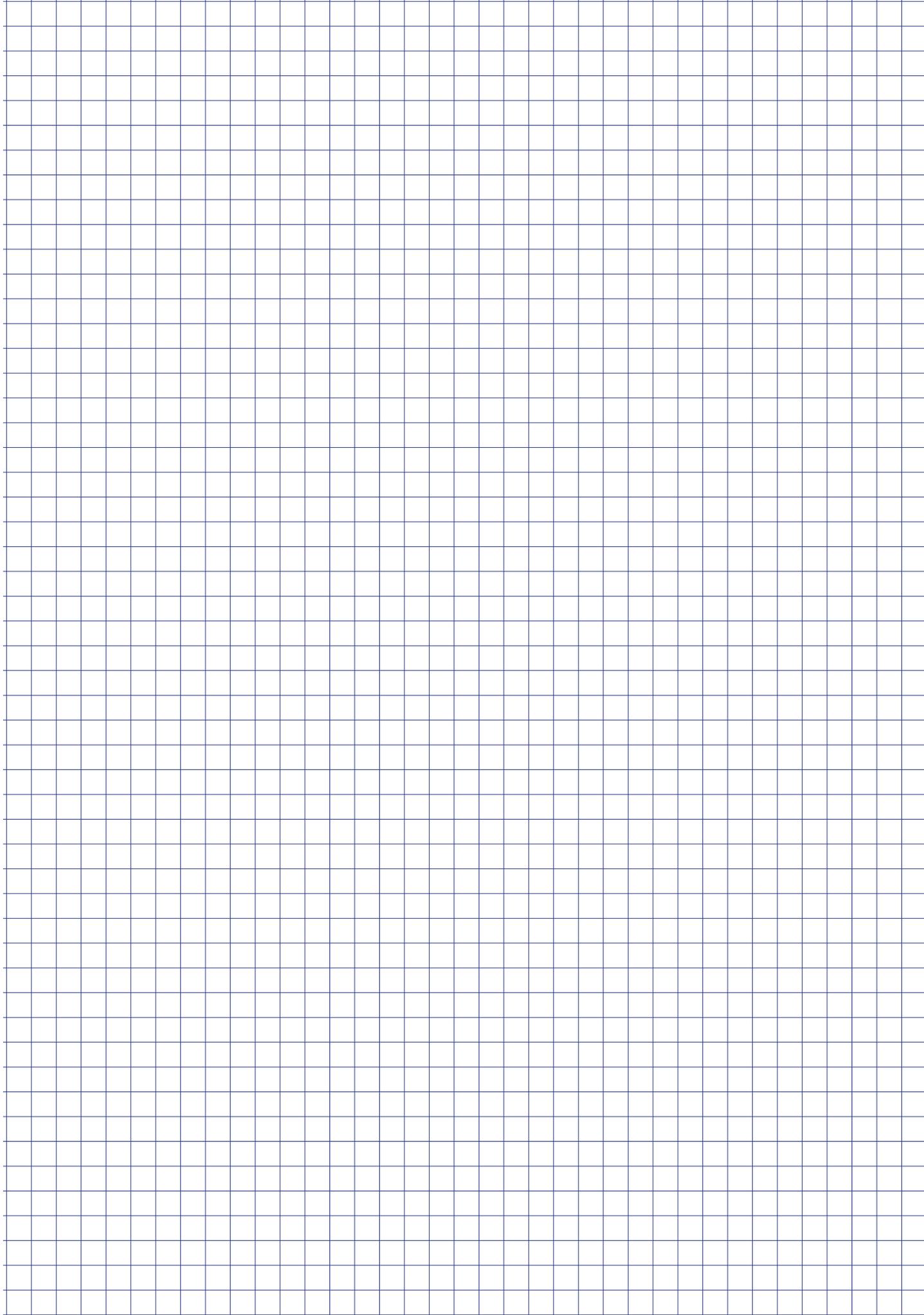


# einfach mal machen

Ein Praxisleitfaden für  
wirksames Engagement  
vor Ort



EVA CLARA TENZLER  
HRSG: WÜSTENROT STIFTUNG & SILICON VILSTAL



Das ist in meinen Augen das Krasseste überhaupt:  
wenn du Wirksamkeit erfahren hast in dieser Welt, die ja nur  
voller Herausforderungen ist und wo wir Lösungen brauchen.

Wenn du einmal festgestellt hast, dass du Dinge  
verändern kannst und diese Ermächtigung gespürt hast,  
dann gibt es danach einfach viel, viel weniger Grenzen.  
Wenn man sieht: hej, das war ja jetzt möglich.

# Inhalt

## VOR(W)ORT

---

<b>Ins Machen kommen</b>	<b>4</b>
<b>Gemeinsam für eine lebendige Ortsmitte</b>	<b>6</b>

## BASISWISSEN

---

<b>Neues - Ausprobieren - Organisieren</b>	<b>8</b>
<b>Räume öffnen</b>	<b>9</b>
<b>Ortsmitte 2.0: Eine ergebnisoffene Erkundung von Trägerstrukturen</b>	<b>12</b>

## PROJEKTE

---

<b>Projekte als Funktionen</b>	<b>16</b>
<b>Praxisbeispiele aus dem Vilstal</b>	<b>20</b>
Gemeinschaftsbüro	21
Lastenradlieferservice	25
Reparatureff	30
Kulturideenwerkstatt	33
Pop-up-Store	38
Mitfahrhaltestelle	41
Jährliches Erlebnisfestival	44

## WEGWEISER

---

<b>Haltungen und Handlungen</b>	<b>48</b>
Auf jeden Fall etwas machen	50
Verwaltung und Zivilgesellschaft auf Augenhöhe	54
Zum guten Beispiel werden	56
Mitmachen ermöglichen	58
Einfache Entscheidungen ermöglichen	62
Kernteam mit Radius	64
Ehrenamt und Hauptamt wertschätzend unterscheiden	69
Handlungsradius erweitern	71
Übersetzungsfunktionen und Brückenbau	76
Strukturen aufbauen ist mehr als Geld einsammeln	78

## ARBEITSMATERIALIEN

---

<b>Never waste a good crisis</b>	<b>85</b>
Ortsmitte	86
Gesellschaftsspiel	90
Wirkungskreise	96
Unterstützungskreise	98
Kernteam mit Radius	102
Veranstaltungs A-Z	104

<b>Mitwirkende</b>	<b>116</b>
--------------------	------------

<b>Methodik</b>	<b>119</b>
-----------------	------------

<b>Dank</b>	<b>119</b>
-------------	------------

<b>Impressum</b>	<b>120</b>
------------------	------------

# Ins Machen kommen

**Eva Clara Tenzler**

Prozessbegleitung und Autorin

Es geht ums Tun, wenn wir Dinge anders machen wollen und wenn wir herausfinden möchten, wie es sonst noch gehen könnte. Und dafür braucht es Zeit und Räume, die einen sicheren Rahmen schaffen, in dem Vorhaben ausprobiert werden, scheitern und gelingen können. Wenn Ideen in der Praxis auf ihre Möglichkeiten hin geprüft werden und geteiltes Erfahrungswissen zum Entwicklungsmotor wird, können nachhaltige gesellschaftliche Lösungen entstehen.

Wandel ist Kennzeichen lebendiger Prozesse. Er geschieht fortlaufend, und die Frage, ob alles beim Alten bleibt, stellt sich gar nicht. In unserem Alltag fehlt oft die Kapazität, um uns mit Dingen auseinanderzusetzen, die über die eigenen Tagesabläufe und persönlichen Netzwerke hinausreichen. Wir wünschen uns neue Impulse und Lösungen, aber wir wissen auch noch nicht genau, was kommen könnte. Die Gegenwart ist nicht die Zukunft. Und doch können wir jetzt Zukünftiges erfahrbar machen, wenn wir uns trauen, Dinge auszuprobieren, die es bisher so noch nicht gibt. Strukturen und Systeme funktionieren nicht mehr wie einst gedacht und wir haben die Chance, Rahmenbedingungen für das Ausprobieren neuer Möglichkeiten zu schaffen. Oder: einfach mal zu machen, wie es in Niederbayern heißt.

Projektideen haben es manchmal in urbanen Umgebungen schwer, da unpersönliche Netzwerke, langwierige politische Entscheidungswege und die starke Konkurrenz mit der hohen Dichte an innovativen Projekten verhindern, dass einzelne Ideen sichtbar werden. Der Bürgermeister der Marktgemeinde Geisenhausen in Niederbayern, Josef Reff, ist überzeugt, dass die Themen Gründung, Kreativität, MINT (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik) für ländliche Räume besonders anschlussfähig sind, dass es hier gar einen „Innovationsvorteil“ gebe: „Auf dem Lande funktioniert vieles in Start-up-Geschwindigkeit, weil alles sehr klein ist. Und das ist wie bei einem Unternehmen: kurze Wege, schnelle Kommunikation und Umsetzung. Ich glaube, dass Gründungen und Kreativität auf dem Land viel eher eine Chance haben als in der Stadt.“ Die Mieten seien in den Städten nicht mehr bezahlbar oder Räume nicht mehr zu bekommen, sodass junge Menschen kaum noch Firmen im städtischen Raum gründen könnten. Anders in ländlichen Räu-

men, die gegenüber den Städten zudem mit persönlichen Netzwerken zwischen Zivilgesellschaft, Politik und Unternehmen sowie leer stehenden Räumlichkeiten und günstigeren Mieten punkten. Diese Verbindungslinien seien darüber hinaus oft bereits interdisziplinär und intergenerational angelegt und könnten daher gute Ausgangsbedingungen für neuartige Vorhaben darstellen.

## Neues - Ausprobieren - Organisieren

Die zivilgesellschaftliche Mitmachinitiative Silicon Vilstal in Niederbayern hat eine Pilotphase mit dem Titel „Ortsmitte 2.0“ konzipiert, um innovative gesellschaftliche Vorhaben auszuprobieren, die in ihrer Ortsmitte in Geisenhausen lokal verankert werden. 2021/22 hat die Initiative die Pilotphase gemeinsam mit der kommunalen Verwaltung im Vilstal und Netzwerkpartner:innen aus ganz Europa umgesetzt. Projekte werden während dieses Zeitraums als sogenannte Funktionen verstanden, die Aufschluss geben können über zukünftige lokale Trägerstrukturen und Gelingensbedingungen für die Zusammenarbeit mit Partnernetzwerken. Sie sind lernende Projekte.

## Was geht und was geht nicht

EINFACH MAL MACHEN hat zum Ziel, Gelingensbedingungen und Hürden aus den Erfahrungen der pilotierten Projekte und die damit verbundenen Handlungsimpulse der Mitmachinitiative für zivilgesellschaftliche Engagierte und kommunale Akteur:innen zur Verfügung zu stellen. Mittels qualitativer, leitfadengestützter Befragung der Initiative, der kommunalen Verwaltung sowie (über-) regionaler Netzwerkpartner:innen, teilnehmender Beobachtungen vor Ort in Teamprozessen und Praxisworkshops wurde das Wissen zusammengetragen. Gemeinsam mit den Akteur:innen ist daraus dieser Praxisleitfaden entstanden als „Cookbook für Initiativen, die gemeinsam etwas mit ihrer Kommune machen möchten“ (Helmut Ramsauer, Silicon Vilstal). Leitend war der Grundsatz, die Akteur:innen selbst zu Wort kommen zu lassen und darüber hinaus kaum weitere externe Quellen zu nutzen. Das Wissen und die Praxis von Menschen vor Ort sind ein wertvolles Geschenk, das sie für diese Broschüre vertrauensvoll zur Verfügung gestellt haben.

Der Leitfaden ist so gestaltet, dass Engagierte an jeder beliebigen Stelle in der Publikation einsteigen können, um Praxisimpulse für aktuelle Projektvorhaben oder die Entwicklung der eigenen Organisation zu erhalten. Eine interne Verweisstruktur führt auf unterschiedlichen Wegen durch die Publikation und bildet Brücken zwischen den verschiedenen Themenschwerpunkten.

Das BASISWISSEN beleuchtet zunächst die theoretische Grundlage der Pilotphase „Ortsmitte 2.0“ und macht ein Angebot zur inhaltlichen Konzeption wirksamer Projektvorhaben für eine Ortsmitte. Diese sind nicht als Maßstab, sondern als Empfehlung zu verstehen. Sie sind individuell erweiterbar und können dem eigenen Bedarf entsprechend angepasst werden. Darauffolgend werden die konkreten PROJEKTE als Praxiserfahrungen aus dem Pilotjahr in Niederbayern dargestellt. Hier können Anregungen und gute Beispiele für erste Konzeptideen in der eigenen Region gesammelt werden. Projekte wie der Lastenradlieferservice für den Wochenmarkt, der Co-Working-Space im Bürgerhaus oder das Repaircafé werden dafür exemplarisch hinsichtlich ihrer Funktion vorgestellt und anhand ihres Koordinationsaufwands, möglicher Kooperationen und weiterer Bedarfe skizziert.

### **Bewährte Wege für die Praxis**

Die WEGWEISER bündeln wirksame Haltungen und Handlungen der Initiative in Niederbayern als Praxishinweise für zivilgesellschaftliches Engagement. Diese können den Radius für das Engagement vor Ort vergrößern und den Aufbau von nachhaltigen Strukturen unterstützen. Basierend auf der These, dass einige Herausforderungen für zivilgesellschaftliche Initiativen ortsunabhängig auftreten können, werden Herangehensweisen von Silicon Vilstal als mögliche Gelingensbedingungen für Wirkung und Wirksamkeit einer lokalen Initiative fokussiert. Diese Qualifizierungsimpulse können linear im Sinne einer Phasenlogik angewendet werden, um neue Perspektiven für die eigene Organisation zu erkunden. Sie können aber auch entlang einzelner Themenschwerpunkte genutzt werden, um zum Beispiel neue Zugangswege für die Zusammenarbeit mit Partnernetzwerken zu entwickeln. Die Wegweiser können in Projekt- und Teamabläufen angewendet, ausprobiert, verworfen und neu gestaltet werden. Die beiliegenden Aktionsfragen, To-do-Listen und die ARBEITSMATERIALIEN ergänzen diese Prozesse als Ausfüllmuster oder als Kopiervorlage, die individuell angepasst werden können. Auch diese Publikation ist ein lernendes Projekt, eine Funktion, und sie versteht sich als offener Raum für Veränderung.

**Bisher haben wir Umbruchphasen nie gut gemacht, weil wir die Leute, die Transformation gestaltet haben, nicht unterstützt haben. Wir haben Menschen nicht zugehört, die gesagt haben: „Wofür machen wir das eigentlich?“, haben alte Denkmuster in die neue Zeit weiter fortgeführt und die Strukturen nicht aufgebaut. Und wenn der Druck zu groß wird – und das wird in den nächsten Jahren kommen –, sind wir viel empfänglicher für einfache Antworten auf komplexe Fragen. Das bringt uns nicht weiter.**

**Markus Sauerhammer**

Landwirt & Gründungsvorstand SEND e. V.

# Gemeinsam für Lebendige Ortsmitten

## Manuel Slupina

Leiter des Themengebiets Stadt & Land  
Wüstenrot Stiftung

Ein lebendiges Dorfleben braucht lebendige Ortsmitten. Hier kreuzen sich die täglichen Wege. An der Kasse oder der Käsetheke, beim Bäcker oder in der Eisdiele grüßt man sich und tauscht Neuigkeiten aus. Diese Orte der beiläufigen Begegnungen sind der soziale Kitt und stärken das Miteinander. Der amerikanische Soziologe Ray Oldenburg führte 1989 den Begriff der „dritten Orte“ ein und beschrieb diese als Treffpunkte, die jedem offenstehen, an dem sich Menschen versammeln und ins Gespräch kommen.<sup>1</sup>

Doch gerade auf dem Land schwinden diese Orte: Der Dorfladen und oft auch das letzte Gasthaus schließen. Dies hinterlässt nicht nur Lücken in der Versorgungslandschaft, sondern es fehlen zunehmend auch Räumlichkeiten, in denen Vereine ihre Veranstaltungen abhalten, die jährlichen Feste stattfinden und Bürger:innen private Anlässe feiern können. Insbesondere die Dorfkerne sind betroffen: Dort verweisen viele Schaufenster, Cafés und Dorfkneipen stehen leer und einst belebte Einkaufsstrassen hinterlassen einen tristen Eindruck.

