinträchtigt, während Initiativen, die ganz konkrete Projekte realisieren, wenig bzw. kaum Einschränkungen erfuhren.

Seit einigen Wochen finden immer mehr öffentliche Veranstaltungen online statt. Die Masse an Veranstaltungen – so wie wir sie 2019 erlebt haben (siehe Kapitel 6.3) – findet jedoch nicht mehr statt. Diese Reduzierung von Überangebot wurde von einigen Befragten als sehr angenehm wahrgenommen. Dennoch, viele Engagierte bedauern den Wegfall öffentlicher Veranstaltungen, weil diese neben dem inhaltlichen Teil vor allem dem regelmäßigen Wiedersehen dienten und damit Begegnung, Austausch und Vernetzungsarbeit förderten. Darüber hinaus sind viele der digitalen Formate sehr einseitig aufgebaut. Hier besteht der dringende Bedarf nach mehr aktivem Austausch aller Beteiligten, statt eindimensionalen Zuhörens.

Auch das Publikum gewöhnt sich an die neuen Formate, auf die von zuhause zugegriffen werden kann. Viele Initiativen haben die Vorzüge dieser Formate auch für ihr zukünftiges Wirken (nach Corona) erkannt. **„Insbesondere wenn der Referent nicht aus dem näheren Umkreis stammt und extra anreisen müsste, sind Veranstaltungen per Videokonferenz eine nachhaltige Alternative.“**

## Aufgabenspektrum

Das Aufgabenspektrum der Initiativen hat sich während der Corona-Zeit teilweise stark verschoben. Viele Initiativen, denen ihr „Kerngeschäft“ (also die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen) wegfiel, haben sich neuen Themen gewidmet:

Sie haben Vorbereitungsarbeit für kommende Projekte und Veranstaltungen geleistet oder haben sich um Dinge gekümmert, **„die sonst immer liegen bleiben“**. Die Engagierten haben die Gelegenheit genutzt, um neue Konzepte zu entwickeln und voranzutreiben. Auch der Öffentlichkeitsarbeit, insbesondere über Social Media, wurde stärker nachgegangen.

Nicht wenige Initiativen gaben an, schon vor den Einschränkungen in einer Phase des Umbruchs gewesen zu sein. Die Corona-Situation gab den notwendigen Impuls, in Selbstreflexion zu gehen, sich mit einer Neuorientierung auseinanderzusetzen, die Zielsetzung der eigenen Arbeit kritisch zu hinterfragen und die zukünftige Ausrichtung neu zu denken. **„Die Flaute, die wir erleben, hängt nicht nur mit Corona zusammen. Wir lahmen sowieso derzeit und sind in einer Phase der Neufindung.“** oder **„Irgendwie ist seit den letzten Monaten Sand ins Getriebe geraten und nicht mehr viel passiert. Wir nutzen die Corona-Zeit, um strukturelle und strategische Dinge auf solidere Füße zu stellen.“**

## Teil 2 - Inside-Out Betrachtung

### 6.8 Die Initiativen & Politik

Während über 91% der befragten Initiativen angaben, mit anderen NGOs zu kooperieren (siehe Kapitel 6.6), kooperieren derzeit lediglich 26,9% der Initiativen mit der lokalen Politik. Als Kooperation galt im Rahmen der Befragung die Zusammenarbeit mit anderen Akteursgruppen, z.B. bei der Organisation von Veranstaltungen, der Umsetzung von Projekten oder anderweitiger konkreter, pro-aktiver Unterstützung – unabhängig von einer formellen Kooperationsvereinbarung.

In Bezug auf lokale Politik haben wir die Initiativen gefragt, ob hier bereits direkter Kontakt aufgenommen wurde. Diese Frage beantworteten 57% der Befragten mit „ja“ (Abb. 24). 64,5% der Befragten können sich vorstellen, dass sich ihr Wirken verbessert, wenn es einen festen Zugang, eine feste Anlaufstelle für Nachhaltigkeitsthemen bei der lokalen Politik für sie gäbe; nur 16,1% sahen darin keine Verbesserung für ihr Wirken, 19,4% haben die Frage als „nicht relevant“ zurückgestellt (Abb. 25). Bei dieser Frage haben wir die Ausgestaltung eines solchen Zugangs absichtlich völlig offen gelassen, um (bei Bedarf) einen solchen gemeinsam, co-kreativ und unvoreingenommen, nach den Bedürfnissen aller relevanten Akteure, gestalten zu können. Die Frage „Inwieweit würde es Euer Wirken verbessern, wenn lokale Politik Eure Kompetenzen und Wissen besser in Entscheidungsprozesse integrieren könnte?“ beantworteten 80,6% mit einer angenommenen Verbesserung (Abb. 26).

Abb. 24: Haben Sie versucht aktiv an die Politik heranzutreten?

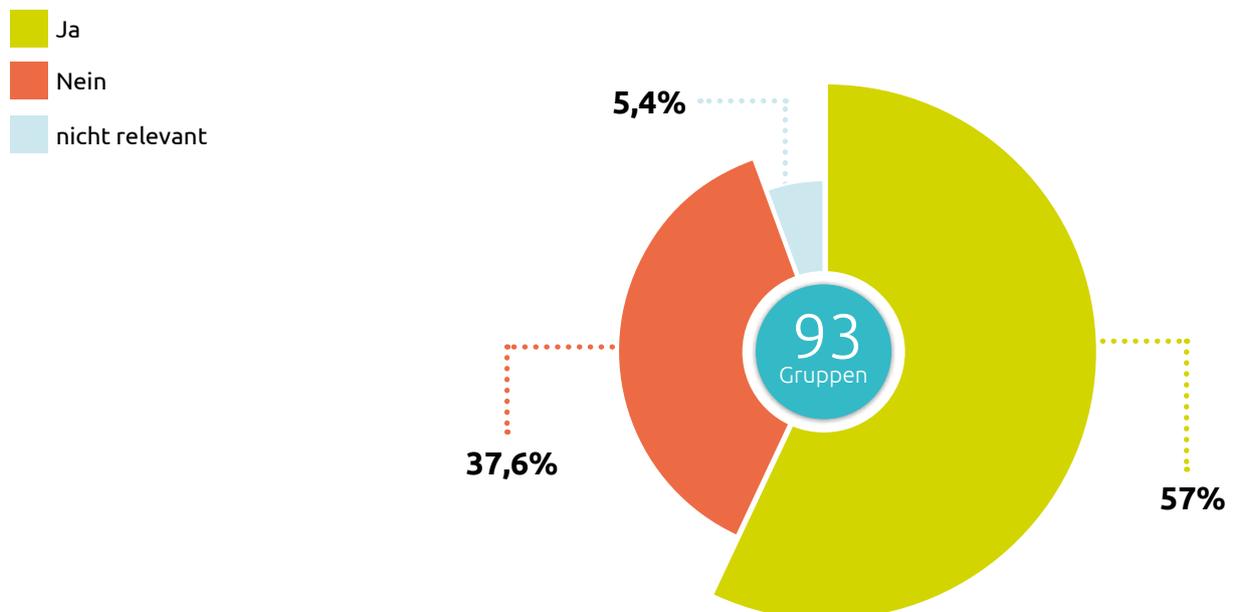


Abb. 25: Inwieweit würde ein fester Zugang zu Nachhaltigkeitsthemen bei der lokalen Politik Ihr Wirken verbessern?

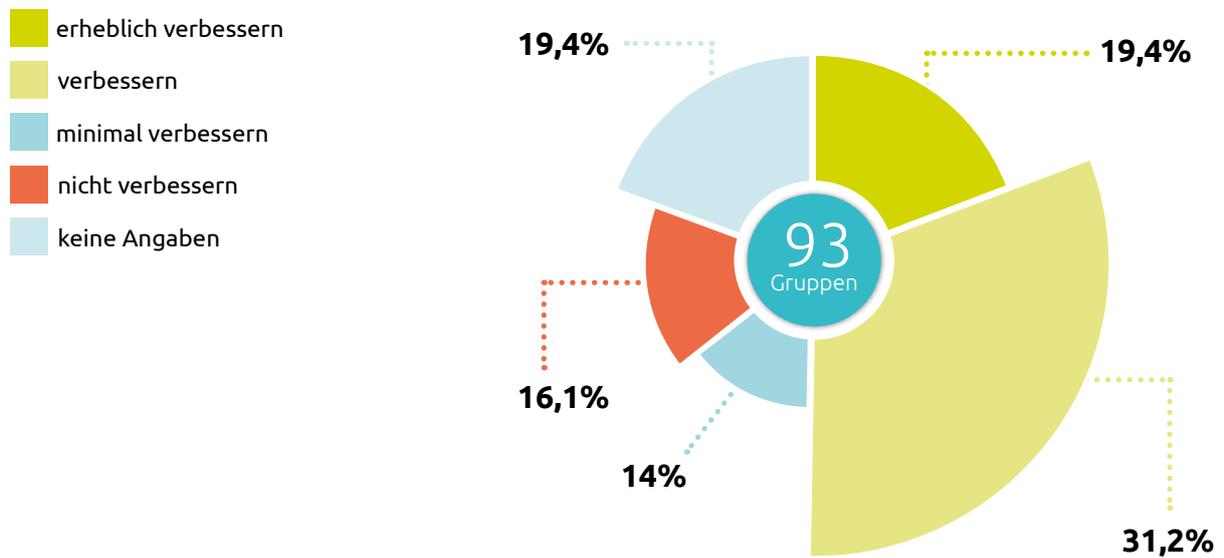
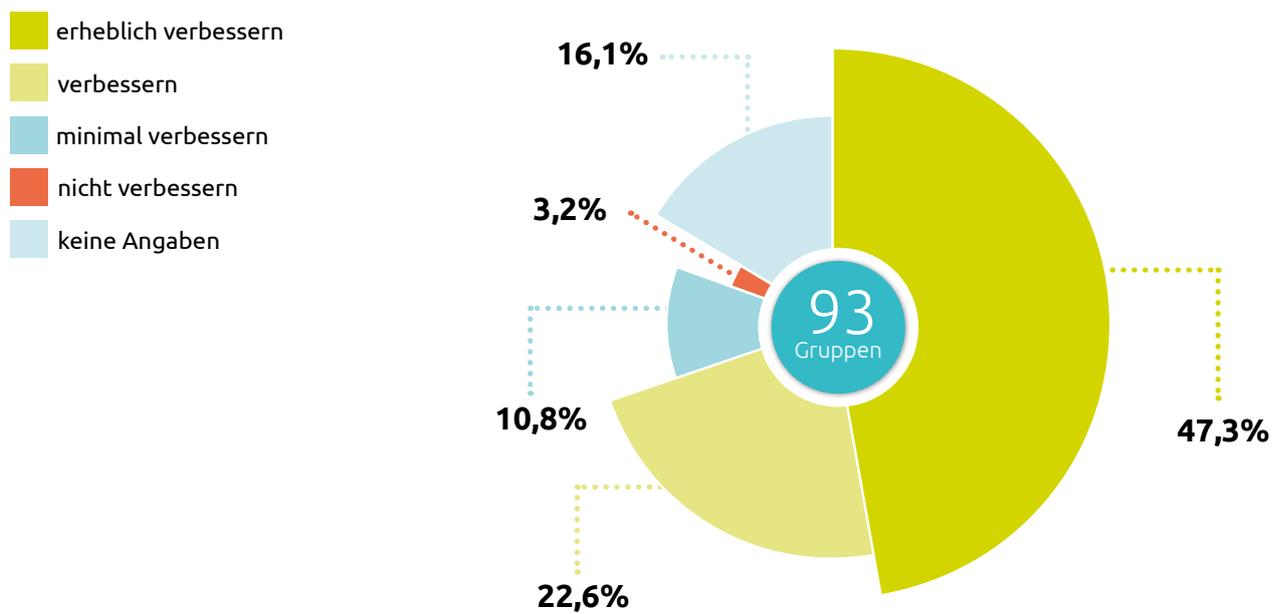


Abb. 26: Inwieweit würde es Euer Wirken verbessern, wenn Politik Eure Kompetenzen und Wissen besser in Entscheidungsprozesse integrieren könnte?