### Bürgersinn und Engagement

Für die Belebung der Ortskerne braucht es neue Ideen. Vielerorts packen Bürger:innen an, um dem Ladensterben etwas entgegenzusetzen und gleichzeitig wieder Treffpunkte zu schaffen. Sie machen aus Brachen und Leerständen lebendige Orte, sie eröffnen Pop-up-Stores, entwickeln Mobilitätskonzepte oder touristische Angebote. Oder sie schaffen neue Räume für Workshops, Ausstellungen, Konzerte, Festivals, digitale Werkstätten oder Nachbarschaftstreffen. Ihre Projekte zeigen zudem, wie man digitale Möglichkeiten sinnvoll einsetzt, damit neue Formen des gemeinschaftlichen Arbeitens, Lebens und Gestaltens entstehen.<sup>2</sup>

Wie bei vielen Innovationen üblich, entstehen sie zunächst in Nischen, angeschoben von einigen kreativen Köpfen. Der Ideenreichtum bestätigt dabei einmal mehr die Annahme, dass dort, wo Menschen auf Probleme stoßen, auch Lösungen entstehen. Diese Ideen „von unten“ zeugen aber nicht nur von der Fähigkeit, Dinge selbst in die Hand zu nehmen und die lokale Entwicklung zu gestalten. Sie fördern auch ein Wirgefühl und stärken die Menschen in ihrer Selbstwirksamkeit – eine gute Voraussetzung für lebendige Dörfer.

### Engagement macht den Unterschied

Ehrenamtliches Engagement und eine Kultur des Teilens, der Zusammenschluss in Vereinen oder Nachbarschaftshilfen war in Dörfern und kleinen Städten schon immer wichtig und ein wesentlicher Garant für die Lebensqualität. Der Einsatz vor Ort verbessert nicht nur die Versorgungslage, sondern lässt Dörfer und Gemeinden auch in eine günstigere demografische Zukunft blicken.<sup>3</sup> Denn das Gefühl, die Entwicklung vor Ort positiv beeinflussen zu können, stärkt das lokale Selbstbewusstsein und bindet die Menschen an ihre Region. Derart lebendige Orte wirken auch auf potenzielle Zuzügler:innen anziehend.

Gelegenheiten, sich einzubringen – sei es in Vereinen, in Initiativen oder auf kommunaler Ebene –, gibt es viele. Die Motivation dazu hängt aber auch von den Erfahrungen der Engagierten ab. Treffen ihre Ideen in den Rathäusern auf ein offenes Ohr und Innovationsfreude, bestärkt das die Vorhaben und treibt sie voran. Auch die weitere Zusammenarbeit fällt leichter, wenn ein vertrauensvolles Miteinander auf „Augenhöhe“ besteht und sich kommunale Verantwortliche auch als „Türöffner:innen“ und „Ermöglicher:innen“ verstehen.

<sup>1</sup> Oldenburg, R. (1989). *The great good place. Cafés, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangouts and how they get you through the day.* New York, NY: Paragon.

<sup>2</sup> Wüstenrot Stiftung (2023). *Wettbewerb „Land und Leute“ der Wüstenrot Stiftung. Dörfer und Kleinstädte im digitalen Aufbruch.* Ludwigsburg: Wüstenrot Stiftung.

<sup>3</sup> Kröhnert, S., Kuhn, E. & Klingholz, R. (2011). *Die Zukunft der Dörfer. Zwischen Stabilität und demografischem Niedergang.* Berlin: Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung.

### **Abschauen und Nachahmen erwünscht**

Doch nicht alles funktioniert auf Anhieb. Ideen und Ansätze werden ausprobiert und auch wieder verworfen. Mitstreiter:innen stoßen hinzu und springen mitunter auch wieder ab. Mit der Zeit kann jedoch ein Klima für Veränderung entstehen, da erste Erfolge die Engagierten in ihrem Tun und vor allem im Weitermachen bestärken. Kontakte zu anderen Initiativen, Vereinen oder kommunalen Stellen entstehen und formen sich nach und nach zu einem fruchtbaren Netzwerk, das Ideen trägt und positive Impulse setzen kann.

Wichtig ist dabei, erst einmal loszulegen und die eigenen Gestaltungsmöglichkeiten zu erleben. Mit ihrer Haltung „Einfach mal machen“ bringt es die zivilgesellschaftliche Mitmachinitiative Silicon Vilstal aus Niederbayern dabei auf den Punkt. Sie hat sich auf den Weg gemacht, neues Leben in die Ortsmitten zu bringen, und wagt Innovation. Ob Repairtreff, Pop-up-Store, Co-Working-Space, Lastenradlieferservice oder das jährliche Erlebnisfestival – in der Pilotphase „Ortsmitte 2.0“ testen die Engagierten aus, welche neuen Angebot vor Ort angenommen werden und wie sie an die jeweiligen Bedingungen vor Ort angepasst werden müssen. Dabei treibt die Initiative auch die Frage um, wie sie bei anderen Akteur:innen die Neugierde zum Mitmachen wecken kann, um die gestarteten Vorhaben und Projekte auf mehrere Schultern zu verteilen. Das bildet die Grundlage, um beständige Strukturen zu schaffen, die es der Initiative Silicon Vilstal ermöglichen, sich langfristig „überflüssig“ zu machen.

Im Pilotprojekt „Ortsmitte 2.0“ wächst ein großer Erfahrungsschatz. Eva Clara Tenzler hat sich im Rahmen des Fellowship-Programms der Wüstenrot Stiftung aufgemacht, diesen Schatz zu erschließen.

Sie hat den Mitstreiter:innen bei Silicon Vilstal aufmerksam über die Schulter geschaut und beobachtet, wie aus ersten Ideen neue Projekte und Vorhaben wurden. Herausgekommen ist ein inspirierender Leitfaden, der von Gelingensbedingungen berichtet, über viele Hürden hilft und vor allem reich an Ideen ist. Die von Eva Clara Tenzler entwickelten Werkzeuge, Hilfsmittel und Methoden dürften nicht nur eine Hilfestellung für viele andere Initiativen sein und Impulse für lebendige Ortsmitten setzen, sondern auch zeigen, dass Wissen sich vergrößert, wenn man es teilt.

# Neues - Ausprobieren - Organisieren

**Grüß Gott, wir kennen uns noch nicht. Wir machen hier irgendwie Innovation und Silicon Vilstal.**

**Wir machen ein Festival, und da hätten wir gern euer Gelände als Location, aber wir können**

**natürlich nichts zahlen. Und ich dachte mir in meinem jugendlichen Leichtsinn, der sagt dann:**

**„Wow, toll, auf den Anruf warte ich schon die ganze Woche!“ Und dann hat der auf seine**

**sehr direkte Art gefragt, wer ich eigentlich bin und was ich mir einbilde, das alles zu wissen.**

**Und da könnte ja jeder kommen und das geht brandschutztechnisch schon gar nicht.**

**Helmut Ramsauer**

Gründer Silicon Vilstal

Silicon Vilstal ist eine zivilgesellschaftliche Initiative, die seit 2016 digitale und analoge Vorhaben in den Bereichen Gründertum, Kreativität und MINT-Bildung in Niederbayern umsetzt. Seit 2019 ist Silicon Vils-tal als gUG (gemeinnützige Unternehmergesellschaft) organisiert und umfasst inzwischen ein Kernteam von etwa 20 Personen. Silicon Vilstal bietet unterschiedlichen Personengruppen und Institutionen aus der Region und darüber hinaus Gelegenheiten, in gemeinsamen Vorhaben aktiv zu werden. Als Initiative schafft sie es, die Interessen von Kreativen, Gründer:innen und MINT-Begeisterten mit kommunalen Strukturen und lokalen Voraussetzungen zu verbinden und Brücken zu schlagen. Silicon Vilstal handelt als Schnittstelle und Verbindungsglied zwischen unterschiedlichen Perspektiven und versteht sich als Austauschforum, in dem diese Interessen zusammenkommen können: als Treffpunkte und Begegnungsräume, die sonst nicht mehr vorhanden sind. Wirksamkeit für persönliche Anliegen erfahren und etwas Eigenes umsetzen – das trieb Helmut Ramsauer bei der Gründung der Initiative an. Ramsauer war lange bei einer großen internationalen Strategieberatung angestellt, wurde dann Strategiechef eines Konzerns und ist heute als

„Veränderungsunternehmer“ tätig. Er ist in der Region aufgewachsen und seine Familie lebt hier seit vielen Generationen. Beruflich und privat ist er viel unterwegs, vor allem in Großstädten rund um den Globus. Er hat zunehmend die Überzeugung gewonnen, dass Veränderungen und Innovationen keine urbanen Phänomene sind, sondern vielmehr gerade ländliche Räume das Potenzial für Neuerungen und Wandel haben und dass eine zivilgesellschaftliche Initiative Brücken und Zugänge schaffen kann, um diese Möglichkeiten zu aktivieren: „Die Motivation für mich war, dass wir ziemlich saturiert sind [Anm: lat. saturare = sättigen, gesättigt sein und ohne weitere Bedürfnisse sein]. Uns geht's eigentlich ziemlich gut, wir sind so ein bisschen eingelullt und unbeweglich geworden. Und ich glaube, dass wir das jetzt ändern sollten, damit es uns morgen noch genauso gut geht.“

Für zivilgesellschaftliche Initiativen, die diese Gestaltungsräume in ihrer Ortsmitte aktivieren und aufbauen möchten, hat Silicon Vilstal eine Pilotphase konzipiert, die gemeinsam mit der Region umgesetzt werden kann: Ortsmitte 2.0.

**Wenn ich dir das jetzt nahebringe, was macht Silicon Vilstal – dann sag ich vielleicht, wir sind**

**vernetzte Leute, die Ideen ausprobieren, Ideen in die Realität umsetzen Silicon Vilstal, eine**

**Plattform, die die Leute verbindet, die gute Ideen anschieben wollen. Wir sind Neues-Auspro-**

**bieren-Organisierer. Wir sind Ideenhelfer.**

**Alexander Zeilmeier**

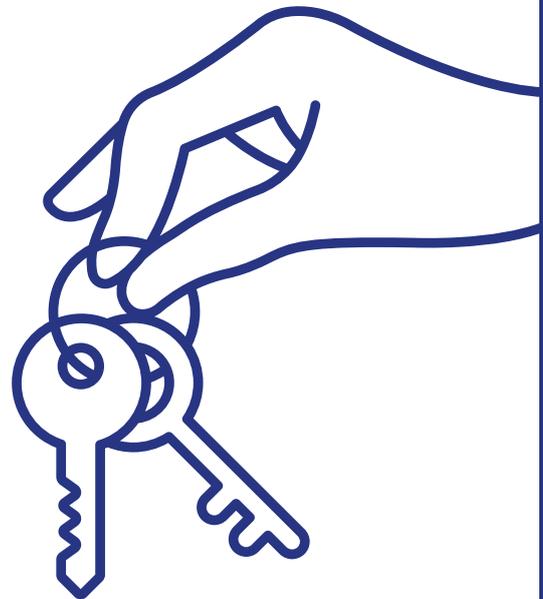
3-D-Druck-Experte Silicon Vilstal

# Räume öffnen

Leerstände sind (un-)sichtbare Orte des Übergangs. Sie tragen in ihrer Gegenwart die Erinnerung an Vergangenes in sich und weisen zugleich auf eine Zukunft hin, die als Potenzial in ihnen liegt. Für ländliche Ortsmitteln bedeuten andauernde Leerstände und die zunehmende Verlagerung der Nahversorgung in die Randgebiete (einkaufen und arbeiten außerhalb, Wohngebiete am Ortsrand) oft eine spürbare Wunde, die Umbruchphasen kenntlich macht. In einer Ortsmitte werden sich wandelnde Lebensverhältnisse besonders schnell sichtbar: drohender oder bestehender Leerstand in den früheren kleinen Geschäften vor Ort, neue Arbeitsformen von aus- oder einpendelnden Berufstätigen und fehlende soziale Treffpunkte, die auf kurzem Wege erreichbar sind.

Ortsmitteln sind aber nicht nur physische Orte, sondern sie entstehen und bewegen sich auch durch ein Zusammengehörigkeitsgefühl und gesellschaftliche Strukturen, die sich als Netz durch sie hindurchziehen. Sie sind persönliche Erfahrungsräume: In einer Ortsmitte geht es um zufällige Begegnungen, geteilte Räume und alltägliche Wege der Bürger:innen, die das Leben vor Ort sichtbar und erfahrbar werden lassen. Eine Ortsmitte ist ein Raum, der erlebbar ist.

Leer stehende Räumlichkeiten in einer Ortsmitte können transformiert und kurz-, mittel- und langfristig neu genutzt werden. Für lokale Initiativen bieten diese Räume risikoarme Testflächen für eigene Vorhaben, die öffentlichkeitswirksame Werbung zur Mitgliederwerbung ermöglichen, insbesondere wenn sie kostenarm oder kostenfrei zur Verfügung gestellt werden können. Argument dafür ist beispielsweise, dass der Raum belebt und in seinen Nutzungsmöglichkeiten nach außen sichtbar gemacht wird. Als Immobilienwerbung bietet dies einen Anreiz für eine etwaige Neuvermietung.



**Es braucht Räume, um zuzuhören und Inspiration zu geben. Räume, in denen sich Menschen miteinander fragen können: Was brauche ich als Mensch in dieser Gesellschaft, damit es mir gut geht?**

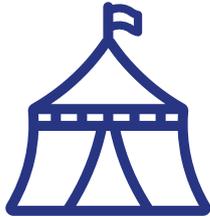
**Markus Sauerhammer**  
Landwirt & Gründungsvorstand SEND e.V.

**Die Idee für das Projekt „Ortsmitte 2.0“ entstand im Sommer 2019 angesichts der im Vilstal zunehmend wahrnehmbaren Leerstände in Ortsmitteln.**

**Helmut Ramsauer**  
Gründer Silicon Vilstal

## Raumnutzung

### KURZFRISTIG



Pop-up-Store oder Eventort (z.B. für eine Lesung, Ausstellung, Workshop); besonders wirksam, wenn dieser eingebunden ist in bestehende Veranstaltungsformate der Initiative oder der Gemeinde

#### Was tun

- Telefonat mit Eigentümerin/Kommune
- Abstimmung vor Ort
- Schlüsselübergabe(n) und Reinigung des Raumes

### MITTELFRISTIG



Schaufensteraktionen für lokale Vereine, Initiativen, Künstler:innen und Kleingewerbetreibende, Pop-up-Store, Co-Working-Space, Repaircafé etc.

#### Was tun

- Vorgespräch
- Abstimmungsrunde mit Kommune/Eigentümer:in und Initiative
- Kostenübernahmeregelung
- Veranstaltungsversicherung
- Brandschutz und Sicherheitskonzepte
- Ggf. Mietvertrag/Nutzungsvertrag mit Nebenkostenregelung
- Schlüsselübergabe(n) und Reinigung des Raumes

### LANGFRISTIG



Betriebs- und Nutzungskonzepte entwickeln aus kurz- und mittelfristigen Projekten, die Anregungen aus der Bevölkerung in Planungsprozesse bedarfsorientiert einbeziehen

#### Was tun

- Vorgespräch
- Abstimmungsrunde mit Kommune/Eigentümerin und Initiative
- Kostenübernahmeregelung
- Veranstaltungsversicherung
- Brandschutz und Sicherheitskonzepte
- Ggf. Mietvertrag/Nutzungsvertrag mit Nebenkostenregelung
- Schlüsselübergabe(n) und Reinigung des Raumes



## AKTIONSFRAGEN



### RÄUME

Welche Leerstände könnten passende Räumlichkeiten für unsere Vorhaben werden?  
Welche räumlichen Voraussetzungen benötigen wir für eine gelingende Umsetzung (Strom, Wasser, Heizung, Toilettennutzung während einer Veranstaltung)?  
Wie könnte die Nutzung (kostenfrei oder zu geringen Kosten) in beidseitigem Einverständnis vereinbart werden?

---

---

---

---

---

---



### KOMMUNIKATION

Wer ist die Vermieter:in/Eigentümer:in und wie könnten wir einen ersten Kontakt herstellen (persönliches Gespräch, E-Mail, über Dritte)? Wer kennt wen?  
Haben wir bereits Informationsmaterial zu unseren Vorhaben gesammelt, um unsere Idee / unser Anliegen verständlich zu kommunizieren? Welche Themenschwerpunkte und Handlungsfelder könnten wir als Argumentationsgrundlage nutzen?

---

---

---

---

---

---

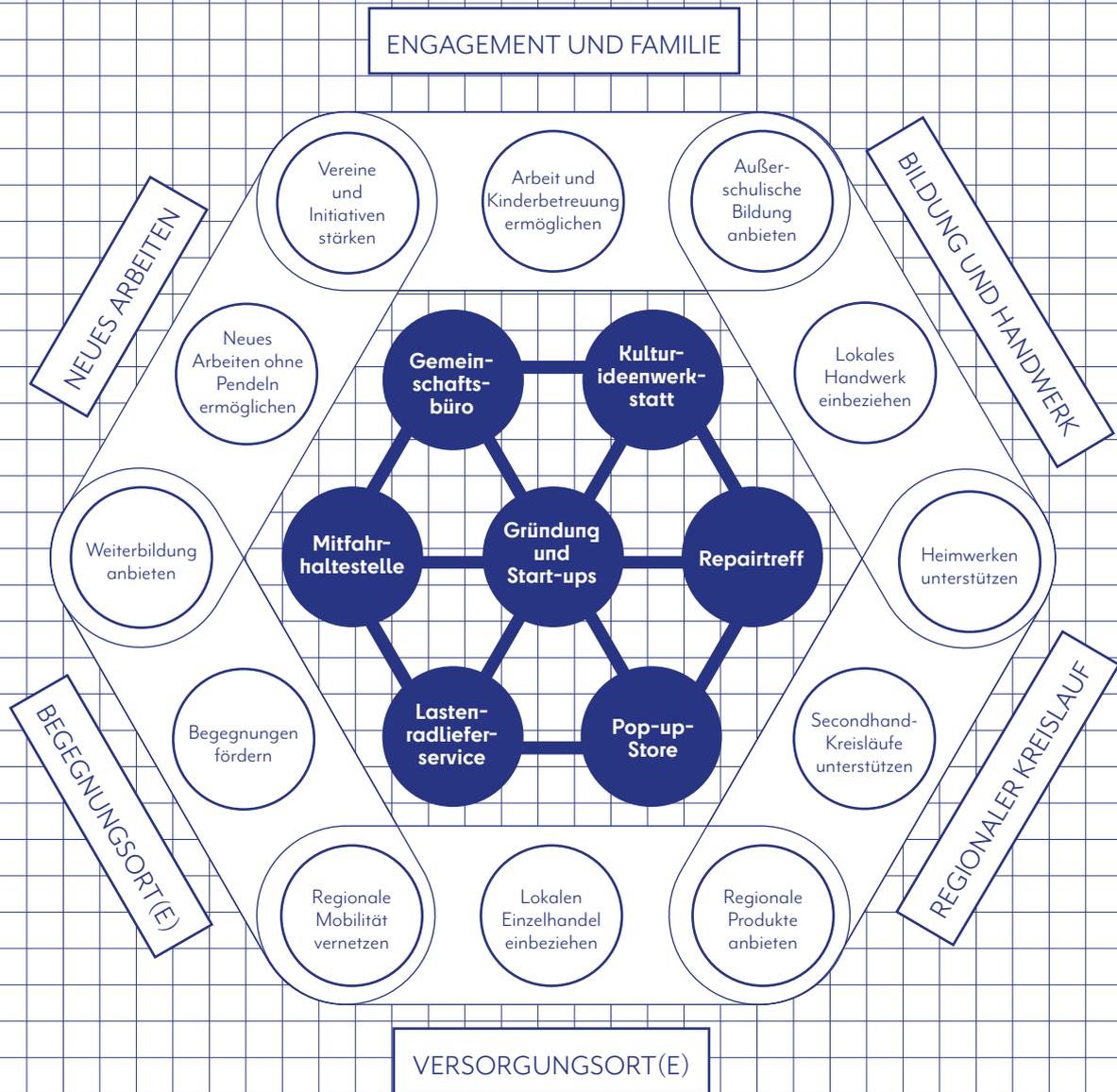
Wer ist eine geeignete Person aus unserem Team, um die Ansprache zu übernehmen?

---

---

---

# Ortsmitte 2.0: Eine ergebnisoffene Erkundung von Trägerstrukturen



□ THEMENSCHWERPUNKTE  
👉 S. 13

○ HANDLUNGSFELDER  
👉 S. 14-15

● FUNKTIONEN  
👉 S. 20-47

Ortsmitte 2.0 ist eine anpassbare Blaupause einer zeitlich begrenzten Pilotphase vor Ort, die von einer zivilgesellschaftlichen Initiative koordiniert und in Kooperation mit der regionalen Verwaltung umgesetzt wird. In diesem Zeitraum werden Angebote ausprobiert, die Leerstände als Potenziale verstehen und das Ziel haben, zentrale Knotenpunkte, Verbindungslinien und Schnittstellen in einer Ortsmitte (wieder) entstehen zu lassen. Damit verbunden sieht das Konzept auch langfristig eine räumliche Verortung des Vorhabens in einem Gebäude vor, in dem vorhandene Angebote vor Ort mit Impulsen von außen vernetzt werden können.

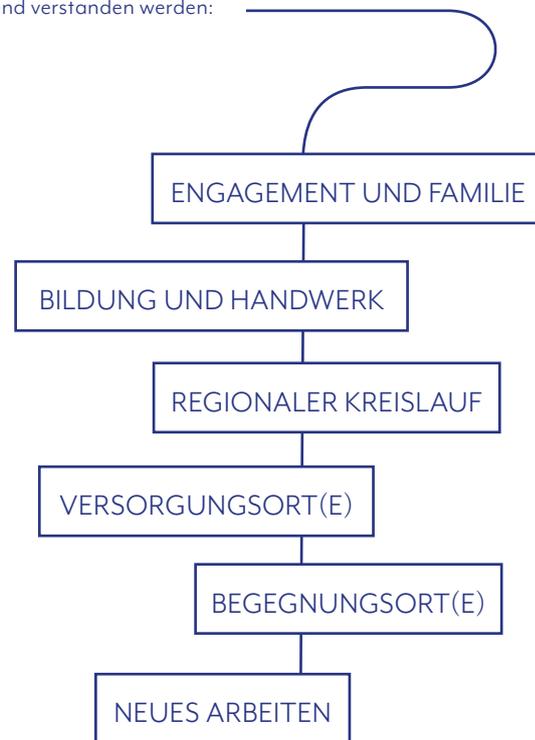
Je nach Region und Personenkonstellation können sich Vorhaben für Ortsmitte 2.0 unterscheiden. Ziel ist es, innerhalb eines definierten Erprobungszeitraums Trägerstrukturen aus Zivilgesellschaft und Verwaltung in der Praxis kennenzulernen und aufzubauen. So kann eine Region herausfinden, was diese spezifische Ortsmitte und ihre Umgebung brauchen, um lebendig und erfahrbar zu sein.

Ortsmitte 2.0 setzt auf die Zusammenarbeit in Netzwerken und die kompetenzorientierte Aufgabenverteilung der beteiligten Akteure. Dabei sollen Menschen und Institutionen diejenigen Rollen übernehmen, die sie am besten ausfüllen können, um das Vorhaben und sich gegenseitig zu stärken. Silicon Vilstal geht davon aus, dass die Pilotphase nicht nur zeigt, ob und wie die lokale Bevölkerung das neue Angebot vor Ort annimmt, sondern auch, welche Strukturen langfristig aufgebaut werden müssen, um Mitgestaltung und Veränderung in einer Ortsmitte zu ermöglichen. Das bedeutet, neue Formen der Zusammenarbeit zu erproben und Netzwerke auf ihre Tragfähigkeit zu prüfen.

Die Pilotphase ist also ein Lernumfeld, um Gelingensbedingungen und Hürden sichtbar zu machen und darauf aufbauend eine langfristige und wirkungsvolle Planung umzusetzen, die Zivilgesellschaft und Verwaltung gemeinsam verantwortlich gestalten. Eine

Haltung des Ausprobierens – oder „einfach mal machen“, wie es bei der Initiative in Niederbayern heißt – gibt Raum für Lösungsangebote offener Prozesse, die in unserem gewohnten ergebnisorientierten Handeln sonst meist nicht wirksam werden können.

Auf Basis von gesammelten Ideen der lokalen Bevölkerung und von Netzwerkakteur:innen, den Zielsetzungen des ISEK (Integriertes Städtisches Entwicklungskonzept) und den Themenschwerpunkten Gründung, Kreativität und MINT ist ein Sechseck entstanden, das zwölf Handlungsfelder umfasst, die eine Ortsmitte wirksam gestalten können. Dieses basiert auf sechs Themenschwerpunkten, die für die Aufenthaltsqualität einer Ortsmitte als grundlegend verstanden werden:



**Und warum machen wir das? Weil wir die Menschen mitnehmen wollen in diese Richtung,**

**um damit zu sagen: „Leute, es wird in den nächsten zehn Jahren anders werden. Schaut euch**

**diese verschiedenen Dinge doch schon einmal an, und überlegt, ob das etwas sein könnte**

**für Euch – und was meint ihr dazu?“ Ohne Silicon Vilstal, würde ich mal behaupten, würden wir**

**das eine oder andere nicht ausprobieren.**

**Josef Reff**  
Bürgermeister Geisenhausen

### AUSSERSCHULISCHE BILDUNG ANBIETEN

In ländlichen Regionen gibt es im Vergleich zur Stadt oft wenig MINT-Angebote. Auch in den Schulen fehlen meist Angebote in ausreichendem Umfang. Aktivitäten für Kinderbildung schaffen eine erhöhte Besuchsfrequenz in der Ortsmitte, da Eltern, die Kinder zu den Workshops bringen, sich währenddessen möglicherweise in der Ortsmitte aufhalten oder auch selbst Interesse an MINT-Themen entwickeln.

### LOKALES HANDWERK EINBEZIEHEN

Das lokale Handwerk ist keine alleinstehende Aktivität, es entstehen Synergien zwischen der Durchführung von MINT-Workshops und dem Handwerk. Das Handwerk bietet die Infrastruktur und Fähigkeiten, die für Workshopleiter:innen hilfreich sein können. Auch die Handwerksbetriebe lernen durch diese Zusammenarbeit niederschwellig neue Technologien kennen, die sie potenziell für sich selbst nutzen können. Das Handwerk hat so die Möglichkeit, sich stärker in der Öffentlichkeit zu zeigen, und das kann identitätsstiftend für einen Ort wirken. Zusätzlich bietet die Zusammenarbeit die Möglichkeit, Kinder für potenzielle Lehrstellen in den Handwerksbetrieben zu begeistern.

### HEIMWERKEN UNTERSTÜTZEN

Das wechselseitige Helfen und Ausleihen von Werkzeug dient als Kommunikations- und Vernetzungselement unter den Bürger:innen. Dies gilt insbesondere dann, wenn ein physischer Ort dafür geschaffen wird, wie zum Beispiel ein Repairladen. Besonders bei der 3-D-Druck-Technologie, die bei Kinder-Workshops eingesetzt werden können, kann auch großes Interesse bei Erwachsenen entstehen. Das Drucken von Ersatzteilen ist auch eine Möglichkeit, um Heimwerker:innen zu unterstützen.

### SECONDHAND-KREISLÄUFE UNTERSTÜTZEN

Die Schaffung eines Secondhand-Kreislaufs ist eine Möglichkeit, synergetisch Heimwerker:innen mit einzubeziehen und dabei eine Kontaktfrequenz zu erschaffen. Konsumgüter werden sinnstiftend aufgeladen und benötigen einen physischen Ort oder eine Ladenlokalität, die bei neuen Konsumgütern, die aus dem Internet bestellt werden können, nicht mehr so nötig sind. Zusätzlich entstehen Synergien zum Kunstgewerbe und Upcycling-Workshops.

### REGIONALE PRODUKTE ANBIETEN

Das Angebot an regionalen Produkten stärkt die Region und kann identitätsstiftend wirken. Zudem heben sich die Produkte von klassischer Discounterware aus dem Supermarkt ab durch einen persönlichen Bezug zum Erzeugenden und zur Region. Darüber hinaus sind die Waren hochwertiger und nachhaltiger.

### REGIONALE MOBILITÄT VERNETZEN

Wenn bereits bestehende ländliche Mobilität sinnvoll gebündelt oder erweitert wird, dann agiert die Ortsmitte als Umsteigeort und bringt somit Frequenz in die Ortsmitte. Bei Wartezeiten oder Umstiegen kann das lokale Angebot in der Ortsmitte genutzt werden.

## LOKALEN EINZELHANDEL EINBEZIEHEN

Wenn eine Ortsmitte in Summe als Warenhaus wahrgenommen wird, dann kann die Angebotsvielfalt und das Einkaufserlebnis im Ort so groß sein, wie es sonst nur größere Einzelhandel anbieten können. Das muss unterstützt werden und man erlangt gleichzeitig den Rückhalt der lokalen Bürgerschaft. Gastronomische Angebote sind hilfreich als Infrastruktur für Co-Working-Spaces und Workshops, da sich das gastronomische Angebot direkt vor der Haustür der Co-Workenden befindet.

## BEGEGNUNG FÖRDERN

Um Begegnungen zu fördern, bietet es sich an, ein interdisziplinäres Format zu planen, das die Leute dazu bewegt teilzunehmen. Hier können sich unterschiedliche Menschen treffen und die bekannte Mauer zwischen neuhinzugezogenen und alteingesessenen Bürger:innen kann abgebaut werden. Nachdem man die Leute einmal dazu bewegt hat teilzunehmen, ist das weitere Einbeziehen für Aktivitäten leichter.

## WEITERBILDUNG ANBIETEN

Eine Möglichkeit, um Begegnungsanlässe zu schaffen, sind Weiterbildungen für Erwachsene, die neue Technologien und Innovationen niederschwellig vermitteln. Dies lässt sich sinnvoll verbinden mit einem Aufenthalt in der Ortsmitte bei Wartezeiten auf öffentliche Verkehrsmittel oder wenn die Kinder gerade Workshops besuchen.

## NEUES ARBEITEN OHNE PENDELN ERMÖGLICHEN

Das Konzept des Pendler:innen-Co-Working ermöglicht Personen, die nicht zum Unternehmen pendeln wollen, einen Arbeitsplatz direkt im Ort zu haben, der die nötige Ruhe und Infrastruktur bietet. Trotzdem hat man die Möglichkeit, soziale Kontakte zu pflegen und in einer interdisziplinären Umgebung zu arbeiten. Ein Co-Working-Space kann eine echte Alternative zum Homeoffice oder zum Pendeln sein. Den Arbeitsplatz in die Ortsmitte zu verlegen, verschafft Frequenz und es kann ein Ort der Begegnung entstehen, der auch den lokalen Einzelhandel einbezieht.