## Ergänzende Nennungen

Zusätzlich zu den drei quantitativen Fragen hatten die befragten Initiativen die Möglichkeit, frei über ihre Erfahrungen, Wünsche, Ideen, Bedarfe und Hemmnisse in Bezug auf lokale Politik zu berichten. Insgesamt konnten auf diese Weise 83 Aussagen zusammengetragen werden. Diese lassen sich grob in fünf Kernaussagen einordnen.

### A Positive Erfahrungen 7 Aussagen

„Wir haben einen sehr guten Draht zur Politik. Es gibt langjährige etablierte Kontakte und ein gutes Vertrauensverhältnis. Wir begegnen einander auf Augenhöhe.“

### B Potenziale für eine Zusammenarbeit 34 Aussagen

„In der Politik sind die Sachkenntnisse über ökologische Herausforderungen oder soziale Zwänge und Nöte, etc. nicht besonders ausgeprägt, um gute Entscheidungen zu treffen. Daher ist ein großer Bedarf an Dialog!“

### C Konkrete Forderungen 20 Aussagen

„Eine Zukunftsvision wäre ein Bürgerrat, mit ganz normalen Bürgern. Dieser erarbeitet mit allen Akteuren gemeinsam eine Vision für Aachen. Die Politik und die Verwaltung sind Enabler, die die Weichen stellen und Dinge möglich machen und die Menschen positiv an Alternativen heranführen.“

### D Kritik & negative Erfahrungen 17 Aussagen

„Das Fraktionsdenken der Politik ist sehr kontraproduktiv für das, was wir in der Gesellschaft tun müssen. Das Abgrenzen voneinander ist eines der größten Hemmnisse für die Weiterentwicklung der Gesellschaft.“

### E Unabhängigkeit 5 Aussagen

„Wir möchten unabhängig bleiben, haben uns daher bewusst gegen eine Kooperation entschieden.“

## 6.9 Die Initiativen & Verwaltung

Derzeit kooperieren 57% der befragten Initiativen mit der lokalen Verwaltung. Als Kooperation galt im Rahmen der Befragung die Zusammenarbeit mit anderen Akteursgruppen, z.B. bei der Organisation von Veranstaltungen, der Umsetzung von Projekten oder anderweitiger konkreter, pro-aktiver Unterstützung – unabhängig von einer formellen Kooperationsvereinbarung.

In Bezug auf Verwaltung haben wir die Initiativen gefragt, ob hier bereits direkter Kontakt aufgenommen wurde. Diese Frage beantworteten 68,8% mit „ja“ (Abb. 27). Fast 64,5% der Befragten können sich vorstellen, dass sich ihr Wirken verbessert, wenn es einen festen Zugang, eine feste Anlaufstelle für Nachhaltigkeitsthemen bei der Verwaltung für sie gäbe; nur 19,4% sahen darin keine Verbesserung für ihr Wirken, 16,1% haben die Frage als „nicht relevant“ zurückgestellt (Abb. 28). Bei dieser Frage haben wir die Ausgestaltung eines solchen Zugangs absichtlich völlig offen gelassen, um (bei Bedarf) einen solchen gemeinsam, co-kreativ und unvoreingenommen, nach den Bedürfnissen aller relevanten Akteure, gestalten zu können. Die Frage „Inwieweit würde es Euer Wirken verbessern, wenn Verwaltung Eure Kompetenzen und Wissen besser in Entscheidungsprozesse integrieren könnte?“ beantworteten 78,5% mit einer angenommenen Verbesserung (Abb. 29).

Abb. 27: Haben Sie versucht aktiv an die Verwaltung heranzutreten?

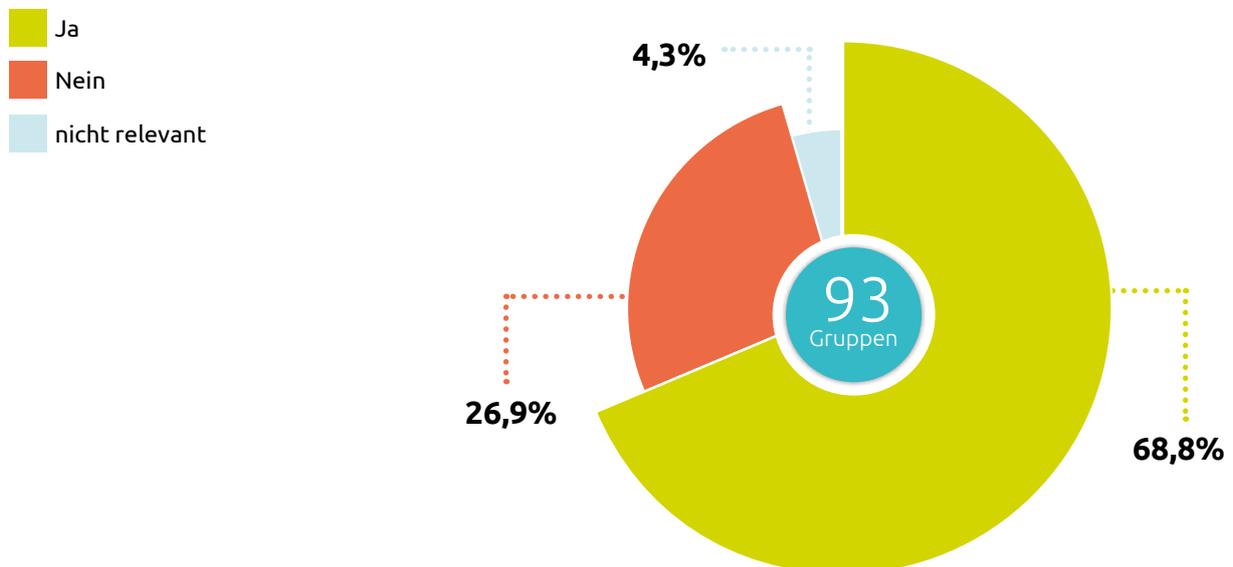


Abb. 28: Inwieweit würde ein fester Zugang zu Nachhaltigkeitsthemen bei der lokalen Verwaltung Ihr Wirken verbessern?

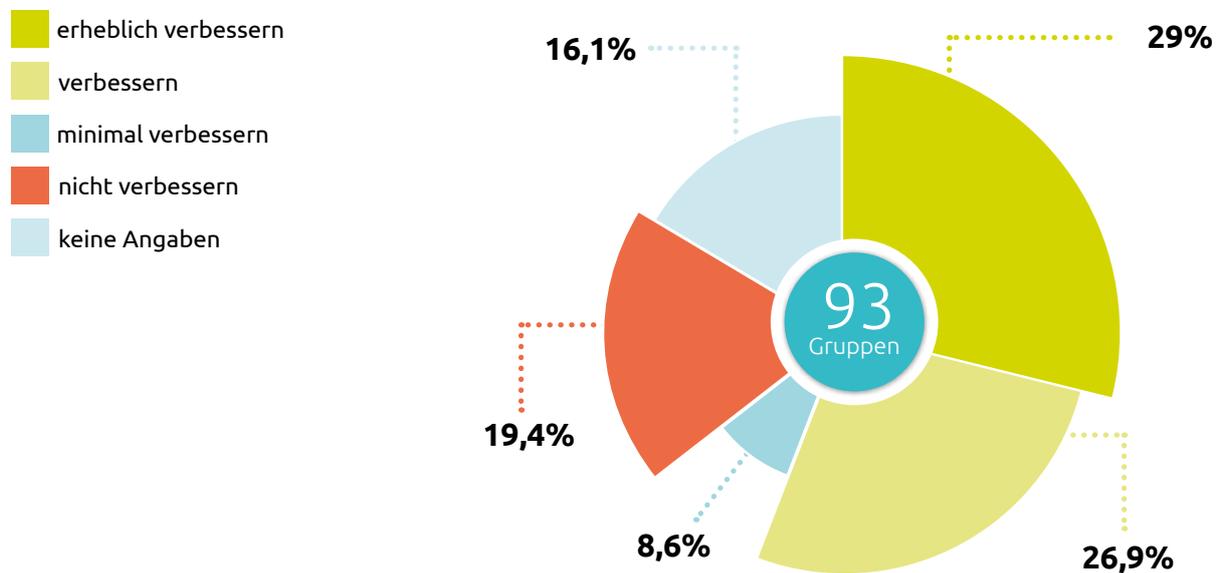
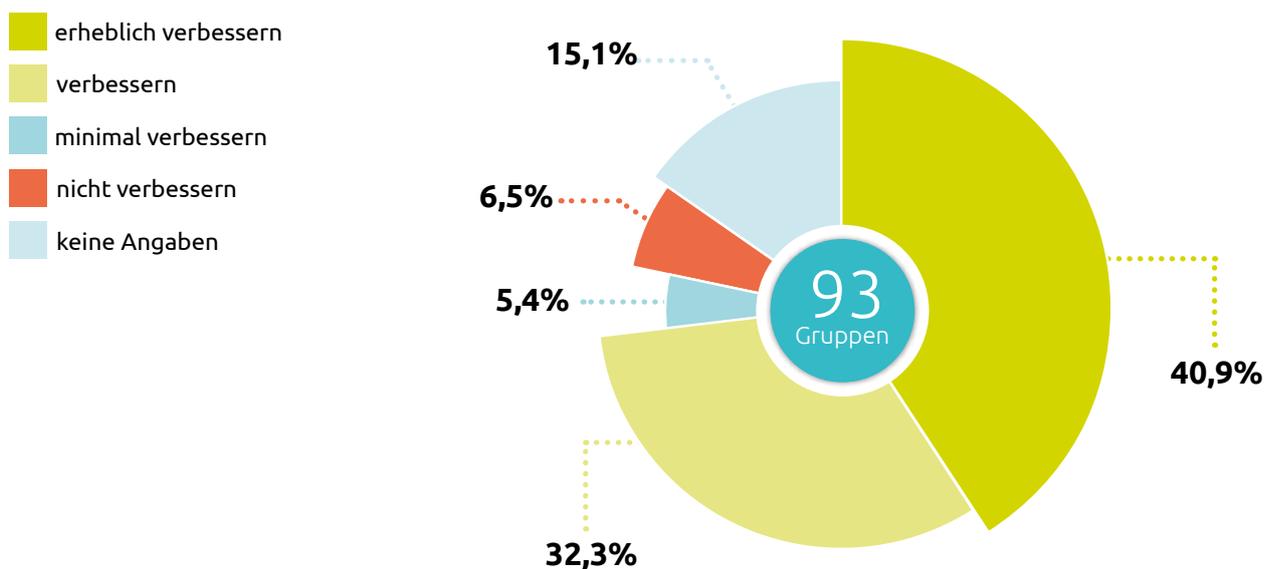


Abb. 29: Inwieweit würde es Ihr Wirken verbessern, wenn Verwaltung Eure Kompetenzen und Wissen besser in Entscheidungsprozesse integrieren könnte?