## VEREINE UND INITIATIVEN STÄRKEN

Das soziale Rückgrat eines Ortes sind Vereine und Initiativen. Die Gewinnung von Vereinen und Initiativen für Aktivitäten in der Ortsmitte gibt dem Ort mehr Bedeutung und Besuchsfrequenz. Zusätzlich finden sich weitere Mitstreiter:innen für Projekte, und auch die Planung von gemeinsamen Vorhaben der Vereine fällt leichter.

## ARBEIT UND KINDERBETREUUNG ERMÖGLICHEN

Die Kombination von Arbeit und Kinderbetreuung ist naheliegend, wenn ein Co-Working-Space in der Ortsmitte geplant ist. Für arbeitende Eltern bietet es die Möglichkeit einer flexiblen und nahen Kinderbetreuung am Arbeitsplatz. Zusätzlich kann dieses Betreuungsangebot mit außerschulischer Bildung kombiniert werden.

*Silicon Vilstal*

# Projekte als Funktionen

Ortsmitte 2.0 ist ein konkreter Handlungsimpuls, in dem Projektvorhaben und Ideen als Funktionen verstanden werden, die das Zentrum einer Pilotphase bilden. Funktionen meint hier: Ein Projekt ist nicht nur ein Projekt, sondern wirkt über sich selbst hinaus, erfüllt weitere Aufgaben und macht Erfahrungswissen über Strukturen sichtbar. Das Verständnis von Projekten als Funktionen bedeutet einen erhöhten Arbeitsaufwand für eine Initiative, der sich durch den gleichzeitigen Aufbau von zukünftigen Trägerstrukturen und Planungsgrundlagen auszeichnet.

Das Grundgerüst eines jeden Projekts bildet das modulare Sechseck, das auf Netzwerkaktivitäten und geteilten Verantwortlichkeiten beruht und Themenschwerpunkte festlegt. Die Projekte sind durch die Verortung in der Ortsmitte auch physisch/räumlich benachbart angelegt und werden koordiniert von der Initiative, die die Übersetzungsfunktion zu Verwaltungsstrukturen in der Region, zu lokalen Akteur:innen und zu überregionalen Netzwerken übernimmt.

Ein Ortsmitte-2.0-Projekt (innen liegende dunkelblaue Kreise S. 12) wird entwickelt aus den Schnittmengen der sechs Themenschwerpunkte und den zwölf Handlungsfeldern. Diese werden in einer Pilotphase für einen festgelegten Zeitraum (z.B. ein Jahr) ausprobiert und evaluiert. Die Vorhaben können variabel gestaltet und modular je nach Standortbedingungen, Personenkreisen und Interessenfeldern der Region individuell konzipiert werden. Ziel aller Projekte ist es, zufällige Begegnungen und belebte Räume in einer Ortsmitte zu schaffen. So kann beispielsweise erprobt werden, ob ein Co-Working-Angebot für Berufstätige durch eine räumlich benachbarte Kinderbetreuung Wiedereinsteiger:innen nach der Elternzeit oder Alleinerziehenden einen neuen Zugang zur Erwerbstätigkeit vor Ort ermöglichen kann. Die Kinderbetreuung kann dabei als Bildungsort verstanden werden, der wiederum mit handwerklichen Aspekten und Materialkunde verknüpft ist, die im Themenfeld „Heimwerken“ zu finden sind.

## Zusätzliche Aufgabenbereiche für Projekte

- REGELMÄSSIGE DOKUMENTATIONEN (BSPW. SCHRIFTLICH ODER FOTOGRAFISCH)
- ABSTIMMUNG IM KERNTTEAM
- ABSTIMMUNG MIT DER KOOPERIERENDEN VERWALTUNG
- ZUSAMMENARBEIT IN INTERDISZIPLINÄREN NETZWERKEN
- ZWISCHEN- UND ABSCHLUSSEVALUATIONEN
- ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
- BETEILIGUNGSFORMATE



## AKTIONSFragen



### KONZEPT

In welchen Themenschwerpunkten sehen wir Handlungsbedarf? Welche Themen sind anschlussfähig in unserer Region? Welche der Handlungsfelder interessieren uns besonders für unsere Region?

Was wünschen wir uns in/für unsere/r Ortsmitte und warum? Was könnten wir lernen, wenn wir dieses Vorhaben umsetzen? Dafür passende Handlungsfelder aussuchen (oder neu gestalten) und diese als Projektziele definieren. Siehe Sechseck S. 12.

---

---

---

---

---

Welche Planungen gibt es für die Ortsentwicklung bereits? Könnten wir die Ziele der Kommune sinnvoll ergänzen? (Dafür z. B. auf der Gemeindefwebseite und zu lokalen Entwicklungskonzepten recherchieren.) Haben wir den richtigen Zeitpunkt gewählt?

---

---

---

---

---

Wie sahen Begegnungsorte an diesem Ort früher aus und welche Impulse lassen sich daraus für heutige Vorhaben ableiten? Gab es auch früher schon Ideengeber:innen, Gründer:innen oder Kreativschaffende im Ort? Welches Handwerk und welche Berufsfelder prägten diese Region und das Ortsleben? Können wir daran anknüpfen?

---

---

---

---

---





### **MACHEN UND MITMACHEN**

Welche Kapazitäten/Ressourcen haben wir im Team, um das Projekt umzusetzen?

Welche Rollen brauchen wir, um das Projekt gut durchführen zu können?

Welche Rollen können wir bereits gut verteilen?

---

---

---

---

---

Welche Kompetenzen/wen brauchen wir zusätzlich, damit das Vorhaben gelingt?

---

---

---

---

---

Mit wem arbeiten wir gut und gern zusammen oder wen würden wir gern in der Zusammenarbeit näher kennenlernen?

---

---

---

---

---



### VERNETZUNG

Welche Akteur:innen (Vereine, Amtsträger:innen, Nachbar:innen, Geschäftstreibende etc.)

kennen wir bereits vor Ort oder welche gibt es, die wir gern kennenlernen möchten?

Welche Vereine sind bei uns aktiv und mit welchen Themenschwerpunkten? (Wie) Könnten wir uns vernetzen?

Welche Unterstützer:innen und Partnerschaften brauchen wir von außerhalb, um das Vorhaben gemeinschaftlich zu tragen? Welche Fördermöglichkeiten gibt es für die einzelnen Handlungsfelder in der Region und überregional? Welche Partner:innen brauchen wir für ein solches Projekt?

---

---

---

Welche überregionalen Netzwerke können uns als Ideengeber:innen unterstützen?

Könnten wir „gute Beispiele“ von außen zu uns einladen, die wir vor Ort nicht haben? Falls ja, wer könnte das sein?

Welche Netzwerke gibt es in der Region (Kultur, Wirtschaft, Bildung ...), die wir noch miteinbeziehen sollten?

---

---

---



### KOMMUNIKATION UND DOKUMENTATION

Wie können wir das Projekt sichtbar machen? Wen wollen wir womit erreichen und warum?

Welche öffentlichen Aktionen können wir umsetzen und mit wem?

---

---

---

Wie und mit wem können wir unseren Prozess sinnvoll dokumentieren und welches Erfahrungswissen möchten wir im Rahmen einer Evaluation genau sammeln?

---

---

# Praxisbeispiele aus dem Vilstal

Die folgenden Impulse geben einen Einblick in das Erfahrungswissen der in Geisenhausen ausprobierten Funktionen in der Pilotphase 2021/22. Sie machen sichtbar, wie Funktionen in einer Pilotphase vor Ort ganz praktisch aussehen können, und haben keinen

Anspruch auf Vollständigkeit. Sie sind dem realen Geschehen entsprechend unterschiedlich umfangreich oder mit entstandenen Fragestellungen dargestellt. Alle Projekte sind der Konzeption des Ortsmitte-2.0-Sechsecks entsprechend in der Schnittmenge einzelner Handlungsfelder entstanden und erfüllen eine Funktion in der Erkundung von Trägerstrukturen vor Ort. In manchen Projekten wurden die Trägerstrukturen bereits für zukünftige Vorhaben deutlich, bei anderen wurde klar: So geht es nicht. Wieder andere konnten nicht so stattfinden wie geplant. So werden hier die Projekte in unterschiedlichem Umfang durch das erlangte Wissen der Akteur:innen in dieser Pilotphase sichtbar gemacht. Ein Zeitdokument.



**Bei Ortsmitte 2.0 sind das alles Ideen, wo man sagt: Da ist ein Bedarf da. Aber keiner weiß genau, wie es ausschauen könnte. Da ist es schon wichtig, das irgendwie mal zu probieren, ob das auf dem Land so funktionieren kann. Mein Spruch ist immer: Probieren geht über studieren. Denn wir können uns alles toll ausdenken. Aber wissen werden wir es erst, wenn wir es ausprobiert haben.**

**Josef Reff**  
Bürgermeister Geisenhausen



# Gemeinschaftsbüro

Neues  
Arbeiten ohne  
Pendeln  
ermöglichen

Arbeit und  
Kinderbetreuung  
ermöglichen

Begegnungen  
fördern



## Projekt

In einem Gemeinschaftsbüro (Co-Working-Space) teilen sich Personen verschiedener beruflicher Hintergründe eine Bürofläche, zum Beispiel Freiberufler:innen, Studierende, Büroangestellte. Vor allem für Pendler:innen ist es ein attraktives Angebot, da wohnortnah gearbeitet werden kann und sozialer Austausch stattfindet. Aus den Kontakten kann mit der Zeit eine lebendige

Co-Working-Gemeinschaft entstehen. Das Gemeinschaftsbüro befand sich während der Pilotphase im 1. Stock des Bürgerhauses in Geisenhausen. Der Raum ist hell und geräumig, die Nutzung entspricht jeweils den aktuellen gesetzlichen Regeln. Im Haus gibt es eine Kaffeeküche mit Kühlschrank und um die Ecke vielfältige Gastronomie. Die Nutzung ist kostenlos.

**Co-Working – das ist zu wenig bayerisch, das Wort. Dorfbüro wär's.**

**Alexander Zeilmeier**

3-D-Druck-Experte Silicon Vilstal

**Für mich hat es schon funktioniert, wenn ein Bedarf erkennbar ist und man merkt: Da gibt es Leute, die brauchen Arbeitsplätze, Räume zum Zurückziehen, wo sie arbeiten können – und das nicht unbedingt daheim am Küchentisch. Wenn das erkennbar ist, ist für mich schon einmal der erste Schritt gemacht, um dann zu sagen: Ja, vielleicht sollte man das unseren arbeitenden Mitbürger:innen anbieten in Geisenhausen. Vielleicht ist das ein Meilenstein und ein Punkt, der unseren Ort noch ein Stück weit attraktiver machen kann.**

**Josef Reff**

Bürgermeister Geisenhausen

**Das Arbeiten in einer Gemeinschaft außerhalb des Arbeitsplatzes ist erlebbar, und auch die Kommune ist in den Prozess involviert und sieht, wie Projekte mit wenig Aufwand realisiert werden können.**

**Natascha Brunner**

Projektleitung „Ortsmitte 2.0“  
Silicon Vilstal



## Organisation

Eine Ansprechperson der Initiative, die per Telefon und E-Mail erreichbar ist, wird als verantwortliche Koordination eingesetzt. Sie ist als Schnittstelle und Referent:in des Vorhabens sichtbar und aktiv. Sie beantwortet sowohl die Anfragen von Einzelpersonen und Unternehmen als auch der Gemeinde und ist für die Bewerbung des Angebots vor Ort zuständig. Sie sammelt Erfahrungswissen der Beteiligten und organisiert die Evaluation des Probebetriebs. Ein Gemeinschaftsbüro braucht langfristig eine

verantwortliche koordinierende Person, bestenfalls im Rahmen einer festen Anstellung, die als Schnittstellenfunktion aktiv ist. Aufgabenbereiche: Öffentlichkeitsarbeit, Mietverträge, Sanierungsbedarf etc. Mit Abschluss der Pilotphase in Geisenhausen wurde deutlich, dass es sinnvoll ist, dass eine Person regelmäßig vor Ort ist, um die Hürden für den Zugang zu senken und den Raum gleichzeitig zu beleben. Bei erkennbarem Bedarf muss ein langfristiges Geschäftsmodell gefunden werden, das sich selbst tragen kann.

### Was tun

- Bürgermeister:in für ein Gespräch zur Vorstellung der Idee und Austausch über mögliche Räumlichkeiten kontaktieren
- Sicherstellen, dass IT-Infrastruktur und ein schneller Internetanschluss vorhanden sind
- Abgetrennten Bereich für Meetings und Videocalls bereitstellen, Gruppenraum und Videokonzept mit Einzelarbeitsmöglichkeit, Einzelräume
- Ein angenehmes Arbeitsambiente schaffen
- Einhaltung von Arbeitsschutzstättenverordnung garantieren
- Datenschutzregelungen beachten
- Um einen reibungslosen Ablauf zu garantieren und möglichst wenig personellen Aufwand zu haben, empfiehlt es sich, für Interessierte den Schlüssel für das Gemeinschaftsbüro individuell auszuhändigen. Dies hat allerdings den Nachteil, dass weniger persönlicher Kontakt entsteht.
- Einzelne Events organisieren: Tag der offenen Tür, Probearbeiten/Schnuppertage etc.

**Und wenn das etwas wird und wir feststellen, dass ein Bedarf da ist, dann müssen wir weiterdenken. Dann können wir überlegen, wo man das vielleicht in einen Leerstand integrieren könnte und wie das Ganze unterm Strich finanziell ein Nullsummenspiel wird. Dann muss sich auch jemand darum kümmern. Da brauchst du immer eine Hutträger:in und einen Namen dahinter.**

**Josef Reff**  
Bürgermeister Geisenhausen

- S. 54-55** Wegweiser / Verwaltung und Zivilgesellschaft auf Augenhöhe
- S. 62-63** Wegweiser / Einfache Entscheidungen ermöglichen
- S. 104-111** Arbeitsmaterialien / Veranstaltungs A-Z

## Kooperation

### MIT ÜBERREGIONALEN FACHPARTNERSCHAFTEN

Coaching und Beratung für ländliche Co-Working-Spaces wird beispielsweise durch eine bundesweite Genossenschaft angeboten. Dafür muss eine Initiative Genossenschaftsmitglied werden. Sie erhält Betriebsexpertise und Beratung für ihre jeweiligen Anforderungen. Darüber hinaus kann sie sich mit anderen Co-Working-Spaces in ländlichen Räumen mit ähnlichen Herausforderungen vernetzen.

### MIT DER GEMEINDE

Ein Gemeinschaftsbüro ist mit wenigen Mitteln zu realisieren, wenn eine bereits bestehende Fläche genutzt werden kann. In Geisenhausen wurde ein mittelgroßer Besprechungsraum mit Tischen und Stühlen durch die Gemeinde für die Pilotphase kostenlos zur Verfügung gestellt, der auch über einen schnellen Internetanschluss verfügt. Neben der kostenfreien Nutzung von Flächen im Bürgerhaus hat die Marktgemeinde das Projekt durch die personelle Begleitung durch das Projektmanagement der Kommune sowie durch Übernahme kleinerer Sachkosten für Flyer oder Mehrfachstecker unterstützt.