## Ergänzende Nennungen

Zusätzlich zu den drei quantitativen Fragen hatten die befragten Initiativen die Möglichkeit, frei über ihre Erfahrungen, Wünsche, Ideen, Bedarfe und Hemmnisse in Bezug auf lokale Verwaltung zu berichten. Insgesamt konnten auf diese Weise 95 Aussagen zusammengetragen werden (die Zahl ist größer als die Anzahl der Interviews, weil sich einzelne Initiativen mehrfach geäußert haben). Diese lassen sich grob in drei Kategorien einteilen:

**A**

### Positive Erfahrungen

10 Aussagen

„Wir erleben von einzelnen Bereichen oder Angestellten extrem positiven Zuspruch, denn viele hängen in den festen Strukturen fest und können selbst nur wenig bewegen. Unsere Arbeit gibt ihnen Rückendeckung und Unterstützung, diese Themen breiter zu positionieren.“

**B**

### Potenziale für eine Zusammenarbeit

50 Aussagen

„Es wäre wünschenswert, wenn die Stadtverwaltung Nachhaltigkeit besser konzeptualisieren würde. Es gibt die einzelnen Handlungsfelder, die abgeleitet werden, aber es gibt kein umfassendes Gesamtkonzept, keine klare Richtung oder Gesamtvision für die Stadt. Diese sollte gemeinsam mit den Bürgern entwickelt und umgesetzt werden.“

**C**

### Kritik & negative Erfahrungen

35 Aussagen

„Wir sind enttäuscht von Verwaltung. Wir wünschen uns mehr Unterstützung von Seiten der Stadt, was nachhaltige, zukunftsfähige Projekte angeht. Oft sind wir in der Verwaltung mit starren Strukturen und Paragraphen-Reitern konfrontiert. Menschen, die (selbst wenn es Spielraum gäbe) sich hinter Richtlinien verstecken. Hier wünschen wir uns mehr Flexibilität, Menschlichkeit im Miteinander und Offenheit, Dinge, neu zu denken.“

## 6.10 Die Initiativen & Wirtschaft

Derzeit kooperieren 35,5% der befragten Initiativen mit Wirtschaft und lokalen Unternehmen. Als Kooperation zählte im Rahmen der Befragung die Zusammenarbeit mit anderen Akteursgruppen, z.B. bei der Organisation von Veranstaltungen, der Umsetzung von Projekten oder anderweitiger konkreter, pro-aktiver Unterstützung – unabhängig von einer formellen Kooperationsvereinbarung.

In Bezug auf lokale Wirtschaft und Unternehmen haben wir die Initiativen gefragt, ob hier bereits direkter Kontakt aufgenommen wurde. Diese Frage beantworten nur knapp 42% mit „ja“ (Abb. 30). 65,6% der Befragten können sich vorstellen, dass sich ihr Wirken verbessert, wenn es einen festen Zugang für Nachhaltigkeitsthemen bei der lokalen Wirtschaft für sie gäbe; nur 12,9% sahen darin keine Verbesserung für ihr Wirken. 21,5% der Befragten haben die Frage als „nicht relevant“ zurückgestellt (Abb. 31). Bei dieser Frage haben wir die Ausgestaltung eines solchen Zugangs absichtlich völlig offen gelassen, um (bei Bedarf) einen solchen gemeinsam, co-kreativ und unvoreingenommen, nach den Bedürfnissen aller relevanten Akteure, gestalten zu können.

Abb. 30: Haben Sie versucht aktiv, an lokale Wirtschaft heranzutreten?

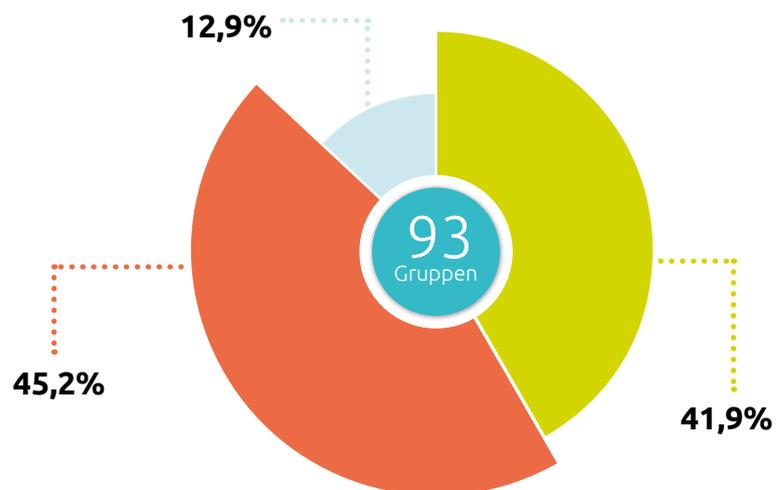
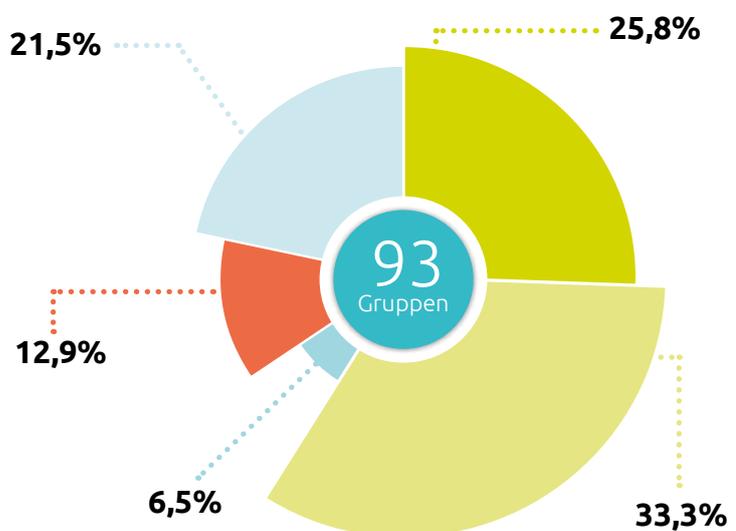


Abb. 31: Inwieweit würde ein fester Zugang zu Nachhaltigkeitsthemen bei der lokalen Wirtschaft Ihr Wirken verbessern?



## Ergänzende Nennungen

Zusätzlich zu den beiden quantitativen Fragen hatten die befragten Initiativen die Möglichkeit, frei über ihre Erfahrungen, Wünsche, Ideen, Bedarfe und Hemmnisse in Bezug auf lokale Wirtschaft zu berichten. Insgesamt konnten auf diese Weise 45 Aussagen zusammengetragen werden. Diese lassen sich grob in fünf Kategorien einteilen:

### A Positive Erfahrungen 2 Aussagen

„Glücklicherweise gibt es auch in Betrieben immer mehr Menschen, deren Bewusstsein sich nachhaltig verändert.“

### B Potenziale für eine Zusammenarbeit 21 Aussagen

„Eine Unterstützung oder Zusammenarbeit mit namhaften Unternehmen würde für das Thema Nachhaltigkeit mehr Reichweite und eine breitere Öffentlichkeit generieren.“

### C Vorbildfunktion 5 Aussagen

„Wir wünschen uns seitens der Unternehmen und Unternehmensvertreter (z.B. IHK) mehr Offenheit und weniger Vorbehalte gegen alternative Wirtschaftsmodelle.“

### D Kritik & negative Erfahrungen 9 Aussagen

„Für viele Unternehmen gibt es einfach nicht genug Anreize, alte Routinen zu durchbrechen und neu zu denken.“

### E Vorbehalte 8 Aussagen

„Wenn ein Thema in der Öffentlichkeit einen Hype erfährt, dann sind die Unternehmen plötzlich da, um sich ins rechte Licht zu stellen. Das wollen wir nicht unterstützen.“

## 6.11 Die Initiativen & Wissenschaft

Derzeit kooperieren 44,1% der befragten Initiativen mit lokalen Hochschulen. Als Kooperation galt im Rahmen der Befragung die Zusammenarbeit mit anderen Akteursgruppen, z.B. bei der Organisation von Veranstaltungen, der Umsetzung von Projekten oder anderweitiger konkreter, pro-aktiver Unterstützung – unabhängig von einer formellen Kooperationsvereinbarung.

In Bezug auf Wissenschaft und lokale Hochschulen haben wir die Initiativen gefragt, ob hier bereits direkter Kontakt aufgenommen wurde. Diese Frage beantworteten 51,6% der Initiativen mit „ja“ (Abb. 32). 64,5% der Befragten können sich vorstellen, dass sich ihr Wirken verbessert, wenn es einen festen Zugang, eine feste Anlaufstelle für Nachhaltigkeitsthemen bei lokalen Hochschulen gäbe; nur 12,9% sahen darin keine Verbesserung für ihr Wirken. 22,6% der Befragten haben die Frage als „nicht relevant“ zurückgestellt (Abb. 33). Bei dieser Frage haben wir die Ausgestaltung eines solchen Zugangs absichtlich völlig offen gelassen, um (bei Bedarf) einen solchen gemeinsam, co-kreativ und unvoreingenommen, nach den Bedürfnissen aller relevanten Akteure, gestalten zu können.

Abb. 32: Haben Sie versucht aktiv, an Wissenschaft und Hochschulen heranzutreten?

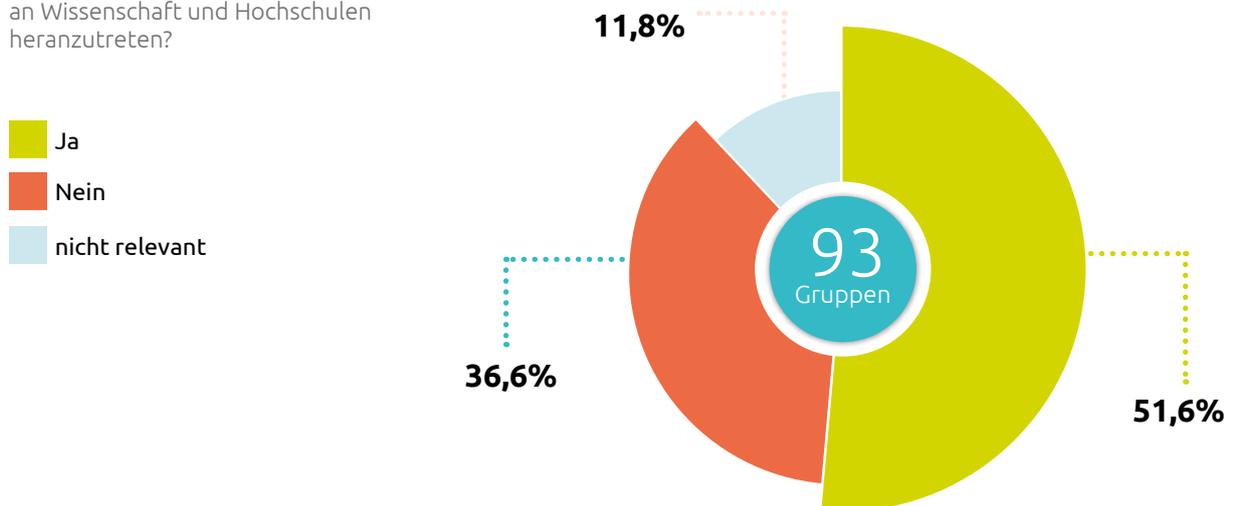
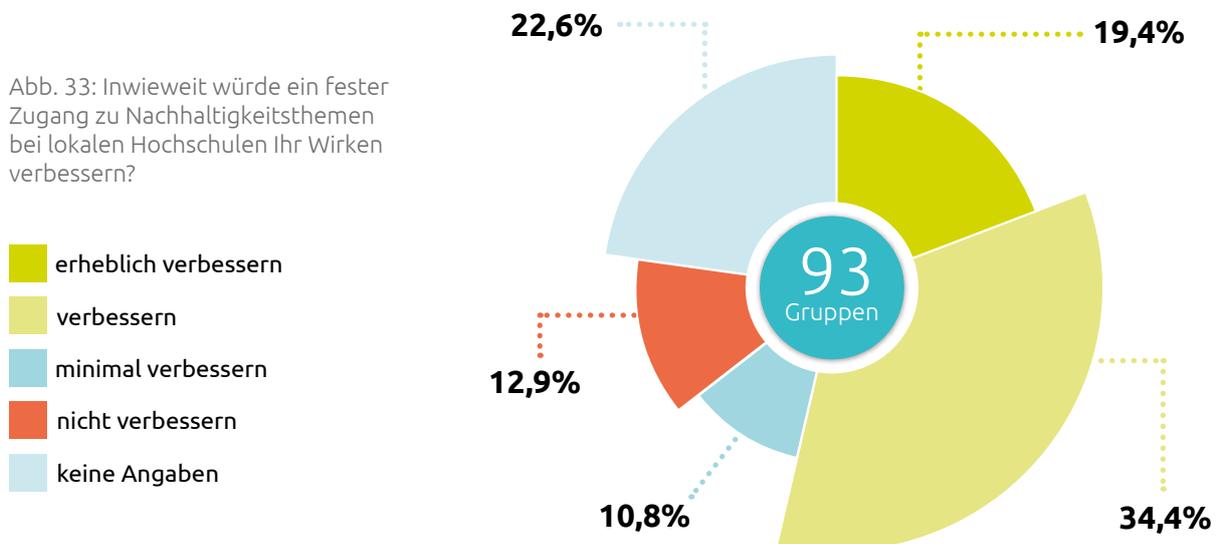


Abb. 33: Inwieweit würde ein fester Zugang zu Nachhaltigkeitsthemen bei lokalen Hochschulen Ihr Wirken verbessern?