### MIT UNTERNEHMEN VOR ORT

**Wir kontaktierten Unternehmen in der Umgebung, die teilweise bereits zu unseren Sponsor:innen gehören, und stellten ihnen unser Konzept vor, um direkt mit Arbeitnehmer:innen und potenziellen Interessierten in Kontakt zu treten. Und wir kriegen dann darüber mit: Wie sehen Unternehmen das? Wie fühlt sich das an, so einen kommunalen Co-Working-Space im Zusammenspiel mit Unternehmen zu nutzen? Wer ist in so etwas eingebunden? Und worauf muss man achten? Wen muss man da mit ins Boot holen? Gibt es da Arbeitsschutzrichtlinien?**

**Natascha Brunner**  
Projektleitung „Ortsmitte 2.0“  
Silicon Vilstal



## Silicon Vilstal Ortsmitte 2.0

### Coworking & mehr

#### Coworking – was ist das?

Beim Coworking teilen sich Personen verschiedener beruflicher Hintergründe eine Bürofläche, z.B. Freiberufler, Studierende, Büroangestellte. Viele Pendlerinnen und Pendler nutzen statt Home Office lieber Coworking, um auch soziale Kontakte zu haben. Aus den Kontakten entsteht mit der Zeit eine lebendige Coworking-Gemeinschaft.

#### „Ortsmitte 2.0“ in Geisenhausen. Coworking kostenlos ausprobieren

- Der Coworking Space „Ortsmitte 2.0“ befindet sich im 1. Stock des Bürgerhauses Geisenhausen
- Der Raum ist hell und geräumig, die Nutzung entspricht jeweils den Covid-19 Regeln
- Im Haus gibt es Kaffeeküche mit Kühlschrank, um die Ecke vielfältige Gastronomie
- Angebote wie z. B. Bildungsworkshops, Kinderbetreuung, Yogakurse entstehen Schritt für Schritt
- Die Nutzung ist kostenlos – auch für Coworking-Interessierte, die nicht aus Geisenhausen sind

#### Termine

**21. Juli 11-12h**

Pressekonzert am  
Bürgerhaus – Vorstellung  
Projektes Ortsmitte 2.0 und  
des Festivalprogramms

**24. Juli 11-14h**

Tag der offenen Tür  
im Bürgerhaus

**Jeden Freitag**

Schneider  
coworking – einfach  
reinkommen und  
arbeiten

**23.-26. September**

Silicon Vilstal  
Erlebnisfestival

**Öffnungszeiten:**  
Montag, Donnerstag 08:00 - 18:00  
Freitag 08:00 - 16:00

**Ansprechpartnerin:**  
Natascha Brunner

**Silicon Vilstal gemeinnützige UG**  
(haftungsbeschränkt)  
mit räumlicher Unterstützung der  
Marktgemeinde Geisenhausen



# Lastenradlieferservice

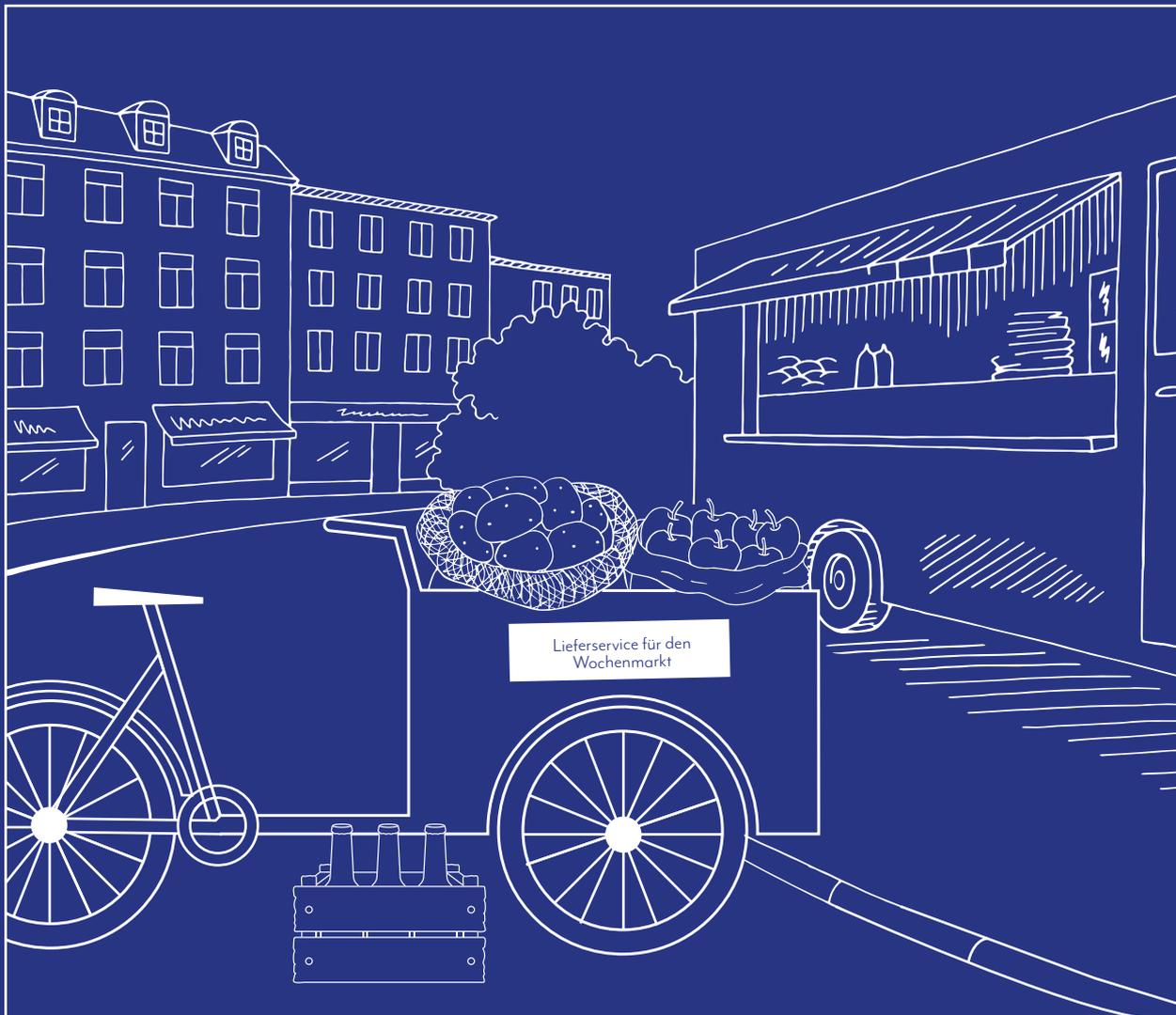
Regionale  
Produkte  
anbieten

Lokalen  
Einzelhandel  
einbeziehen

Regionale  
Mobilität  
vernetzen

Begegnungen  
fördern

Vereine  
und Initiativen  
stärken



## Projekt

Der Lastenradlieferservice beliefert die Einwohner:innen von Geisenhausen kostenlos mit Waren vom Wochen- und Bauernmarkt. Dieser Service ist gedacht für Bürger:innen, die während der Marktzeiten nicht zu Hause sind oder für solche, die es aus

gesundheitlichen Gründen nicht zum Markt schaffen. Die Lastenräder werden vom lokalen Fahrradgeschäft zur Verfügung gestellt und die Fahrer:innen sind aktive Radler:innen des Sportvereins. Frequenz: jeden ersten Donnerstag im Monat und zu Aktionstagen.

**Kriegen wir hin, dass das stattfindet? Egal wie oft. Kriegen wir diesen logistischen Ablauf hin?**

**Käme der Turnverein als Betreiber in Zukunft infrage? Sehen die sich da? Wie ist das, wenn man**

**das verbindlich macht, und rutscht man dann in irgendwelche Regulatorik rein?**

**Helmut Ramsauer**

Gründer der Initiative Silicon Vilstal

## Organisation

Eine Ansprechperson der Initiative, die per Telefon und E-Mail erreichbar ist, wird als verantwortliche Koordinatorin eingesetzt. Sie ist als Schnittstelle und Referentin des Vorhabens sichtbar und aktiv.

Das Angebot erforderte die Vernetzung zwischen Gemeinde, Marktreibenden und Bürger:innen. Es wurden Abläufe zur Bestellung inklusive Bestellformularen entwickelt, die bei der koordinierenden Person zusammenlaufen. Die Informationen waren digital auf der Gemeinewebsite und auch auf der Website der Initiative verfügbar. Darüber hinaus wurden Flyer und Bestellformulare vor Ort ausgehändigt.

- ❑ Ein Bestellformular mit Sortimentsliste erstellen, das online und vor Ort am Markt verfügbar ist
- ❑ Einfache und vielfältige Zugänge für unterschiedliche Bürger:innen schaffen: telefonisch, per E-Mail oder Messenger (Informationen zu: Waren, Adresse, Kontakt, Übergabe)
- ❑ Projektleitung übergibt die Liste mit den Bestellungen an die Standler:innen
- ❑ Initiative nimmt den Standler:innen das Packen der Bestellungen ab
- ❑ Fahrer:in holt Waren ab und fährt sie an die angegebenen Adressen aus

- ❑ Kühlkette einhalten und Haftungsfragen klären. In Geisenhausen wurde zunächst einmal nur Ware ausgefahren, die auch ungekühlt sein kann.
- ❑ Bezahlsystem entwickeln. In Geisenhausen war das Konzept so geplant, dass die Radfahrenden die Ware zusammenstellen, ausliefern und die Bezahlung automatisch abläuft. In der Pilotphase wurde die Bezahlung über die Initiative direkt abgewickelt, die den Betrag an die Marktbetreibenden vorgestreckt hat. Herausforderung: Wie werden Gelder übergeben und verwaltet? Sinnvoll ist es, zunächst mit einer Bank über mögliche Zahlungswege zu sprechen.
- ❑ Unfallversicherung für Ehrenamtliche abschließen
- ❑ Nutzungs- und Haftungsvertrag für das ausgeliehene Lastenrad abschließen



Die Projektleitung hat einen hohen Zeitaufwand für Koordination und muss dauerhaft erreichbar sein. Erfahrungswert in Niederbayern: 4 Bestellungen = circa 2,5 Std. Organisationszeit für die Koordination von Einkaufen, Packen, Bezahlungen.

 **S. 52** Praxistipp / Den richtigen Zeitpunkt finden



## ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

### Was tun

- Einheitliche (wiedererkennbare) Print-Informationsflyer zur Werbung erstellen
- Lokale Presse und Social-Media-Kanäle der Region informieren
- Beilage in der Lokalzeitung
- Bekanntmachung auf der Website der Gemeinde und der Initiative
- Flyer in der Gemeinde und lokalen Geschäften auslegen
- Pressemitteilung und Einladung lokale Presse zu Beginn

## SiliconVilstal

### Lastenradlieferservice am Geisenhausener Bauern- und Wochenmarkt

Sie können aus zeitlichen oder gesundheitlichen Gründen den Wochenmarkt nicht besuchen? Wollen aber dennoch unser frisches, regionales Sortiment genießen?



Bestellen Sie einfach und bequem Ihre gewünschten Produkte.  
**Wir liefern kostenlos!**

#### Termine:

**23.09.2021**  
(Silicon Vilstal Erlebnisfestival)

**07.10.2021**

**28.10.2021**  
(Halloween am Wochenmarkt)

**04.11.2021**

#### So funktioniert:

1. Per Telefon, WhatsApp oder Email bis **Dienstag Abend** bestellen.
2. Am Markttag wird die bestellte Ware mit einem Lastenfahrrad vom Radhaus Salksdorf und Fahrern des TVG vor Ihre Tür geliefert.
3. Innerhalb der nächsten zwei Tage bezahlen.

### Fragebogen zum Lastenradlieferservice für den Bauern- und Wochenmarkt in Geisenhausen

Wie zufrieden sind Sie mit der ersten Lieferung des Lastenradlieferservices?

Welches Sortiment würden Sie sich in Zukunft für den Lastenradlieferservice wünschen?

Würden Sie sich Ihre bestellte Ware im Laufe des Markttag auch an einem festen Ort in Geisenhausen selbst abholen?

Ja  Nein

Welche Bestellwege würden Sie sich wünschen?

Welchen Bezahlweg würden Sie bevorzugen?

Überweisung  online bei der Bestellung  Bar  Sonstiges: \_\_\_\_\_

Gibt es sonst noch Anmerkungen oder Wünsche?

Bitte ein Foto von diesem Fragebogen schicken!

## Kooperation

### MIT DER GEMEINDE

Das Projekt wird in Kooperation mit dem Projektmanagement der Gemeinde durchgeführt, die für den Wochen- und Bauernmarkt zuständig ist und den Lastenradlieferservice mit bereits bestehenden Aktionstagen kombiniert. Kostenlose Werbeaktionen konnten durch finanzielle Förderung der Gemeinde aus Projektbudgets umgesetzt werden. Anreiz für die Gemeinde: Aufwertung des

Wochenmarktes durch innovative Vorhaben, die Aufmerksamkeit erregen. Im Projektverlauf sind regelmäßige Abstimmungen der Initiative mit dem Projektmanagement der Gemeinde und der Bürgermeister:in notwendig. Sinnvoll dafür ist ein Gespräch zu Beginn während der Planungsphase, zwischendurch „auf kurzem Wege“ und abschließend, um zu evaluieren und Bilanz zu ziehen.

### MIT LOKALEM FAHRRADGESCHÄFT

Die Lastenräder werden vom Lastenradhandel vor Ort gestellt. Der Ressourcenaufwand ist gering, da Schauräder sowieso für Werbezwecke vorhanden sind. Eigenwerbung ist ein Anreiz für den lokalen Handel.



Nicht jeder Ort hat einen Lastenradhandel. Es empfiehlt sich, die lokale Infrastruktur individuell zu berücksichtigen und darauf aufbauend mit lokalem Gewerbe passende Aktionen zu planen.

### MIT LOKALEM SPORTVEREIN

Ehrenamtliche Radler:innen des Turnvereins Geisenhausen bieten Fahrten zu vereinbarten Zeiten an. Dabei werden insbesondere junge Radler:innen angesprochen und mit einer kleinen

Aufwandsentschädigung entlohnt. Weitere Honorierungen für ehrenamtliches Engagement können angeboten werden (z.B. Festival-Shirts, freier Eintritt etc.)

**Bei den Radlern des Turnvereins, da haben wir gefragt: Du, können da mal Leute von euch radeln?**

**Die Jugendlichen kriegen ein Trinkgeld.**

**Helmut Ramsauer**  
Gründer Silicon Vilstal



Findet eine konkrete verantwortliche Person im Verein, die ihr ansprechen könnt und die die Aktion nach innen kommunizieren kann und andere aktiviert. So kommen die Informationen an die richtigen Menschen und die Verbindlichkeit ist gegeben.

 **S. 69-70** Wegweiser / Ehrenamt und Hauptamt wertschätzend unterscheiden

 **S. 96-97** Arbeitsmaterialien / Wirkungskreise

 **S. 98-101** Arbeitsmaterialien / Unterstützungskreise



## Bestellschein Lastenradlieferservice für den Bauern- und Wochenmarkt Geisenhausen

Standler	Produkt	Stückzahl / Gewicht	Preis	Menge
Imkerei	Blütenhonig	1 Glas (500 g)	6,00 €	
	Blütenhonig	1 Glas (250 g)	3,50 €	
	Blütenhonig mit Linde	1 Glas (500 g)	6,00 €	
	Blütenhonig mit Linde	1 Glas (250 g)	3,50 €	
	Waldhonig	1 Glas (500 g)	6,00 €	
	Waldhonig	1 Glas (250 g)	3,50 €	
	Waldhonig mit Kastanie	1 Glas (500 g)	6,00 €	
	Waldhonig mit Kastanie	1 Glas (250 g)	3,50 €	
	Sommerblütenhonig	1 Glas (500 g)	6,00 €	
	Sommerblütenhonig	1 Glas (250 g)	3,50 €	
	Lindesa gelb (schwach fettend)	1 Tube (50 ml)	3,00 €	
	Lindesa Kamille (schwach fettend)	1 Tube (50 ml)	3,00 €	
	Lindesa mit Avocadoöl (schwach fettend)	1 Tube (50 ml)	3,00 €	
	Lindesa rot (stark fettend)	1 Tube (50 ml)	3,00 €	
	Lindesa blau (mäßig fettend)	1 Tube (50 ml)	3,00 €	
	Biohof	Bio-Eier (mobile Freilandhaltung)	10 Stück	4,50 €
Bio-Zwiebel Sturon		1 kg	1,50 €	
Bio Kartoffeln Adretta (mehlig kochend)		1 kg	2,00 €	
Bio Kartoffeln Agria (vorwiegend mehlig kochend)		1 kg	2,00 €	
Bio Kartoffeln Laura (rotschalig; vorwiegend festkochend)		1 kg	2,00 €	
Bio Kartoffeln Quarta (vorwiegend festkochend)		1 kg	2,00 €	
Bio Kartoffeln Glorietta (vorwiegend festkochend)		1 kg	2,00 €	
Bio Kartoffeln Bamberger Hörnchen (festkochend)		1 kg	3,00 €	
Emmer Vollkornmehl		1 kg	3,20 €	
Emmer Mehl Typ 630		1 kg	3,50 €	
Fischerei	Emmer Vollkornnudeln	250 g	2,00 €	
	frische Forelle	1 Stück	10,50 € / kg	
	frisches Forellenfilet	1 Stück	20,00 € / kg	
	frische Lachsforelle	1 Stück	11,50 € / kg	
	frisches Lachsforellenfilet	1 Stück	21,00 € / kg	
	frischer Saibling	1 Stück	13,50 € / kg	
	frisches Saiblingsfilet	1 Stück	24,00 € / kg	
	geräucherte Forelle	1 Stück	16,70 € / kg	
	geräuchertes Forellenfilet	1 Stück	23,00 € / kg	
	geräucherte Lachsforelle	1 Stück	18,70 € / kg	
	geräuchertes Lachsforellenfilet	1 Stück	25,00 € / kg	
	geräucherter Saibling	1 Stück	20,70 € / kg	
	geräuchertes Saiblingsfilet	1 Stück	27,00 € / kg	
	Dillhappen	100 g	14,00 € / kg	
Meeresfrüchtesalat	100 g	38,00 € / kg		

# Repariertreff

Lokales  
Handwerk  
einbeziehen

Heimwerken  
unterstützen

Secondhand-  
Kreisläufe  
unterstützen

Begegnungen  
fördern

Weiterbildung  
anbieten

Vereine  
und Initiativen  
stärken





## Projekt

Ein Repairtreff findet in regelmäßigen Abständen statt, um verschiedene Gegenstände und Geräte zu reparieren, sodass sie nicht neu gekauft werden müssen. Während der Reparatur sollen die Besuchenden miteinbezogen werden und lernen, wie man in Zukunft selbst reparieren kann. Auch die freiwilligen Helfenden lernen im

Austausch mit anderen. Es wird keine hundertprozentige Reparaturmöglichkeit garantiert, da nur begrenzt Material und Mittel zur Verfügung stehen. Die Organisation und Planung vor den Events beansprucht Zeit, die Repairevents selbst waren ein voller Erfolg in Geisenhausen und brachten Helfenden und Geholfenen viel Spaß.

## Organisation

Eine Ansprechperson der Initiative, die per Telefon und E-Mail erreichbar ist, wird als verantwortliche Koordinatorin eingesetzt. Sie ist als Schnittstelle und Referentin des Vorhabens sichtbar und aktiv. Sie geht auf andere Repair-Initiativen zu und ist für den Erstkontakt zuständig. Sie ist Übersetzerin für das Vorhaben und sucht Wege zur praktischen Vermittlung der Idee für mögliche Interessierte.



Sinnvoll ist es, sich bei den ersten Events auf einzelne Kategorien zu beschränken (z. B. Fahrräder, Textilien oder Elektrogeräte). Das erleichtert die Ansprache der Zielgruppe, die Organisation und das erste Sichtbarwerden.

### Was tun

- Lokalen Einzelhandel für Repair-Kooperationen gewinnen (Secondhand-Laden, Elektrofachbetriebe, Fahrradläden etc.)
- Verantwortliche Personen etablieren („Hutträger:innen“)
- Werkzeug und Material zur Verfügung stellen
- Räumlichkeit finden
- Lokale Engagierte gewinnen, die handwerklich geschickt sind
- Öffentlichkeitsarbeit (digital und print)
- „Pop-up-Repaircafé“ auf lokalen Märkten andocken
- Passende Öffnungszeiten etablieren

### EINEN PASSENDEN NAMEN FINDEN

REPAIRCAFÉ

REPAIRLADEN

Repariercafé

oder etwas ganz anderes? Was passt vor Ort?



**S. 58-61** Wegweiser / Mitmachen ermöglichen

**S. 104-111** Arbeitsmaterialien / Veranstaltungen A-Z

**S. 52** Praxistipp / Den richtigen Zeitpunkt finden

## Kooperation

### MIT DER GEMEINDE

Können Leerstände in der Ortsmitte für einzelne Termine und gegebenenfalls auch mittelfristig/längerfristig kostenfrei/kostengünstig nutzbar gemacht werden? Können Ankündigungen auf der Gemeindeforum platziert werden? Welche lokalen Märkte plant die

Gemeinde in der nächsten Zeit? Könnte hier ein Miniaturformat des Repaircafés für einzelne Themenschwerpunkte mit einem Stand teilnehmen? Verfügt die Gemeinde über einen Verteiler (Mail oder Post), um Engagierte zu interessieren?

### MIT LOKALEN ENGAGIERTEN

Der wichtigste Teil der Koordinationsaufgabe ist es, Kontakt mit lokalen Interessierten aufzunehmen, die Gegenstände reparieren wollen. Der persönliche Draht zu den Personen ist auch für Menschen mit Reparaturbedarf ausschlaggebend, um gern wiederzukommen. Wer hat Lust, mit Menschen gemeinsam Zeit zu verbringen, ins Gespräch zu kommen, zu tüfteln und Ideen für die Reparatur von Dingen zu entwickeln? Wer kann dafür regelmäßig einen Nachmittag zur Verfügung stellen, sodass etablierte Ansprechpersonen vor Ort sind („Ach ja, die Claudia, die das mit

dem Rasenmäher so super hinbekommen hat“, „Der Klaus hat die Naht bei der Jacke wirklich klasse gemacht, und dann haben wir auch noch so lang geschwätzt“). Das bildet Vertrauen und macht Lust wiederzukommen. Es hat sich als sinnvoll erwiesen, mindestens drei Personen als Team zu gewinnen, die handwerklich begabt sind und Lust haben, dies ehrenamtlich anzubieten. So können unterschiedliche Themen (Fahrrad, Elektro, Kleidung etc.) angeboten und auch die Vertretung für Termine durch Krankheit oder zeitliche Einschränkungen gemeinsam gewährleistet werden.

**Wie findest du eine Person, die sagt: „Gern möchte ich in meiner Freizeit noch Toaster reparieren?“**

**Läufst du da von Tür zu Tür? Ein ganz wichtiger Punkt ist, dass die Menschen erst einmal überhaupt verstehen, worum es bei einem Repairtreff geht.**

### MIT LOKALEM EINZELHANDEL UND BESTEHENDEN REPAIR-INITIATIVEN

**Unsere Empfehlung ist, lokale Elektrofachbetriebe oder Secondhandläden für Unterstützung zu kontaktieren. Um erste Erfahrungen zu sammeln, haben wir zudem bereits bestehende Repaircafés in der Umgebung angesprochen. Repair-Laden-Verantwortliche aus der Nachbarkommune stellten dann auch auf dem Erlebnisfestival aus und reparierten vor Ort, um das Thema greifbarer zu machen.**

**Natascha Brunner**  
Projektleitung „Ortsmitte 2.0“  
Silicon Vilstal

### MIT ÜBERREGIONALER EXPERTISE

Infos und Handreichungen gibt es beispielsweise unter [www.reparatur-initiativen.de](http://www.reparatur-initiativen.de)

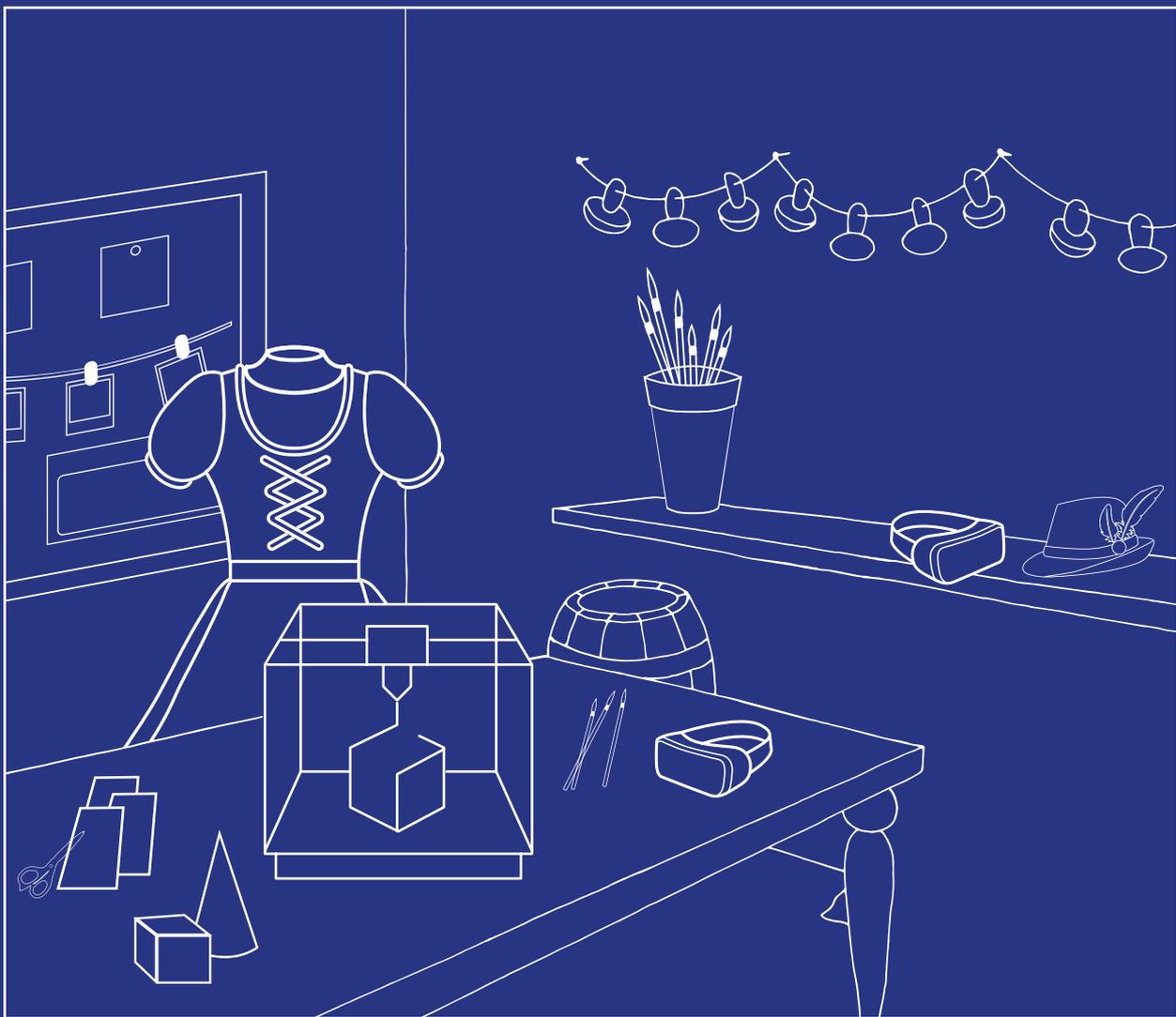
**S. 64-68** Wegweiser / Kernteam mit Radius

**S. 69-70** Wegweiser / Ehrenamt und Hauptamt wertschätzend unterscheiden



# Kulturideenwerkstatt

- Außer-schulische Bildung anbieten
- Lokales Handwerk einbeziehen
- Heimwerken unterstützen
- Begegnungen fördern
- Weiterbildung anbieten
- Vereine und Initiativen stärken
- Arbeit und Kinderbetreuung ermöglichen



## Projekt

In der Kulturideenwerkstatt gestalten Künstler:innen Workshops für Kinder zu Kunst, Tradition, Brauchtum, Tracht, Musik. Regionale Kulturtradition wird dabei modern interpretiert. Benötigte Technik (z. B. Lasercutter, 3-D-Drucker, Tablets, Medientechnik,

handwerkliche Technik) wird von der Initiative gestellt und soll integriert werden. Die Anmeldung erfolgt per E-Mail, und es wird nur eine geringe Gebühr erhoben, um die Teilnahme niederschwellig zu ermöglichen.

### Mögliche Workshopinhalte können sein:

- > Charaktere aus regionaler Literatur zeichnen und technisch produzieren
- > Eigene Geschichten über Themen der regionalen Kultur schreiben und veröffentlichen
- > Textildesign mit traditionellen Formen und Mustern
- > Regionale Volkslieder entdecken, singen, medial bearbeiten
- > Tracht und Design, Entwicklung eigener Modeentwürfe
- > Kulturrelevante regionale Erzählungen als Kurzfilm drehen
- > Holzobjekte mit Bezug zur regionalen Tradition selbst gestalten und produzieren
- > Regionale Tänze dramaturgisch inszenieren und medial bearbeiten
- > Ortsgeschichte entdecken, kleine Kunstobjektentwürfe für den öffentlichen Raum basteln
- > Regional kulturrelevante Objekte (traditionelle Gegenstände, historische Gebäude) nachbilden und produzieren
- > Traditionellen Schmuck nachbilden und produzieren

👉 **S. 50-53** Wegweiser / Auf jeden Fall etwas machen

👉 **S. 52** Praxistipp / Frequenz anpassen statt absagen

**Demnächst machen wir einen 3-D-Druck-Vortrag, um diese Technologie, die wir häufig auch in**

**MINT-Bildungsworkshops einsetzen, den Menschen vor Ort nahezubringen. So zeigen wir, dass**

**das auch superpraktisch ist, um irgendwelche Ersatzteile zu drucken, die es nicht mehr gibt, für**

**Maschinen zum Beispiel.**

**Alexander Zeilmeier**

3-D-Druck-Experte Silicon Vilstal

👉 **S. 56-57** Wegweiser / Zum guten Beispiel werden



## Organisation

Eine Ansprechperson der Initiative, die per Telefon und E-Mail erreichbar ist, wird als verantwortliche Koordinatorin eingesetzt. Sie ist als Schnittstelle und Referentin des Vorhabens sichtbar und aktiv. In diesem Fall konnten durch eine Projektförderung Personalmittel eingeworben werden für eine projektbedingt befristete 50-Prozent-Stelle, die in Anlehnung an TVöD II entlohnt wird und

nach Möglichkeit darüber hinaus verlängert wird. Die Projektkoordination hat eigenständige Entscheidungskompetenzen für diesen Bereich und verwaltet ein eigenes Projektbudget. Für diese Stelle wurde eine öffentliche Ausschreibung durchgeführt und es wurden Fördermittel zur Finanzierung eingeworben.