## Ergänzende Nennungen

Zusätzlich zu den beiden quantitativen Fragen hatten die befragten Initiativen die Möglichkeit, frei über ihre Erfahrungen, Wünsche, Ideen, Bedarfe und Hemmnisse in Bezug auf Wissenschaft und lokale Hochschulen zu berichten. Insgesamt konnten auf diese Weise 42 Aussagen zusammengetragen werden. Diese lassen sich grob in vier Kategorien einteilen:

**A**

**Positive Erfahrungen**  
9 Aussagen

„Die neuerlichen Entwicklungen, dass sich die RWTH für Social Learning und Transferdenken einsetzt, sehen wir sehr positiv. Auch der neue Rektor wirkt aufgeschlossener.“

**B**

**Potenziale für eine  
Zusammenarbeit**  
14 Aussagen

„Die Wissenschaft könnte neue Ideen und Konzepte wissenschaftlich begleiten und durch die evidenzbasierte Untermauerung von Argumenten unterstützen.“

**C**

**Vorbildsfunktion**  
12 Aussagen

„Eine Ausbildung von Wissenschaftlern bedeutet auch eine Ausbildung hin zu verantwortungsvollem Umgang mit der Zukunft und den Ressourcen unseres Planeten. Hier werden die zukünftigen Chefs unserer Welt ausgebildet. Hochschule sollte nicht nur für die Wirtschaft, sondern auch für die Gesellschaft arbeiten.“

**D**

**Kritik & negative  
Erfahrungen**  
7 Aussagen

„Die Unvernetztheit innerhalb der TH ist erschreckend. Nachhaltigkeit müsste viel besser vernetzt sein. Stattdessen gibt es vielerlei Egoismen in einzelnen Bereichen, jeder kocht sein eigenes Süppchen, will sich Exklusivität verschaffen, die Lorbeeren und Fördergelder abgreifen. Dieses destruktive, egoistische Silo-Denken ist wenig zielorientiert. Wirklich förderlich wäre gelebte, kreative und zielorientierte Interdisziplinarität.“

## 6.12 Die Initiativen & Medien

78,5% der befragten Initiativen haben angegeben, dass sich ihr Wirken verbessern würde, wenn es einen festen Zugang oder eine feste Anlaufstelle für Nachhaltigkeitsthemen bei der lokalen Presse für sie gäbe; nur 12,9% nahmen darin keine Verbesserung für ihr Wirken an. Für 8,6% der Befragten war die Frage nicht relevant (Abb. 34). Bei dieser Frage haben wir die Ausgestaltung eines solchen Zugangs absichtlich völlig offen gelassen, um (bei Bedarf) einen solchen gemeinsam, co-kreativ und unvoreingenommen, nach den Bedürfnissen aller relevanten Akteure, gestalten zu können.

Wir haben die Initiativen darüber hinaus gefragt: „Inwieweit erleben Sie es als ein Hemmnis, dass von Seiten der lokalen Medien zu wenig bzw. kein Interesse an zivilgesellschaftlichen Nachhaltigkeitsthemen besteht?“ 51,6% der Befragten nehmen ein Hemmnis wahr, für 39,8% besteht kein Hemmnis, für 8,6% der Befragten war die Frage nicht relevant bzw. für ihren Wirkungsbereich nicht zutreffend (Abb. 35).

Wir haben die gleiche Frage noch einmal umgedreht und positiv formuliert: „Inwieweit würde es Ihr Wirken verbessern, wenn von Seiten der lokalen Medien mehr Interesse an zivilgesellschaftlichen Nachhaltigkeitsthemen bestünde?“ 83,9% erkannten für ihr Wirken eine Verbesserung, 12,9% antworteten mit „gar nicht“, für 3,2% der Befragten war die Frage nicht relevant bzw. für ihren Wirkungsbereich nicht zutreffend (Abb. 36).

Die letzte quantitative Frage in diesem Themenblock galt der Frage nach einer wahrgenommenen unvoreteilhaften bzw. gefärbten Berichterstattung seitens der lokalen Medien. 44,1% erleben dies als ein Hemmnis, für 50,5% stellt sich kein Hemmnis dar, 5,4% ließen die Frage als „nicht relevant“ unbeantwortet (Abb. 37).

Abb.34: Inwieweit würde ein fester Zugang zu Nachhaltigkeitsthemen bei den lokalen Medien Ihr Wirken verbessern?

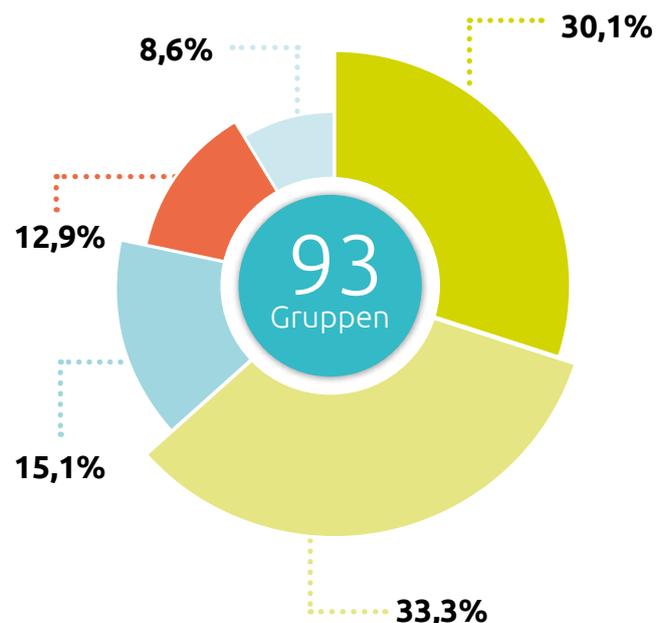


Abb. 35: Inwieweit erleben Sie es als ein Hemmnis, dass von Seiten der lokalen Medien zu wenig bzw. kein Interesse an Nachhaltigkeitsthemen besteht?

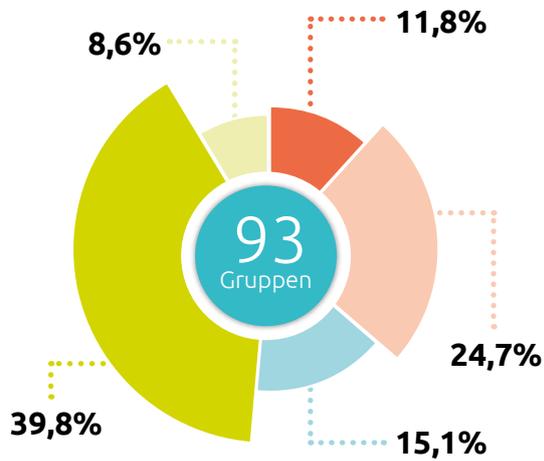


Abb. 36: Inwieweit würde es Ihr Wirken verbessern, wenn es von Seiten der lokalen Medien mehr Interesse an Nachhaltigkeitsthemen bestünde?

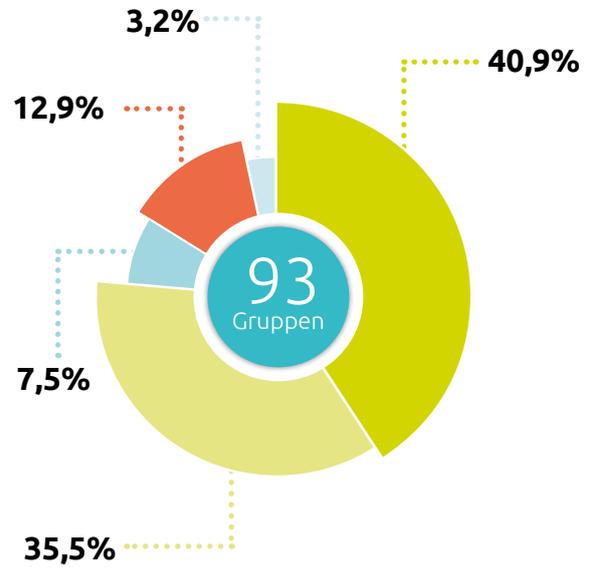
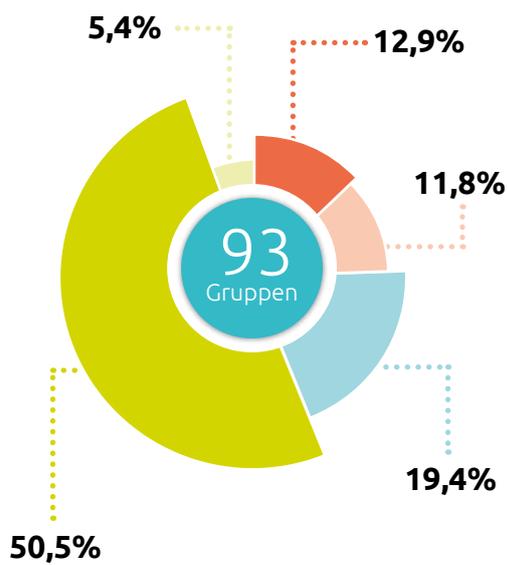


Abb. 37: Inwieweit erleben Sie es als ein Hemmnis, dass es von Seiten der Medien zu einer unvorteiligen / gefärbten Berichterstattung kommt?



- erhebliches Hemmnis
  - Hemmnis
  - minimales Hemmnis
  - kein Hemmnis
  - keine Angaben
- 
- erheblich verbessern
  - verbessern
  - minimal verbessern
  - nicht verbessern
  - keine Angaben

## Ergänzende Nennungen

Zusätzlich zu den vier vorangegangenen quantitativen Fragen hatten die befragten Initiativen die Möglichkeit, frei über ihre Erfahrungen, Wünsche, Ideen, Bedarfe und Hemmnisse in Bezug auf lokale Presse und Medien zu berichten. Insgesamt konnten auf diese Weise 84 Aussagen zusammengetragen werden. Diese lassen sich grob in vier Kategorien einteilen:

### A Positive Erfahrungen 13 Aussagen

„Wir pflegen langjährige Kontakte. Es wurde immer sehr wohlwollend berichtet.“

### B Potenziale für eine Zusammenarbeit 27 Aussagen

„Für eine gemeinsame Vision von Aachen ist es wichtig, dass auch die Medien dahinter stehen. Sie können die Menschen positiv beeinflussen und sie so an Alternativen heranzuführen, statt von Verzicht oder über Verbote zu berichten.“

### C Zukunftsfähigkeit der Presse 4 Aussagen

„Medienkontakte zur Presse sind für uns nicht interessant, insbesondere weil für unsere Zielgruppe diese Medien zunehmend an Relevanz verlieren.“

### D Kritik & negative Erfahrungen 40 Aussagen

„Die lokale Presse sollte ausgewogener berichten. Teils besteht Desinteresse an bestimmten Schwerpunkten. Auch erleben wir häufig eine zu einseitige Berichterstattung. Medien stehen in der Verantwortung, möglichst das ganze Bild zu zeigen, damit sich Menschen eine eigene Meinung bilden können.“

# 7 Diskussion

Die wichtigsten Ergebnisse und Erkenntnisse aus der Studie werden im Folgenden beleuchtet und diskutiert. Dies kann als Diskussionsgrundlage für alle Akteure und Interessierte dienen. Wir hoffen, damit zu vielfältigen Gesprächen und Denkanstößen zu inspirieren, die dabei helfen können, alte Routinen und Arbeitsweisen zu hinterfragen und im gemeinsamen Dialog konkrete Handlungsempfehlungen und Lösungsansätze in Handeln umzusetzen.