👉 **S. 78-84** Wegweiser / Strukturen aufbauen ist mehr als Geld einsammeln

## Kooperation

### MIT ÜBERREGIONALEN NETZWERKEN

#### MINT-Allianz

Auf Initiative des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) und der MINT-Arbeitsgruppe der Kultusministerkonferenz (KMK) haben sich mit Unterstützung aus den Bundesländern im Frühjahr 2020 rund 50 MINT-Akteur:innen zur „Allianz für MINT-

Bildung zu Hause“ zusammengeschlossen, um in Zeiten bundesweiter Schulschließungen außerschulische digitale Lernangebote vorzustellen und einen schnellen und direkten Weg zu diesen MINT-Angeboten zu vermitteln.<sup>4</sup>

### MIT DER GEMEINDE

**Der Workshop „Zukunftsstadt gestalten“ in der Grundschule Vilsbiburg findet statt in**

**Kooperation mit dem Vilsbiburger Museum. Wir starten mit einer Einführung in die Geschichte**

**der Stadt und dem aktuellen Stadtgeschehen. Im Workshop können die Kids ihre Ideen**

**für das Stadtbild aus FIMO-Modelliermasse gestalten und agieren wie die Großen, wie ein**

**Stadtratsmitglied oder die Bürgermeisterin.**

**Andrea Finger**  
Kulturmanagerin Silicon Vilstal

👉 **S. 71-75** Wegweiser / Handlungsradius erweitern

<sup>4</sup> Vgl. [bildung-forschung.digital/digitalezukunft/de/bildung/mint-allianz](https://bildung-forschung.digital/digitalezukunft/de/bildung/mint-allianz) und [wir-bleiben-schlau.de](https://wir-bleiben-schlau.de), letzter Aufruf: 1. Juni 2023

## MIT LOKALEN UNTERNEHMEN

Um Unternehmen in die Produktion von Gegenständen miteinzubeziehen, die in den MINT-Workshops von den Kindern entwickelt werden, wurde ein virtueller Makerspace entwickelt und durch die Initiative koordiniert, der eine Schnittstelle zwischen den lokalen Unternehmen und den Workshops herstellt.

Ortsansässige Firmen haben darüber hinaus meist großes Interesse, in Partnerschaft mit gemeinwohlorientierten Projekten für die Region sichtbar zu werden. Sponsoring für konkrete Sachmittel, die den Fördernden klar zugeordnet sind (T-Shirts, Arbeitsmaterial, Einrichtungsgegenstände o.Ä.) werden daher in vielen Fällen gern übernommen. So steigt die Außenwahrnehmung des Unternehmens und die Entscheidung für diese Sachmittel kann oft unbürokratisch auf kurzem Wege gestaltet werden. In Geisenhausen

konnten beispielsweise T-Shirts von einem Unternehmen bedruckt werden mit Motiven, die von den Kindern selbst gestaltet wurden. Günstig ist es auch, die spezifischen „Fähigkeiten“ des Unternehmens miteinzubeziehen und eine Anfrage in Bezug auf angebotene Dienstleistungen zu stellen (Farbe bei einem lokalen Baumarkt, IT-Unterstützung durch ein IT-Unternehmen, Steuerberatung durch ein lokales Steuerbüro etc.). Dabei können auch einzelne Arbeitsstunden der Mitarbeitenden als Förderung zur Verfügung gestellt werden oder Sachmittel, die im Bestand liegen, verliehen oder übergeben werden. Wichtig ist, diese Unterstützung durch Sichtbarkeit von Logos und gegebenenfalls namentliche Erwähnung zu kennzeichnen. Um den Kontakt wertschätzend als Netzwerk aufrechtzuerhalten, ist es wichtig, die Beteiligten in Post- und E-Mailverteiler aufzunehmen und „Dankekarten“ nicht zu vergessen.

**Durch unser Netzwerk mit lokalen Unternehmen können wir beispielsweise T-Shirts in einem**

**Unternehmen bedrucken lassen mit Motiven, die von den Kindern selbst gestaltet wurden.**

**Helmut Ramsauer**

Gründer Silicon Vilstal

## MIT BILDUNGSEINRICHTUNGEN VOR ORT

Schulen in der Region werden telefonisch, per Mail und per Post kontaktiert und die Kulturideenwerkstatt wird als inner- und außerunterrichtliches Projekt angeboten. Das Angebot wird darüber hinaus in digitalen Bildungsnetzwerken in der Region publiziert.

**Die Schulleiterin möchte den Workshop „Zukunftsstadt gestalten“ jedes Jahr für die vierten**

**Klassen durchführen und das Projekt an der Schule langfristig etablieren, da es zu den Unter-**

**richtsthemen in der vierten Klasse passt: Gemeinde/Stadt, Bayern, Deutschland, Europa.**

**Ergänzend dazu besuchen die Kinder auch das Rathaus, wissen, was dort passiert, und können**

**ihre Ideen dann im Workshop umsetzen.**

**Andrea Finger**

Kulturmanagerin Silicon Vilstal

👉 **S. 96-97** Arbeitsmaterialien / Wirkungskreise

👉 **S. 98-101** Arbeitsmaterialien / Unterstützungskreise

👉 **S. 104-111** Arbeitsmaterialien / Veranstaltungen A-Z



## MIT LOKALEN KÜNSTLER:INNEN UND INITIATIVEN

Lokale Künstler:innen und Initiativen werden eingeladen, im Rahmen von Honoraraufträgen in der Kulturideenwerkstatt eigene Ideen und Angebote umzusetzen. Durch Open Calls (Aufrufe zur Bewerbung) werden Künstler:innen in der Region zur Bewerbung für die Durchführung von Workshops angesprochen. Das Honorar ist inklusive Vorbereitung wertschätzend kalkuliert und die

Räumlichkeiten und Materialkosten werden ebenfalls durch die Initiative gestellt. Darüber hinaus bietet die Initiative den Künstler:innen eine öffentliche Plattform zur Sichtbarmachung ihrer Tätigkeit an und ermöglicht Vernetzungsangebote in interdisziplinäre Arbeitsfelder hinein.

👉 **S. 69-70** Wegweiser / Ehrenamt und Hauptamt wertschätzend unterscheiden



**Siliconvilstal**  
**Kulturideenwerkstatt**

**Open Call für Künstlerinnen und Künstler:  
Gestalten Sie von März bis Juli 2021  
kreative MINT-Workshops im Vilstal.**

**Vereinigen Sie Kulturtradition und Technologie zu  
Mitmacherlebnissen für Kinder von 8-16 Jahren.  
Bewerbung unter [info@siliconvilstal.de](mailto:info@siliconvilstal.de) bis 1.3.**

Silicon Vilstal  
gemeinnützige UG  
(haftungsbeschränkt)



@siliconvilstal  
[info@siliconvilstal.de](mailto:info@siliconvilstal.de)  
[www.siliconvilstal.de](http://www.siliconvilstal.de)

**Machen lernen.**

### Bewerben Sie sich für die Kulturideenwerkstatt

#### Kulturideenwerkstatt

Die Silicon Vilstal Ideenwerkstatt bietet regelmäßig MINT-Bildungsangebote für Kinder an. MINT steht für Mathematik, Informatik, Natur und Technik. Wir sind Partner der bundesweiten MINT-Allianz und vernetzt mit Kulturinstitutionen. Beim Projekt „Kulturideenwerkstatt“ gestalten Künstlerinnen und Künstler kreative Workshops für Kinder zu Kunst, Tradition, Brauchtum, Tracht, Musik. Regionale Kulturtradition wird dabei modern interpretiert. Benötigte Technik (z. B. Lasercutter, 3D-Drucker, Tablets, Medientechnik, handwerkliche Technik) wird gestellt und soll integriert werden.

#### Mögliche Workshopinhalte

Textildesign mit traditionellen Formen und Mustern + Charaktere aus regionaler Literatur zeichnen und technisch produzieren + Tracht & Design, Entwurf eigener Mode-Entwürfe + Holzobjekte mit Bezug zur regionalen Tradition selbst gestalten und produzieren + Orts-geschichte entdecken, kleine Kunstobjektentwürfe für den öffentlichen Raum basteln + Eigene Geschichten über Themen der regionalen Kultur schreiben und veröffentlichen + Regional kulturrelevante Objekte (traditionelle Gegenstände, historische Gebäude) nach-bilden und produzieren + Regionale Volkslieder entdecken, singen, medial bearbeiten + Kulturrelevante regionale Erzählungen als Kurzfilm drehen + Traditionellen Schmuck nachbilden und produzieren + Regionale Tänze dramaturgisch inszenieren und medial bearbeiten.

#### Jetzt bewerben

Sind Sie beruflich als Künstlerin oder Künstler tätig oder haben Sie eine künstlerische Aus-bildung? Dann machen Sie jetzt mit. Gestalten Sie von März bis Juli 2021 kreative MINT-Workshops im Vilstal/Region Landshut und moderieren sie diese. Vereinigen Sie Kultur-tradition und Technik zu Mitmacherlebnissen für Kinder von 8-16 Jahren. Wir können für konzeptionelle Fragen, benötigte Quellen oder Exponate Kontakte zu Kulturinstitutionen, Trachten- und Heimatvereinen usw. herstellen. Sie werden von weiteren freiwilligen BetreuerInnen vor und während der Workshops bei der Covid-19-gemäßen Durchführung unterstützt. In den Workshops sollen wertige Arbeitsergebnisse entstehen, die man am Ende mitnehmen kann. Die Aufwandsentschädigung für die inhaltliche und didaktische Vor-bereitung und Moderation eines etwa 4-stündigen Workshops beträgt 360€. Gerne ver-öffentlichen wir Ihr Portrait, Kurzvita und Kontaktinfos. Räume und Technik werden gestellt, Materialkosten und ggf. auch die Beschaffung der Materialien werden übernommen. **Bewerbung mit künstlerischer Kurzvita und Angaben zur Erfahrung mit Kinderworkshops unter [info@siliconvilstal.de](mailto:info@siliconvilstal.de) bis 1. März.**

© 2021 Silicon Vilstal gemeinnützige UG (haftungsbeschränkt) [www.siliconvilstal.de](http://www.siliconvilstal.de)

# Pop-up-Store

Lokales  
Handwerk  
einbeziehen

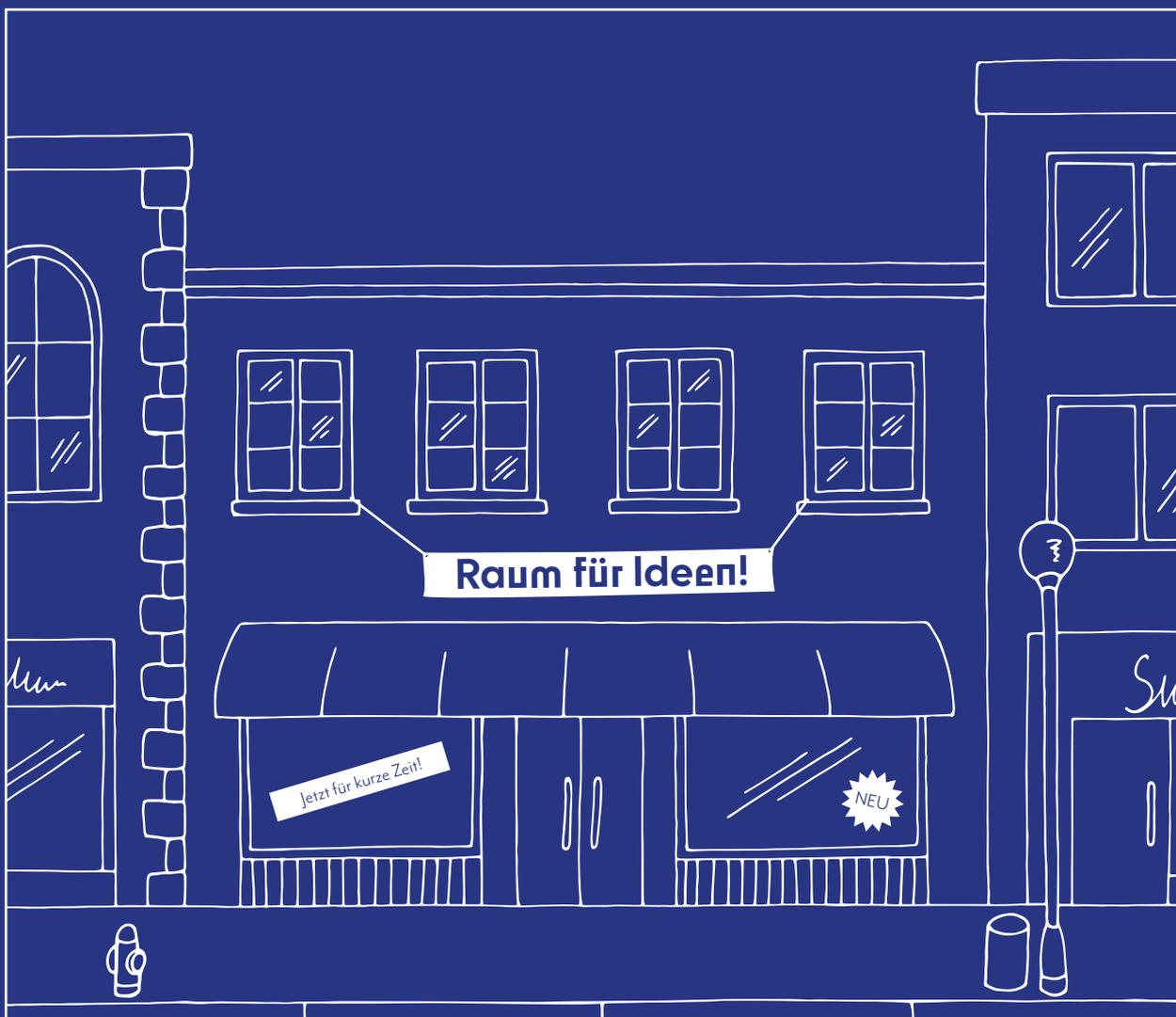
Secondhand-  
Kreisläufe  
unterstützen

Regionale  
Produkte  
anbieten

Lokalen  
Einzelhandel  
einbeziehen

Vereine  
und Initiativen  
stärken

Begegnungen  
fördern



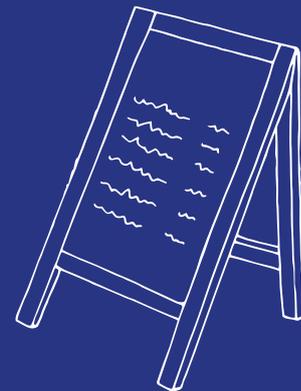


## Projekt

Pop-up-Stores (zeitlich begrenzt betriebene Ladengeschäfte) können einfach organisiert werden und bewirken Aufmerksamkeit und Bewegung in einer Ortsmitte. Für die Ortsentwicklung hat dieses Angebot deshalb eine besondere Bedeutung, da zentrale Geschäftslagen mit Laufwegen mit neuem Leben gefüllt werden. Eine neue Nutzung von Räumen wird ausprobiert und Wissen über Bedarfe und Wirkung des Angebots vor Ort gesammelt. Bürger:innen und Besuchende lernen innovative Angebote und Ideen kennen. Dieser neue Möglichkeitsraum kann Mut machen und Wirksamkeit erfahrbar werden lassen für Gründer:innen, die Stadtgesellschaft und für regionale Entscheidungsträger:innen. Diese Möglichkeit, die Flächen kurz- oder mittelfristig zu aktivieren, kann auch langfristig neues Potenzial für diese Räumlichkeiten bedeuten.

In Geisenhausen werden manche leer stehende Ladenflächen punktuell für lokale Vereine als Eigenwerbung zur Verfügung gestellt. Die Initiative hat während der Silicon Vilstal Erlebnisfestivals 2020 und 2021 erstmals in der Region einen Pop-up-Store mit einem Start-up für regionale Modelabels sowie einer Designagentur und regionalen Direktvermarkter:innen pilotiert. Danach gab es Pop-up-Store-Projekte in mehreren Kommunen der Region. Die mittelfristige Möglichkeit, einen Pop-up-Store einzurichten, wird auch durch die Marktgemeinde Geisenhausen gefördert. Dafür werden die Räumlichkeiten auch auf Kosten der Gemeinde renoviert. In Geisenhausen wird inzwischen ein dauerhafter Concept-Store mit wechselndem Angebot und unterschiedlichen Akteur:innen durch das Projektmanagement der Kommune koordiniert.