## 7.1 Finanzierung

„Geld ist keine Ausrede, um etwas zu bewegen, aber wenn die Projekte größer und schlagkräftiger werden (sollen), braucht es Mittel.“ 91,4% der befragten Initiativen gaben an, dass finanzielle Mittel ihr Wirken verbessern würden. Damit stellen Finanzmittel einen akuten Bedarf dar, für 72% der Befragten sogar ein akutes Hemmnis für ihre Arbeit (siehe Kapitel 6.4).

### Fördermittelbereitstellung

Trotz des deutlichen Bedarfs an Finanzmitteln hat die Befragung gezeigt, dass 51% der Befragten „nie“ auf Fördermittel (Drittmittel von Bund, Ländern, Stadt, Stiftungen, etc.) zugreifen. Warum ist das so? Im Gespräch mit relevanten externen Akteursgruppen (z.B. Stadt, Stiftungen) sollten die Hintergründe diskutiert, mögliche Barrieren und Hindernisse identifiziert werden, um Förderung langfristig attraktiver und niederschwelliger zu gestalten. Dies umso mehr, weil vorhandene Töpfe oft nicht vollständig ausgeschöpft werden.

### Fördermittelbeschaffung

Darüber hinaus muss das Bildungsangebot für Initiativen in Bezug auf die Finanzierung ihrer Arbeit ausgebaut werden. In entsprechenden Coachings, u. A. bei der Volkshochschule Aachen, oder der „Akademie der Vereine“, können interessierte Engagierte erfahren, welche Fördermittel es gibt, welche für sie und ihre Arbeit in Frage kommen und wie man erfolgreich Antragsprozesse initiiert und begleitet.

### Out of the Box:<sup>15</sup> „Wert und Wertschätzung“

Es besteht die gesellschaftliche Vorstellung, dass zivilgesellschaftliches Engagement grundsätzlich unentgeltlich, also im Ehrenamt, geleistet wird. Aufgrund des zeitlichen Aufwands ist jedoch für viele Wirkende ihr Engagement oft nur mit einer finanziellen Unterstützung leistbar. Darüber hinaus hat unser Projekt gezeigt, dass 45% der Engagierten das Wirken der Initiative oft oder gelegentlich aus „privater Tasche“ mitfinanzieren (siehe Kapitel 6.1). Aber warum sollte Ehrenamt nichts kosten bzw. nicht entlohnt werden? Wenn Partizipation

---

<sup>15</sup> „Out-of-the-Box Denken“ oder „Querdenken“ beschreibt eine hoch-kreative Methode lateralen Denkens. Dabei werden alte Denkmuster und ihre Beschränkungen bewusst durchbrochen. Die Methodik zur unkonventionellen Ideenfindung und Problemlösung zeichnet sich durch ein hohes Maß an Innovationskraft aus.



in Zukunft den Stellenwert erhalten soll, den die meisten Parteien gegenwärtig anstreben, besteht in dieser Frage ein dringender Diskussions- und Klärungsbedarf. Auch stellt sich aus partizipationspolitischer Perspektive die Frage, ob künftig engagierte Menschen einer Erwerbsarbeit im üblichen Sinne nachgehen müssen, obwohl sie diese – im Gegensatz zu ihren im Ehrenamt verorteten Aktivitäten – zum Teil als unbefriedigende Pflichtarbeit erfahren. Wir leben in einer Zeit, in der Gesellschaft und Wirtschaftssystem auf dem Prüfstand stehen. Für die große Transformation braucht es neue, innovative Lösungen.

Mit dem Industriezeitalter wurde Arbeit immer stärker auf den Lohnerwerb ausgerichtet. Doch gegenwärtig wünschen sich immer mehr Menschen, dass Arbeit – über die reine Existenzsicherung hinaus – auch weitere Facetten des Lebens abdeckt. In diesem Kontext sollte Arbeit auch einen gesellschaftlichen Mehrwert generieren und ebenso deutlich mehr der persönlichen Entfaltung, Selbstverwirklichung und Weiterentwicklung dienen. Die Arbeit der Zukunft sollte sinnstiftend und erfüllend für die Beschäftigten sein.

Es gibt bereits kluge Ansätze bei Niko Paech (Postwachstumsökonomie) oder den Vertretern des (bedingungslosen) Grundeinkommens. Aber warum warten, bis Politik entscheidet, die entsprechenden Mittel zur Verfügung zu stellen? Soziale Innovationen entstehen, wo Menschen machen, nicht warten. Mit 20.000 BürgerInnen (siehe Kapitel 6.1) ist die Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung ein kleiner Mikrokosmos und kann ein innovatives Zeichen setzen. Auf welchen neuen Wegen können Wert und Wertschätzung für das Engagement generiert werden? Muss alles, was geleistet und angeboten wird (Ehrenamt, Veranstaltungen, Schulungen, Programme, Server, Infrastruktur) immer kostenlos sein? Im Fokus der Ideenfindung sollte nicht der Preis stehen, sondern welchen Wert wir den Dingen zumessen wollen. Vielfältige Möglichkeiten gibt es bereits heute: Skill-Sharing-Plattformen, Tauschringe, vielleicht auch eine Wertschätzung in einer eigenen Währung, so wie es beispielsweise der Verein Öcher Frönnde e.V. praktiziert.

## 7.2 Kapazitäten

Einen Mangel an Kapazitäten (Mitglieder, Zeit) äußerten 82,8% der Befragten. Für 91,4% stellte der Wunsch nach mehr Tatkraft und Mitwirken gar einen akuten Bedarf dar (siehe Kapitel 6.4).

Wie bereits in Kapitel 7.1 beschrieben, so stellt für viele Initiativen der Spagat zwischen Erwerbsarbeit und ehrenamtlichem Engagement ein enormes Spannungsfeld dar, das sich stark auf die zur Verfügung stehenden Kapazitäten auswirkt. Gleichzeitig könnte jedoch auch die zur Verfügung stehende Zeit viel besser genutzt werden, indem die Effizienz der Arbeitsweisen von Initiativen und Vereinen erhöht und „Kapazitätsdiebe“ minimiert werden. Denn die Befragung hat auch gezeigt, dass an vielen Stellen wertvolle Kapazitäten (z. B. durch Dopplungen) „verpuffen“. Wie kann man also bestehende Kapazitäten effizienter nutzen?

### 7.2.1 Effizienz erhöhen

Bei 220 Initiativen im Bereich Nachhaltigkeit- und Klimaschutz gibt es eine ganze Reihe von inhaltlichen Überschneidungen. So lassen sich insbesondere in den folgenden Bereichen ganz konkret „Kapazitätsdiebe“ festmachen und wertvolle Synergieeffekte ableiten.

#### Veranstaltungen

Die Erhebung hat gezeigt, dass die befragten Initiativen im Jahr 2019 1.353 öffentliche Veranstaltungen organisiert haben (siehe Kapitel 6.3). Eine bereinigte Hochrechnung auf die gesamte Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung kommt auf rund 2.000 öffentliche Veranstaltungen pro Jahr. Zwar hat das Corona-Jahr dem deutlich entgegengewirkt, jedoch sollte kritisch diskutiert werden, wie innerhalb der Bewegung Veranstaltungen in Zukunft besser gebündelt werden können, um terminliche und thematische Überschneidungen weitestgehend zu minimieren. Durch Gemeinschaftsveranstaltungen lassen sich aufwendige Organisationsarbeiten (Terminfindung, Raum und ggf. Catering organisieren, Finanzierung, Öffentlichkeitsarbeit, etc.) zentralisieren und damit minimieren. Auch lassen sich Reichweite und Sichtbarkeit in der Kommunikation auf diese Weise bündeln und damit deutlich erhöhen.

#### Entscheidungsstrukturen

Die Erhebung hat einen deutlichen Trend aufgezeigt, dass immer mehr Initiativen betont basisdemokratisch arbeiten (siehe Kapitel 6.1). Das heißt, dass sie weitestgehend auf gewählte VertreterInnen oder Gremien verzichten und sämtliche Entscheidungen von allen Mitgliedern gemeinsam getroffen werden. Die Befragten äußerten jedoch gleichzeitig, dass auf diese Weise mitunter viel Zeit in langen, (teils) destruktiven Diskussionen über organisatorische „Kleinigkeiten“ verloren geht. Darüber hinaus besteht bei vollständig horizontalen Strukturen die Gefahr, dass sich ohne feste Strukturen oder Leitlinien gewachsene, nicht demokratisch abgestimmte, Hierarchien entwickeln, z.B. das „Recht der Aktiven“, Arbeitshierarchien, Wissenshierarchien, Erfahrungshierarchien, das Recht der (argumentativ) Stärkeren oder dominanter bzw. extrovertierter Persönlichkeiten.

Um Kapazitäten zu optimieren und die demokratische Grundidee zu wahren, ist es hilfreich, feste Leitlinien für die Entscheidungsfindung zu etablieren. Welche Entscheidungen wollen wir grundsätzlich im gesamten Plenum diskutieren? Welche Fragen lassen sich an eine Kerngruppe oder ausgewiesene ExpertInnen vertrauensvoll abgeben? Auch alternative, effektivere

Abstimmungsmethoden sollten in Erwägung gezogen werden. Beispielsweise greifen heute einige wenige Initiativen bereits erfolgreich auf die Methodik der Soziokratie<sup>16</sup> zurück.

## Öffentlichkeitsarbeit

Mit der Zielsetzung, die breite Öffentlichkeit zu erreichen, ist die Öffentlichkeitsarbeit für viele Initiativen essentieller Bestandteil ihrer Arbeit. Am Beispiel „Social Media“ (siehe Kapitel 6.3) wird jedoch deutlich, dass viele Kapazitäten, die in Facebook, Instagram oder Twitter fließen, ohne signifikante Resonanz bleiben: Zwar greift die Gesamtbewegung z.B. auf Facebook auf über 35.000 Abonnenten zurück, jedoch folgen auf die insgesamt 4.244 Beiträge pro Jahr im Durchschnitt lediglich sechs Reaktionen (in Form von Likes, Teilen, und / oder Kommentaren).

Die Etablierung einer profunden Online- bzw. Social Media Strategie kann Initiativen helfen, vorhandene Talente von Mitgliedern optimal zu integrieren und Kapazitäten effektiver einzusetzen. Neben festen Verantwortlichkeiten kann die Initiative auf diese Weise definieren: Welche Erwartungen haben wir an unsere Social Media Strategie? Welche Ziele möchten wir erreichen? Wer ist unsere Zielgruppe? Welche Kapazitäten und Talente stehen uns zur Verfügung? Welche Kanäle sollten bespielt werden, welche nicht? Mit welchen Inhalten, in welcher Häufigkeit? – Und so ihre Social Media Arbeit entsprechend dieser Strategie ausrichten.

## Sinn und Kehrseite von Netzwerken

Digitale Plattformen gewinnen im Engagementbereich zunehmend an Bedeutung.<sup>17</sup> Sie bringen eine Reihe von Vorteilen: Neben dem Who-is-Who ermöglichen sie die gemeinsame Terminkoordination, auch lassen sich in einer solchen digitalen Infrastruktur Abstimmungstools, Projekt- und Dienstpläne oder eine gemeinsame Dateiablage und / oder Wissensdatenbank integrieren.

Die digitale Vernetzungsarbeit der zivilgesellschaftlichen Initiativen steckt bisher jedoch noch in den Kinderschuhen.<sup>18</sup> In Aachen haben sich in den vergangenen Jahren insbesondere zwei digitale Netzwerke etabliert. Der „Bewegungsmelder“ und „Unser AC“ ermöglichen den Initiativen u. A., ein Profil zu erstellen und Termine zu pflegen. Allerdings hat die Befragung auch gezeigt, dass nur ein geringer Teil der Initiativen bisher auf diese Möglichkeiten zurückgreift. Entweder, weil ihnen die Plattformen (bisher) nicht bekannt waren, oder weil für den zusätzlichen Mehraufwand bei der Pflege der Einträge keine Kapazitäten zur Verfügung stehen. So besteht zwar einerseits bei vielen Initiativen der dringende Wunsch nach mehr Vernetzung und digitalen Lösungen, gleichzeitig wird das bestehende Angebot aus Kapazitätsgründen nicht ausreichend genutzt.

Auch eine Reihe analoger Netzwerke sind insbesondere in den vergangenen zwei Jahren in

---

16 Soziokratie ist ein Modell zur Entscheidungsfindung. Es geht von der Gleichwertigkeit aller Beteiligten aus. Entscheidungen werden nur dann getroffen, wenn keine/r der Anwesenden einen schwerwiegend begründeten Einwand hat. (Quelle: <https://www.partizipation.at/soziokratie.html>)

17 Dufft, Nicole; Kreutter, Peter (2017): „Digitalisierung in Non-Profit-Organisationen: Strategie, Kultur und Kompetenzen im digitalen Wandel“. [online] [https://www.haniel-stiftung.de/sites/haniel-stiftung.piipe.de/files/171207\\_Studie-Digitalisierung-in-Non-Profit-Organisationen.pdf](https://www.haniel-stiftung.de/sites/haniel-stiftung.piipe.de/files/171207_Studie-Digitalisierung-in-Non-Profit-Organisationen.pdf) [30.07.2020].

18 Bertenrath, Roman; Bayer, Lena; Fritsch, Michael; Lichtblau, Karl; Placke, Beate; Schmitz, Edgar; Schützdeller, Peter (2018): „Digitalisierung in NGOs: Eine Vermessung des Digitalisierungsstands von NGOs in Deutschland“, Köln: iwconsult. [online] [https://www.iwconsult.de/fileadmin/user\\_upload/projekte/2018/Digital\\_Atlas/Digitalisierung\\_in\\_NGOs.pdf](https://www.iwconsult.de/fileadmin/user_upload/projekte/2018/Digital_Atlas/Digitalisierung_in_NGOs.pdf) [01.08.2020].



Aachen entstanden. Netzwerke wie „NeNa – Netzwerk nachhaltiges Aachen“, „PAN e.V.“, der „Runde Tisch Klimanotstand“, „Region Aachen 2050“ oder „Aachen muss handeln“ bündeln die Kompetenzen und Interessen verschiedener Initiativen und / oder versuchen, gemeinsam politischen Forderungen Nachdruck zu verleihen.

Im Fortgang der Studie konnten wir auf dieser Grundlage für uns die Erkenntnis gewinnen, dass es ineffizient wäre, eine weitere Netzwerkstruktur (digital oder analog) zu etablieren. Einerseits aufgrund der bereits bestehenden Landschaft von vernetzend wirkenden Initiativen, andererseits, weil sich die Akteure von außen ohnehin keine Strukturen überstülpen lassen. So möchten wir mit unserer Arbeit vielmehr die bereits vorhandenen Strukturen unterstützen. Eine solche Maßnahme ist die Veröffentlichung der Übersicht über die von uns identifizierten 220 Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzinitiativen. Mit dieser kleinen „Suchmaschine“ hoffen wir zukünftig dazu beizutragen, dass sich gleichgesinnte Initiativen besser finden können, um gemeinsam Dinge ins Wirken zu bringen.

## 7.2.2 Kapazitäten ausweiten

Auch durch aktive Mitgliederakquise und -aktivierung lassen sich zusätzliche Kapazitäten gewinnen.

### Mitgliederakquise

Die professionelle Mitgliederakquise kann dazu beitragen, die Sichtbarkeit der Organisation zu verbessern und Menschen für die Arbeit der Initiative zu gewinnen. Dies kann beispielsweise durch die zugeschnittene Kontaktaufnahme klar identifizierter Zielgruppen passieren, durch die proaktive Ansprache im öffentlichen Raum (z.B. vor Supermärkten oder Bildungseinrichtungen) oder bei (über)regionalen Veranstaltungen (z.B. Tag des Ehrenamts). Auch das gesamte Medienspektrum (Presse, Magazine, Social Media) kann zur Gewinnung neuer Mitglieder eingesetzt werden. Darüber hinaus stehen den Initiativen in Aachen drei Ehrenamtsbüros als Anlaufstellen zur Verfügung: das Ehrenamtsbüro der Stadt Aachen, das Ehrenamtsbüro der StädteRegion Aachen sowie der Verein zur Förderung des Ehrenamtes Aachen e.V. Eine weitere Option zur Mitgliedergewinnung bietet die Plattform „help today“ des Vereins Herzabdruck e.V. aus Würselen. Auf einer digitalen Oberfläche können Vereine und Initiativen ganz konkrete Arbeitseinsätze ins Netz stellen und so unverbindliche Schnuppermöglichkeiten für potenzielle InteressentInnen schaffen.

Als besonders wirkungsvoll gilt jedoch die Mitgliedergewinnung aus dem direkten Umfeld der Engagierten. Wenn Menschen Wertschätzung für ihre Arbeit erfahren, sie ihre Stärken und Talente zur Entfaltung bringen können und immer wieder über positive Erfahrungen und Erfolgserlebnisse berichten, wirken sie auf ihr Umfeld inspirierend und motivierend, sich ehrenamtlich zu engagieren.

### Demographische Herausforderungen

**„Unsere Altersstruktur ist überaltert, wenn wir keine jungen Leute begeistern können, können wir den Verein in den nächsten Jahren aufgeben.“** Im Rahmen der Studie hat sich gezeigt, dass einige etablierte Organisationen sich mit der Gefahr konfrontiert sehen mittelfristig „auszusterben“, weil keine jungen Mitglieder nachkommen. **„Wo sind denn die 40.000 Leute die mit Fridays for Future auf die Straße gegangen sind? Wir können Sie gebrauchen.“**

Viele junge Engagierte erleben jedoch die klassischen Vereinsstrukturen als veraltet, starr und unpassend für die Identifikation moderner Lösungsansätze. Sie haben eine Vorliebe für flache Hierarchien, kurze Kommunikations- und Entscheidungswege.<sup>19</sup> Der Dritte Engagementbericht der Bundesregierung empfiehlt: „Bestehende Organisationen müssen leichtere Einstiegswege und attraktive Beteiligungsangebote für junge Menschen schaffen. Sinnvoll ist beispielsweise eine größere Unverbindlichkeit zu Beginn des Engagements. Darüber hinaus müssen Organisationen die digitale Lebensrealität der jüngeren Generation begreifen und daran anknüpfen, z.B. indem die digitalen Kommunikationswege besser in das Wirken der Organisation integriert werden.“<sup>20</sup>

---

19 Schneekloth, Ulrich (2019): „Entwicklungen beider Wertorientierungen der Jugendlichen“. In: Shell Deutschland Holding (Hrsg.) „Jugend 2019: Eine Generation meldet sich zu Wort“, Deutschland, Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch.

20 Deutscher Bundestag (2020): „Dritter Engagementbericht – Zukunft Zivilgesellschaft: Junges Engagement im digitalen Zeitalter“ Drucksache 19/19320. [online] <https://www.bmfsfj.de/blob/156652/164912b832c17bb6895a31d5b574ae1d/dritter-engagementbericht-bundestagsdrucksache-data.pdf> [20.08.2020].

Auch können etablierte Organisationen spezielle Anreize für junge Menschen schaffen. Beispielsweise durch das Angebot von Praktika und entsprechenden Nachweisen, um ihre akademischen und beruflichen (Einstiegs-)Chancen zu verbessern. Durch das Angebot von Studien- oder Bachelorarbeiten lassen sich wertvolle Synergieeffekte für Verein, StudentIn und Hochschule schaffen. Darüber hinaus zeichnet sich im Hinblick auf die Akquise junger Menschen ab, dass diese ein projektbezogenes Arbeiten im Verein eher favorisieren als eine weniger konkrete, auf Dauer angelegte Vereinsmitgliedschaft.

## Mitgliederaktivierung

**„Die meiste Arbeit bleibt an wenigen Einzelnen hängen. Mehr proaktive Eigeninitiative würde uns sehr helfen.“** In den meisten Initiativen konzentriert sich das Wirken auf einen Personenkreis von rund 6-12 Aktiven (siehe Kapitel 6.1). Wie lassen sich zusätzliche Mitglieder für die aktive Arbeit der Organisation gewinnen? Eine Mitgliederumfrage kann Aufschluss zu individuellen Wünschen, Vorstellungen sowie zu ungenutzten Stärken und Talenten aus der Mitgliedschaft geben.

Zeit ist ein knappes Gut, so konkurrieren die Initiativen in Kapazitätsfragen nicht nur mit der Erwerbsarbeit, Familie und Haushalt der Menschen. Sämtliche Lebensbereiche und Freizeitaktivitäten (Sport, Fernsehen, „Chillen“) werden täglich individuell priorisiert. Demnach stellt sich die Frage, wie eine Initiative das Engagement möglichst attraktiv für ihre Mitglieder gestalten kann. Die meisten Menschen bevorzugen in ihrer Freizeit Aktivitäten, die sie als befriedigend oder aufbauend wahrnehmen, statt neben Beruf und Familie weitere Energie von ihnen abzuziehen. Dies kann insbesondere durch individuelle und gemeinsame Erfolgserlebnisse, persönliche Wertschätzung, die Möglichkeit, sich selbst zu verwirklichen und / oder dem Gefühl etwas „Gutes zu tun“ erreicht werden.



## 7.3 Ressourcen

Über Kapazitäten und Finanzen hinaus haben wir mit den Initiativen über ihre Bedarfe und den Zugang zu weiteren Ressourcen gesprochen.

Im Bereich „Kompetenzen“ wurde insbesondere der Bedarf nach tiefgreifendem, mitunter wissenschaftlich fundiertem, Fachwissen in den einzelnen Nachhaltigkeitsbereichen (Energie, Ernährung, Mobilität, Ökologie, etc.) betont. Darüber hinaus wurden Kompetenzen in den Bereichen Organisationsstruktur, Strategie und Positionierung, Projektmanagement, Moderation und Mediation sowie Social Media Expertise als Bedarfe geäußert. Zu einzelnen dieser Themen sollen im Folgeprojekt (ab 2021) entsprechende Fortbildungsformate angeboten werden.

Auch der Bedarf an „materiellen Ressourcen“ wurde immer wieder thematisiert. Dabei sind Zugang und Verfügbarkeit zu materiellen Ressourcen unter den Initiativen sehr ungleich verteilt. Während einige Initiativen ganz selbstverständlich auf Räumlichkeiten (für Sitzungen, Veranstaltungen, Büros, Lagerräume) zugreifen können, haben viele Initiativen einen akuten Bedarf an Begegnungsorten und / oder Räumlichkeiten geäußert. Gleiches gilt für die Verfügbarkeiten in Bezug auf Materialien, z.B. in Form von Geräten, Technik oder Soundsystemen. Ein Team der Universität Dortmund arbeitet derzeit an einer Lösung in Form einer Sharing- Plattform. Sie soll es den Initiativen ermöglichen, vorhandene Ressourcen untereinander zu teilen.

Gleichzeitig ist es vorstellbar, zukünftig auch mehr externe Akteursgruppen (wie Verwaltung, Politik, die Hochschulen, lokale Unternehmen) für die Bereitstellung von materiellen Ressourcen zu gewinnen und ihnen damit die Möglichkeit zu eröffnen, einen nachhaltigen Beitrag zu leisten.



## 7.4 Wirksamkeit

Für die meisten Initiativen ist es ein Kernanliegen, mit ihren Visionen und Zielen die breite Öffentlichkeit zu erreichen und die Dinge gesamtgesellschaftlich ins Wirken zu bringen. Die Analyse hat einige Potenziale aufgedeckt, in welchen Bereichen die Wirksamkeit der Initiativen und der Bewegung noch effektiver gestaltet werden kann.

### Gemeinsam stark

Die vielfältige Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung von rund 20.000 BürgerInnen (siehe Kapitel 6.1) kann ihre Wirksamkeit in Bezug auf gesellschaftliche und politische Schlagkraft und öffentliche Sichtbarkeit signifikant erhöhen, indem sie sich als starke Gemeinschaft versteht.

Dafür ist es in einer heterogenen Akteurslandschaft von besonderer Bedeutung, trennende Elemente und Vorbehalte abzubauen und die verbindenden Elemente und Gemeinsamkeiten herauszuarbeiten und in den Vordergrund zu stellen. Auch wenn die Initiativen in ihren Zielen und Arbeitsweisen nicht gleich sind, gibt es eine nicht unerhebliche gemeinsame Schnittmenge in Bezug auf Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Darauf aufbauend, kann die Vielfalt innerhalb der Bewegung als Chance für eine starke Gemeinschaft betrachtet werden.

Auf Grundlage der Befragung ließ sich jedoch erkennen, dass sowohl die interne Vereinsarbeit wie auch das Zusammenwirken mit anderen Gruppen immer wieder durch Vorbehalte und zwischenmenschliche Schwierigkeiten (z.B. Eigeninteressen, Profilierungswünsche) gehemmt werden. Auch kämpfen Initiativen nicht selten gegen destruktive Vorbehalte, die sich auf die Arbeits- und Wirkungsweisen anderer Gruppen richten. In diesem Kontext stehen sie vor der Herausforderung, Vorbehalte abzubauen und gelebte Solidarität zu verwirklichen. Es geht um Solidarität, die nicht auf Menschen beschränkt ist, die ohnehin gleicher Meinung sind. Echte Solidarität beginnt da, wo Menschen auch in ihrem Anders-Sein, in ihrer anderen Meinung, in ihren zugrundeliegenden Ängsten und Sorgen mit Offenheit begegnet wird, statt sie als „falsch“ zu verurteilen und auszugrenzen.

Basierend auf ihrer gemeinsamen Schnittmenge kann die Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung bei der Verwirklichung der Vision einer modernen Gesellschaft, die Verbundenheit, Fürsorge und Mitgefühl in den Vordergrund stellt, eine Vorbildfunktion übernehmen, die auf die Gesamtgesellschaft ausstrahlt. Die Studie konnte sich diesem „gemeinsamen Nenner“ innerhalb der Bewegung auf Grundlage wissenschaftlicher Analyse nähern. Im Rahmen unserer Abschlusskonferenz möchten wir dazu beitragen, die verbindenden Elemente auf emotionaler Ebene herauszuarbeiten und zu schärfen. Gemeinsam mit dem Aachener Künstler Sebastian Schmidt werden wir unter dem Motto „Was uns verbindet ...“ eine Kunstaktion anbieten und damit zur konstruktiven, gemeinschaftlichen Visionsgestaltung beitragen.

### Kontinuität & Tiefe

Um politischen Forderungen langfristig Nachdruck zu verleihen, braucht es u. A. Kontinuität, Beharrlichkeit sowie Professionalität und Wissenstiefe. Insbesondere die Institutionalisierung, wie auch die Arbeitsweisen (Typologien siehe Kapitel 6.4) der Initiativen können hier begünstigend wirken.

Institutionalisierte Formen von Engagement (z.B. Vereine) werden zwar mitunter verzichtbar, doch gerade, wenn es darum geht, Engagement zeitlich zu stabilisieren, ihm also Dauer, Verlässlichkeit und erwartbare Wiederholbarkeit zu verleihen, sind sie besonders wirkungsvoll.<sup>21</sup> Zwar weisen institutionalisierte Formen des Engagements nicht das gleiche Maß an Dynamik auf wie informelle soziale Bewegungen, sie verfügen aber über andere Stärken, die für demokratische Prozesse unverzichtbar sind. Dazu gehört auch die Übersetzung politischen Protests in konkrete Entscheidungsvorlagen und Maßnahmen. Darüber hinaus ermöglichen sie es, Rollen und Arbeiten klar und verantwortlich zu verteilen und als kollektiver Akteur aufzutreten, der / die für andere Individuen und Organisationen adressierbar ist. Formelle Organisationsstrukturen bilden so einen unverzichtbaren Garant für Beständigkeit und Verlässlichkeit.<sup>22</sup>

Gleichzeitig erleben viele junge Engagierte, wie weiter oben bereits erwähnt, gerade die klassischen Vereinsstrukturen als veraltet, starr und unpassend für die Entwicklung moderner Lösungsansätze. Aber auch wenn sich institutionelles und nicht-institutionelles Engagement in einem Spannungsfeld bewegen, bleiben sie doch aufeinander angewiesen und erzielen ihre gesellschaftlichen Wirkungen komplementär zueinander. Auch die Arbeitsweisen und Einstellungen der Akteure haben einen maßgeblichen Einfluss auf die Wirksamkeit der Initiativen. Während es aktivistisch ausgerichteten Initiativen beispielsweise besonders gut gelingt, die breite Masse zu mobilisieren, besteht die Gefahr, dass sie inhaltlich eher an der Oberfläche bleiben. Dafür können Initiativen mit ganz konkreten Projekten selber direkte, kleinschrittige Veränderungen bewirken, sind jedoch weniger flexibel und auf langfristig Mitwirkende angewiesen. So verfügen (wie in Kapitel 6.4 dargelegt), alle identifizierten Typologien über ganz individuelle Stärken und Schwächen. Die Chance besteht in der Nutzbarmachung aller Potenziale, um gemeinsam Defizite zu überwinden. Für diesen ganzheitlichen Ansatz, werden wir im Folgeprojekt – basierend auf den Typologien – maßgeschneiderte Coachings anbieten.

## Zielgruppenerweiterung

„Raus aus der Blase!“ Viele Engagierte betonen, dass es ihnen schwer fällt, Menschen außerhalb ihres eigenen Wirkungskreises für ihr Engagement zu begeistern. Dieser Wunsch deckt sich mit einer Vielzahl wissenschaftlicher Arbeiten, die auf soziale Ungleichheiten im Engagement verweisen. Insbesondere Menschen aus ärmeren Schichten und benachteiligten Sozialmilieus sind merklich seltener gesellschaftlich engagiert als jene mit höherem Einkommen und besserer Bildung.<sup>23</sup> Die Ursachen dafür sind oftmals in den meist weniger ausgeprägten Anregungsumwelten in Familie, Schule und Sozialbeziehungen oder in geringeren Selbstwirksamkeitsüberzeugungen, d.h. der Erwartung, etwas durch das eigene Handeln verändern zu können, zu finden.<sup>24</sup> Was also können Initiativen tun, um ihren Wirkungskreis auf neue Zielgruppen auszudehnen?

---

21 Deutscher Bundestag (2020): „Dritter Engagementbericht – Zukunft Zivilgesellschaft: Junges Engagement im digitalen Zeitalter“ Drucksache 19/19320. [online] <https://www.bmfsfj.de/blob/156652/164912b832c17bb6895a31d5b574ae1d/dritter-engagementbericht-bundestagsdrucksache-data.pdf> [13.07.2020].

22 Simonson, Julia; Vogel, Claudia (2017): „Organisationale Struktur des freiwilligen Engagements und Verbesserungsmöglichkeiten der Rahmenbedingungen“. In: Simonson, Julia; Vogel, Claudia; Tesch-Römer, Clemens (Hrsg.) „Freiwilliges Engagement in Deutschland: Die Deutsche Freiwilligensurvey 2014“ (Empirische Studien zum bürgerschaftlichen Engagement), Deutschland, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

23 Zimmermann, Germa (2019): „Soziale Inklusion durch freiwilliges Engagement in der Kinder- und Jugendarbeit“. In: Hilse-Carstensen, Theresa; Meusel, Sandra; Zimmermann, Germa (Hrsg.) „Freiwilliges Engagement und soziale Inklusion. Perspektiven zweier gesellschaftlicher Phänomene in Wissenschaft und Praxis“, Deutschland, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

24 Voigtländer, Leiv Eirik (2015): „Armut und Engagement: zur zivilgesellschaftlichen Partizipation von Menschen in prekären Lebenslagen“, Deutschland, Bielefeld: transcriptVerlag. Doi: 10.14361/9783839431351

## Optimierte Veranstaltungsformate

Der Arbeitsauftrag, gesellschaftspolitische Aufklärungs- und Informationsarbeit zu leisten, ist bei den meisten Initiativen stark ausgeprägt. So organisieren fast 90% der befragten Initiativen öffentliche Veranstaltungen (siehe Kapitel 6.1). Die Effizienzanalyse (siehe Kapitel 7.2) hat verdeutlicht, dass viele wertvolle Kapazitäten „verpuffen“, wenn zu viele Initiativen zu viele einzelne Veranstaltungen organisieren. Die Bündelung themennaher Gruppen zu Gemeinschaftsveranstaltungen erlaubt signifikant, die Reichweite zu erhöhen, da die Gemeinschaft der Organisatoren in der Bewerbung auf alle zur Verfügung stehenden Netzwerke zugreifen kann. Gleichzeitig können die durch Synergieeffekte gewonnenen Kapazitäten (Kapitel 7.2) fokussiert für die Außenwirkung eingesetzt werden, um ganz bewusst und proaktiv TeilnehmerInnen außerhalb der „Blase“ anzusprechen.

Darüber hinaus hat der Überfluss an Veranstaltungen im Jahr 2019 dazu geführt, dass aufgrund von Überschneidungen nur wenige BesucherInnen an den teils aufwendig organisierten Veranstaltungen teilnahmen. Neben der Frustration über die geringen Teilnehmerzahlen berichten die Initiativen, dass die wenigen BesucherInnen meist ohnehin „bekannte Gesichter“ waren. Vor diesem Hintergrund ist kritisch zu hinterfragen, inwieweit die bestehenden Veranstaltungsformate wirklich gesamtgesellschaftliche Wirkung entfalten, oder sie Gefahr laufen, zum Selbstzweck zu werden, wenn ausschließlich kopfnickende Menschen im Publikum sitzen, die bereits informiert sind.

Für den Dialog mit anderen Zielgruppen ist es von essenzieller Bedeutung, Vorbehalte abzubauen und sich unterschiedlichen Meinungen offen im Diskurs zu nähern. Ein auf die Begegnung mit anderen Zielgruppen zugeschnittenes Dialogformat sollte darüber hinaus weder belehrend noch missionierend wirken.

## Medienkooperation

Auch das gesamte Medienspektrum kann in Form von Anzeigen, Presseberichten oder Leserbriefen zur Ausweitung der Zielgruppe herangezogen werden. Darüber hinaus sehen wir jedoch auch die lokalen Medien in der Pflicht. Die Berichterstattung über die Tageszeitungen leistet einen wichtigen Beitrag zur (politischen) Meinungsbildung und stellt damit einen nicht unerheblichen Faktor für den demokratischen Prozess dar. Entsprechend wichtig ist eine ausgewogene Berichterstattung, die in Bezug auf Nachhaltigkeit über Einschränkungen, Verzichte und Verbote hinausgeht und die Vorteile und Potenziale abzubilden weiß.

## Akteursgruppen-übergreifendes Zusammenwirken

Die traditionelle Politikgestaltung von oben nach unten ist im Hinblick auf eine moderne Demokratieentwicklung überholt. Viele BürgerInnen möchten nicht länger mit den Ergebnissen von Politik und Verwaltung konfrontiert werden, sie haben den Wunsch, sich aktiv in die Zukunftsgestaltung ihrer Stadt einzubringen. So müssen hinsichtlich einer co-kreativen Zukunftsgestaltung unserer Stadt, alte Topdown Hierarchien durchbrochen werden und alle relevanten Akteure (zivilgesellschaftliches Engagement, Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft und Medien) an einem Strang ziehen. Dafür sind die Begegnung und der Austausch aller Akteure auf Augenhöhe von zentraler Bedeutung.

Die Studie hat eine Vielzahl von Potenzialen, Ideen und Wünschen in Bezug auf das Zusammenwirken aller Akteursgruppen hervorgebracht. Im Projektzeitraum haben wir jedoch auch erlebt, dass es zwischen den verschiedenen Akteursgruppen teils starke, historisch gewachsene Vorbehalte gibt. Gleichzeitig sind wir in allen Akteursgruppen einer Vielzahl von Menschen begegnet, die sich

offen und mit Tatendrang am sozio-ökologischen Transformationsprozess beteiligen (möchten).

Den enormen Zuspruch, der seitens aller Akteursgruppen an uns herangetragen wurde, haben wir zum Anlass genommen, ein 3-jähriges Folgeprojekt zu konzipieren. Das Partizipations- und Dialogprojekt wird sich ab 2021 in verschiedenen Formaten der co-kreativen, klimagerechten Zukunftsgestaltung unserer Region widmen. Unter dem Arbeitstitel „Ziviles Engagement trifft ...“ möchten wir verschiedene Dialogformat-Reihen anbieten, die die Engagierten der Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung mit den jeweils anderen Akteursgruppen zusammenbringen. Neben der **inhaltlichen Arbeit** ist es eine zentrale Zielsetzung dieser Formate, Barrieren und gegenseitige Vorbehalte abzubauen, Begegnung und Miteinander zu schaffen. Dafür werden wir uns den verbindenden Elementen, dem „gemeinsamen Nenner“ und den übergreifenden Werten der TeilnehmerInnen widmen und eine Vision gelungener Transformation für Aachen auf der **Werteebene** entwickeln.

Am Ende des Projektzeitraums soll basierend auf unserer Arbeit eine gemeinsame, mit allen Akteursgruppen abgestimmte „Aachener Nachhaltigkeits-Charta“ erarbeitet und veröffentlicht werden. Darüber hinaus haben wir uns zum Ziel gesetzt, den co-kreativen Austausch und Prozess so nachhaltig zu etablieren, dass er in Form von festen Formaten oder Institutionen auch nach Projektende bestehen bleibt.



# 8 Fazit & Ausblick

## 8.1 Fazit

Die im ursprünglichen Antrag skizzierte Perspektive einer Ausweitung der Kooperations- und Vernetzungspotenziale unter den zivilgesellschaftlichen Initiativen sowie der damit verbundenen Impulse zur Eindämmung kontraproduktiver Parallelarbeiten können wir vom jetzigen Projektstandpunkt bereits bestätigen. Im weiteren Verlauf, aber insbesondere durch die Abschlusskonferenz, ist davon auszugehen, dass dieses Vorhaben zusätzliche Wirkungskraft entfalten wird. Auch sehen wir uns bereits heute darin bestätigt, durch die wissenschaftliche Erfassung eine höhere kommunale Aufmerksamkeit und Wertschätzung für die Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung erreicht zu haben. Damit verbunden hat sich auch innerhalb der Bewegung die Kooperationsbereitschaft deutlich erhöht. Weiterhin ist davon auszugehen, dass die Lobbykraft der Initiativen durch die Ergebnisse aus diesem Projekt einen deutlichen Zugewinn erhalten hat und wird. Bereits heute werden wir von externen Akteursgruppen (z.B. der Stadtverwaltung) zu zivilgesellschaftlichen Prozessen angefragt bzw. zur Unterstützung zivilgesellschaftlicher Prozesse hinzugezogen.

## 8.2 Nachhaltigkeitskonferenz

Anfang Oktober 2020 werden wir die Ergebnisse der Studie, im Rahmen einer Nachhaltigkeitskonferenz als Abschlussveranstaltung für dieses Projekt, präsentieren. Wir beginnen am 09. Oktober mit einer digitalen Präsentation der Ergebnisse per Videokonferenz. Darüber hinaus werden die TeilnehmerInnen in Break-Out Sessions die Möglichkeit haben, sich aktiv an der Diskussion verschiedenster Inhalte zu beteiligen.

Ursprünglich war die Konferenz als Präsenzveranstaltung in den Räumlichkeiten des Aachener Welthauses geplant. Corona-bedingt musste der Präsentationsteil aufgrund einer erwarteten zu hohen Dichte an Teilnehmenden auf ein digitales Format umgeplant werden. Dennoch ist es uns ein wichtiges Anliegen, Räume für persönliche Begegnung, Austausch und Miteinander zu öffnen. Aus diesem Grund werden wir am 10. Oktober 2020 zwischen 14:00 und 20:00 Uhr einen „Tag der Begegnung“ im Welthaus durchführen. Die wichtigsten Ergebnisse der Studie werden auf einem umfassenden PosterWalk präsentiert. Darüber hinaus wird es die Möglichkeit geben, mit dem Projektteam sowie mit den anwesenden BesucherInnen ins Gespräch zu kommen. Gleichzeitig möchten wir im Garten des Hauses eine Kunstaktion durchführen. Denn während die Studie selber auf wissenschaftlich sachlicher Ebene argumentiert, soll Kunst als Instrument genutzt werden, um die emotionale, verbindende Ebene anzusprechen. Unter dem Motto „Was uns verbindet ...“ möchten wir den gemeinsamen Nenner stärker herausarbeiten. Ziel ist es, das WIR-Gefühl zu stärken und ein gemeinsames Wertefundament zu formulieren, worauf sich die Mitglieder der Bewegung auch bei zukünftigen Ziel- bzw. Interessenkonflikten immer wieder rückbesinnen können.

## 8.3 Folgeprojekt

Das Projekt hat sich in den vergangenen 16 Monaten weit über unsere Erwartungen entwickelt. Von Beginn an erleben wir von Seiten aller Akteursgruppen eine enorm positive Resonanz. Dadurch hat das Projekt rasch eine besondere, weitreichende Dynamik aufgenommen. Durch intensive Vernetzungs- und Öffentlichkeitsarbeit haben wir eine sehr breite öffentliche Wahrnehmung erreicht und uns ein weitreichendes Netzwerk an UnterstützerInnen aufgebaut.

Wir haben viele Erkenntnisse gesammelt, wie im Rahmen moderner Demokratieentwicklung die Integration zivilgesellschaftlichen Engagements hier in Aachen besser gelingen kann. Damit verbunden haben wir zu den AkteurInnen innerhalb der Bewegung ein besonderes Vertrauensverhältnis aufgebaut und erfahren seitens sämtlicher anderer gesellschaftlicher Akteursgruppen viel Zuspruch. Die signalisierte Offenheit und Dialogbereitschaft der Akteure bilden die Basis, um in einem Folgeprojekt moderne, co-kreative Formate anzubieten und gemeinsam konkrete Projekte zu realisieren. Darüber hinaus wollen wir aufbauend auf den erhobenen Erkenntnissen zu Typologien, Herausforderungen, Stärken und Schwächen ganzheitliche Coachings anbieten. Diese sollen die Initiativen dabei unterstützen, bestehende Schwächen und Herausforderungen zu minimieren, ihre Stärken und Talente besser nutzbar zu machen und in ihrem Wirken in den Vordergrund zu stellen. Ziel ist es, die Initiativen langfristig zu positionieren, auf solide Beine zu stellen und eine entsprechende politische Wirksamkeit zu generieren.

Neben den Akteuren aus der Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung haben bereits über 60 VertreterInnen der verschiedenen externen Akteursgruppen (u. A. aus Verwaltung, Politik, Wissenschaft, Erwachsenenbildungseinrichtungen, kirchliche Institutionen) ihre Unterstützung bzw. ihr Mitwirken zugesichert.

## 8.4 Skalierbarkeit

Die Dokumentation und Veröffentlichung der Studie, unsere Herangehensweise sowie die gewählte Methodik der Datenerhebung (z.B. Fragenkatalog) kann anderen Städten und Gemeinden als Anregung dienen, ähnliche Evaluationen auszuarbeiten. Die in der Ergebnisbroschüre veröffentlichten Ergebnisse und Erkenntnisse können anderen Städten helfen, die Bedarfe und Schwierigkeiten zivilgesellschaftlichen Engagements in ihrem eigenen Wirkungskreis besser zu verstehen und das Wirken dieser Akteure besser zu integrieren und zu unterstützen.

# Danksagung

Wenn wir in dieser Ergebnisbroschüre von „WIR“ sprechen, dann verbirgt sich dahinter ein engagiertes Team an hauptamtlichen und ehrenamtlichen UnterstützerInnen. Dank ihres gemeinschaftlichen Wirkens für die Sache hat das Projekt in kurzer Zeit eine so weitreichende Dynamik aufgenommen, dass es uns alle überwältigte.

Ich bin **Madeleine Genzsch**, leitende Projektkoordinatorin des Projektes WE@AC | gemeinsam. nachhaltig. An dieser Stelle möchte ich all jenen danke sagen, die uns sowohl tatkräftig als auch emotional unterstützt haben. Zunächst danke ich meiner lieben Kollegin **Maryam Aliakbari**, die sich liebevoll und kompetent um die Öffentlichkeitsarbeit sowie die grafische Aufbereitung unserer Inhalte kümmerte. Ein ganz besonderes Dankeschön gilt **Dr. Raphaela Kell**, wissenschaftliche Mitarbeiterin und Dozentin für Nachhaltigkeit- und Postwachstum am Institut für politische Wissenschaft (IPW) der RWTH Aachen sowie **Dr. Jan Salzmänn**. Beide standen dem Projekt unermüdlich, zu jeder Tages- und Nachtzeit, mit Rat und Tat zur Seite. Danke an **Ralf Welter**; der VWL Experte von der Fachhochschule Aachen hat das Projekt als Impulsgeber mit geboren und uns insbesondere bei wissenschaftlichen Fragestellungen unterstützt.

Darüber hinaus wurde das Projektteam über den gesamten Projektzeitraum von tatkräftigen PraktikantInnen begleitet. Ganz praktische Unterstützung leisteten **Johannes Hallen** und **Marie Habermann**. Auch bedanke ich mich bei **Dr. Jürgen Jansen**, **Nural Janho** und **Otto Cerny** für das aufwendige Lektorat dieser Broschüre.

**Dr. Mona Pursey**, Mitarbeiterin im Eine Welt Forum Aachen e. V. und Regionalpromotorin für entwicklungspolitische Bildungsarbeit NRW, hat uns nicht nur durch ihr umfassendes Netzwerk unterstützt, sondern auch mit dem nötigen Feingefühl. Auch möchte ich **Christoph Allemann** für seinen Zuspruch und Einsatz danken, insbesondere da, wo zu Beginn noch Überzeugungsarbeit geleistet werden musste. Vielen Dank an **Sebastian Schmidt** für das Engagement und die Gabe, Menschen über Kunst zu berühren und mitzunehmen sowie an **Joshua Wirtz** für den unermüdlichen Einsatz, Dinge gemeinsam ins Wirken zu bringen.

Ein ganz besonders herzliches Dankeschön gilt allen **Initiativen der Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung**. Mit Eurem Engagement und Tatendrang setzt ihr Euch dafür ein, die Zukunft auf unserem Planeten und in unserer Region nachhaltig und l(i)ebenswert zu gestalten. Danke an alle, die uns ihr Vertrauen geschenkt und mitgemacht haben. Eure Offenheit hat uns ermöglicht, diese umfassende Menge an Daten zusammenstellen. Die identifizierten Bedarfe und Hemmnisse werden uns im Nachgang erlauben, Barrieren abzubauen und einen besonderen Nutzen für die Bewegung und die Gesamtgesellschaft zu generieren.

Ich bedanke mich beim **Vorstand des Eine Welt Forum Aachen e.V.** für das entgegengebrachte Vertrauen, das er uns in seiner Rolle als Projektträger geschenkt hat. Gleichmaßen möchte ich mich beim Kooperationspartner **Regionale Resilienz Aachen e.V.** bedanken, dessen Team uns leidenschaftlich und hilfsbereit zur Seite stand. Und natürlich geht ein ebenso herzliches Dankeschön an die **Stiftung für Umwelt und Entwicklung NRW**, die den Löwenanteil zur Finanzierung des Projektes beigetragen hat und uns auch in Corona-Zeiten unbürokratisch und hilfsbereit unterstützten.