👉 **S. 54-55** Wegweiser / Verwaltung und Zivilgesellschaft auf Augenhöhe  
👉 **S. 62-63** Wegweiser / Einfache Entscheidungen ermöglichen



## Organisation

Eine Ansprechperson ist als Schnittstelle und Referentin für die Koordination unterschiedlicher Personengruppen zuständig und fokussiert die Ausrichtung auf ein gemeinsames Ziel. Neben Fragestellungen zu Stadtentwicklung, rechtlicher, steuerlicher und finanzieller Ausgestaltung und Marketing ist entscheidend, dass ein vertrauensvolles Netzwerk zwischen den unterschiedlichen Akteur:innen, besonders aber zu den politischen Entschei-

dungsträger:innen, staatliche Förderstellen, Gründer:innen und Immobilienbesitzer:innen aufgebaut wird. Dabei stehen Marketingthemen, die rechtliche und steuerliche Ausgestaltung der Mietergemeinschaft, Fragen der Finanzierung und nicht zuletzt der baulichen Sanierung an. Gelingt dies, kann das Potenzial unterschiedlicher Akteursgruppen aktiviert, Synergien genutzt und innovative Lösungen nachhaltig entwickelt werden.

👉 **S. 56-57** Wegweiser / Zum guten Beispiel werden

## Kooperation

### MIT DER GEMEINDE

Die Kommune ist die erste Ansprechpartnerin, um zu erfahren, welche Leerstände für das Vorhaben infrage kommen. Günstig sind gut sichtbare Lagen in der Ortsmitte, um Aufmerksamkeit auf Laufwegen zu erregen. Auch Sanierungsmaßnahmen könnten von

einer Kommune mit geringem Aufwand übernommen werden. Der Raum wird dann, wie bei Pop-up-Stores üblich, provisorisch eingerichtet und die Nutzung kann oft zu überschaubaren Kosten (Nutzungspauschale/Nebenkosten) ermöglicht werden.

### MIT MÖGLICHEN BETREIBER:INNEN / START-UPS

Überregionale Start-ups können den Raum des sogenannten Concept-Store kostenfrei für einen Testlauf ihres Angebots nutzen und dort ein kreatives Klima unter Gleichgesinnten finden. Dieses „Reallabor“ ermöglicht, dass eine innovative Geschäftsidee im

professionellen Umfeld mit geringem finanziellem Risiko ausprobiert werden kann. Dabei werden Erfahrungen im direkten Austausch mit den Kunden gesammelt, die für die Weiterentwicklung des Angebots genutzt werden können.

### MIT REGIONALEN DIREKTVERMARKTER:INNEN

Die Kontaktaufnahme mit den Direktvermarkter:innen aus der Region, die ihre Waren in dem Geschäft anbieten möchten, erfolgt

über die koordinierende Person (entweder durch das Projektmanagement, die Initiative oder die Betreiber:innen selbst).

**Wir setzen Start-ups aktiv in Verbindung mit der Kommune und sind verlässliche Ansprechpartner:innen. Wir nutzen unser Netzwerk, um Start-ups zu finden, die in die Leerstände passen würden. Sinnvoll ist es, wenn die Koordination für den Betrieb langfristig durch eine Person aus der Initiative oder der Gemeinde übernommen wird.**

**Natascha Brunner**  
Projektleitung „Ortsmitte 2.0“  
Silicon Vilstal

**Im Grunde machen Menschen den Unterschied. In einer Gemeinde kann nicht jeder alles stemmen. Die richtigen Leute zusammenbringen, dabei über den Tellerrand hinausschauen und für gemeinsame Ziele begeistern – so lässt sich mehr erreichen.**

**Stephanie Pettrich**  
Projektmanagerin Geisenhausen

👉 **S. 58-61** Wegweiser / Mitmachen ermöglichen

👉 **S. 76-77** Wegweiser / Übersetzungsfunktionen und Brückenbau



# Mitfahrhaltestelle

Regionale  
Mobilität  
vernetzen

Vereine  
und Initiativen  
stärken

Begegnungen  
fördern



## Projekt

Gemeinschaftliches (Mit-)Fahren für mehr Mobilität und weniger Verkehr ermöglichen ist das Ziel der Mitfahrhaltestelle. Oder anders gesagt: sicheres Trampen in ländlichen Räumen ermöglichen. In der Pilotphase wurde eine Mitfahrstrecke zwischen Vilsbiburg und Geisenhausen eröffnet mit dazugehörigen Mitfahrhaltestellen. Diese werden durch ein externes Start-up betrieben und durch die

Initiative und die beiden Gemeinden unterstützt. Langfristig wird eine Übernahme des Betriebs durch Ortsansässige angestrebt. Ziel ist es, neue Mobilitätsangebote für die Region auszuprobieren und die reale Umsetzbarkeit sowie logistische Herausforderungen zu eruieren. Dabei gilt es, das Interesse in der Bevölkerung zu wecken und wahrzunehmen, welche Resonanz für dieses Angebot besteht.

**Uns ist bewusst, dass man zum Thema Mobilität Lösungen braucht und dass man auch auf dem Land Lösungen braucht. Nur, die Idee schlechthin hat auch keiner von uns, das muss man ganz ehrlich sagen. Und ich glaube, die Leute müssen wir ein Stück dahinführen, in die andere Mobilität. Und das ist ein Lernprozess, der auf dem Land gerade stattfindet, auch bei uns.**

**Josef Reff**  
Bürgermeister Geisenhausen

## Organisation

Eine Ansprechperson der Initiative, die per Telefon und E-Mail erreichbar ist, wird als verantwortliche Koordinatorin eingesetzt. Sie ist als Schnittstelle und Referentin des Vorhabens sichtbar und aktiv.

Sie vernetzt zwischen den lokalen Partnergemeinden und dem betreibenden Start-up und gestaltet öffentlichkeitswirksame Maßnahmen für das Vorhaben.

**Das Prinzip des Mitfahrens ein schwieriges Unterfangen, weil man erst einen gewissen Nukleus an Personen schaffen muss, der Leute mitnimmt. Man will ja schließlich nicht, dass eine Person zwei Stunden im Regen warten muss. Dementsprechend könnte es sinnvoll sein, verschiedene Mobilitätsangebote zu kombinieren. Zum Beispiel mit einem Anrufsammeltaxi, das kontaktiert werden kann, wenn niemand einen mitnimmt. Oder die Kombination mit einer Bushaltestelle etc.**

**Natascha Brunner**  
Projektleitung „Ortsmitte 2.0“  
Silicon Vilstal

 **S. 52** Praxistipp / Den richtigen Zeitpunkt finden  
 **S. 58-61** Wegweiser / Mitmachen ermöglichen



## Kooperation

### MIT ÜBERREGIONALEN NETZWERKEN

Die Initiative ist Regionalpartnerin in dem Netzwerk „Update-Deutschland“ und lädt Start-up ein, ihre Ideen in der Region zu testen. Die Koordinatorin ist für die Ausschreibung des Aufrufs, die Kontakte mit Projektverantwortlichen und Auswahl der einzelnen Projektideen zuständig. Ein Start-up wurde eingeladen, die

entwickelte Innovation in der Partnerregion Niederbayern zu testen. Das Start-up (hier der Mitfahrverband e.V.) arbeitet ortsunabhängig/remote und ist nur punktuell vor Ort, da die Initiative die Koordination und Vernetzung übernimmt.

**S. 71-75** Wegweiser / Handlungsradius erweitern

### MIT DER GEMEINDE

Die Zusammenarbeit mit den lokalen Kommunen ist für dieses Vorhaben essenziell. In Niederbayern konnten sich interessierte Personen bei der Gemeinde registrieren, um eine Mitfahrkarte zu bekommen, die Sicherheit für Mitfahrende und Mitnehmende

gewährleistet. Die Haltestellenschilder wurden mit der jeweiligen Kommune abgestimmt und der Bauhof hat die Aufstellung der Schilder unterstützt.

**S. 54-55** Wegweiser / Verwaltung und Zivilgesellschaft auf Augenhöhe

**S. 62-63** Wegweiser / Einfache Entscheidungen ermöglichen

### MIT REGIONALEN INITIATIVEN

Durch die Sichtbarkeit der Aktion auf dem Erlebnisfestival haben sich lokale Interessierte gemeldet, um sich einzubringen. Diese werden anschließend per Mail angeschrieben und als unterstützendes

Team aktiviert. Langfristig sollen regionale Akteur:innen das Projekt übernehmen.

**S. 76-77** Wegweiser / Übersetzungsfunktionen und Brückenbau

# Jährliches Erlebnisfestival

Außer-  
schulische  
Bildung  
anbieten

Lokales  
Handwerk  
einbeziehen

Heimwerken  
unterstützen

Secondhand-  
Kreisläufe  
unterstützen

Regionale  
Produkte  
anbieten

Lokalen  
Einzelhandel  
einbeziehen

Regionale  
Mobilität  
vernetzen

Begegnungen  
fördern

Weiterbildung  
anbieten

Neues  
Arbeiten ohne  
Pendeln  
ermöglichen

Vereine  
und Initiativen  
stärken

Arbeit und  
Kinderbetreuung  
ermöglichen





## Projekt

Das „Silicon Vilstal Erlebnisfestival“ findet jährlich zum gleichen Zeitpunkt im September statt – als lokales Ereignis mit internationalen Gästen rund um die Schwerpunktthemen Innovation, Gründung und Kreativität. Die Festivals von 2019 bis 2021 wurden jeweils von der EU als „European Social Economy Regions“-Event ausgezeichnet. Auf dieser Plattform werden alle zwölf Handlungsfelder von Ortsmitte 2.0 erfahrbar gemacht und das daraus gewonnene Erfahrungswissen bildet den Auftakt/Prototyp für kommende Projekte. Der Eintritt ist kostenfrei, um den Zugang für alle Personengruppen zu ermöglichen. Das Festival ist

als „Miniaturformat“ der zukünftigen Vorhaben der Initiative angelegt, um die Wirkung von Vorhaben zu testen und dabei gleichzeitig eine Vorschau für das nächste Jahresprogramm zu geben. Das Festival ist als Methode zu verstehen, um durch eine jährliche Ankerfunktion einen niederschweligen Überblick und Einstieg in geplante Aktivitäten anzubieten. Beitragende sind Personen und Institutionen die ihre Ideen erproben und vorstellen möchten. Sie erhalten auf dem Festival einen neuen Feedback-Raum und geben gleichzeitig Einblick in Zukunftsideen und -entwürfe.

 **S. 58-61** Wegweiser / Mitmachen ermöglichen

## Organisation

Die Initiative übernimmt die Konzeption, Koordination und Vernetzung zwischen regionalen und überregionalen Akteur:innen und bietet passende Räume für die jeweiligen Angebote an und fungiert

als Schnittstelle vor Ort. Die Angebote selbst werden durch die eingeladenen Akteur:innen umgesetzt.

### Sammlung und Jahresplanung im Kernteam

- Was wollen wir erreichen, mit wem? Wie wollen wir uns strukturieren, was wollen wir schaffen und wie soll das Festival ausschauen und mit welchen Schritten gehen wir voran? Mit welchen Tools arbeiten wir?
- Mitmachendenliste entwickeln. Welche Beteiligten wollen wir einladen und welche Themenschwerpunkte wollen wir wählen? Wen braucht es für die Organisation, als Ansprechpersonen, als Netzwerke vor Ort und überregional?
- Impulse für Motto und Logo im Kernteam für das nächste Jahr sammeln. Designwettbewerb für die Gestaltung des nächsten Festivalmotivs ausschreiben
- Überregionale Netzwerke aktivieren:
  - Aufruf und Teilen von Ausschreibungen in digitalen Netzwerken (z.B. für Kreativität/Design/Kunst)
  - Digitales Pitch Deck für Mitmachende und Partner:innen, um sich vorzustellen und das kommende Festival kennenzulernen

 **S. 104-111** Arbeitsmaterialien / Veranstaltungen A-Z

## └ FESTIVALGESTALTUNG IM JAHRESVERLAUF

### └ FRÜHLING UND SOMMER



#### Neues ausprobieren und sichtbar werden

- Eine eigene Marke entwickeln für Wiedererkennbarkeit im Erscheinungsbild
- „Zweisprachige Pressemitteilung“ für regionales Publikum und überregionale Akteur:innen versenden
- Werbebeilage/Einleger in der Zeitung regional für die Öffentlichkeitsarbeit nutzen, da diese kostengünstig und lokal wirksam sind
- Printkampagne: Banner und Plakate an Ortseingängen für lokale Sichtbarkeit
- Programmheft für das Festival print und digital gestalten
- Bändchen und Festival-T-Shirts mit Jahreslogo/Motto gestalten
- Pressekonferenz zum Festivalprogramm im Herbst des Jahres

### └ HERBST



#### Die Ernte einfahren und Bedarfe erkennen

- Festivalmonat mit Themen und Akteur:innen der kommenden Jahresprojekte
- Ausblick auf mögliche kommende Themen, Erfahrungswissen/Rückmeldungen aus der Bevölkerung und Fachpublikum sammeln und evaluieren

### └ WINTER



#### Einkehr, Rückbesinnung, Planung/Konzeption

- Evaluation und Rückblick
- Nachbereitung und Weiterentwicklung des gewonnenen Erfahrungswissens in einem Workshop



## WORKSHOP/ARBEITSKREIS ZUR NACHBEREITUNG UND WEITERENTWICKLUNG

Es hat sich in Niederbayern als förderlich erwiesen, bei Teilnehmenden und Durchführenden auf die regionale und auch fachliche „Mischung“ zu achten. Das bedeutet zum Beispiel, engagierte Bürger:innen, Fachpersonen, politische Entscheidungsträger:innen, Unternehmer:innen und weitere gemeinsam themenspezifisch einzuladen. Dabei können regionale „offizielle Partnerschaften“ eingeführt und zusätzlich städtische Partner:innen

eingeladen werden, um Begegnungen zu schaffen mit unterschiedlichen Blickwinkeln auf die Themen. Darüber hinaus kann auch ein Arbeitskreis/Steuerungskreis mit kommunalen Partner:innen aus der Region gegründet werden. Das schafft persönliche Verbindlichkeit und Unterstützung für das Vorhaben und ermöglicht die gemeinsame Entwicklung, Abstimmung und Resonanz für das Vorhaben.



### Wettbewerb: Key Visual zum Innovationsprogramm

Anlass: Das Silicon Vilstal Jahresprogramm „Gesellschaftsspiel“  
Silicon Vilstal ist eine Innovationsplattform aus Niederbayern. Wir fördern seit mehreren Jahren gesellschaftliche Innovation und machen digitale Chancen greifbar. Im Jahr 2021 laden wir ein, gemeinsam spielerisch auszuprobieren, wie sich unsere Gesellschaft nach der Pandemie im Alltag und im sozialen Zusammenleben weiterentwickeln kann. Unser Programm umfasst die Rural Design Days 13./14. März, ein Onlinetreffen von „Landgestaltern“ aus aller Welt (regionales Partnerevent der Munich Creative Business Week) + das Projekt „Ortsmitte 2.0“, bei dem wir ein lokal vernetztes physisches Reallabor schaffen + MINT-Bildungsangebote der Silicon Vilstal Ideenwerkstatt + das Programm „Bauer sucht Startup“ im Sommer + das Silicon Vilstal Erlebnisfestival vom 23.-26.9., eines der großen ländlichen Innovationsevents. Unser Programm greift das „New European Bauhaus“ Programm der EU auf. Wir sind Regionalpartner des bundesweiten Projektes „Update Deutschland“. Mehr zu uns auf [www.siliconvilstal.de](http://www.siliconvilstal.de)

Adressaten: Bevölkerung vor Institutionen  
Hauptzielgruppe ist die interessierte Bevölkerung jeden Alters, das attraktive Key Visual soll gerne auf Kleidung getragen oder gepostet werden. Daneben wollen wir Institutionen erreichen. Unser früheres Key Visual „MUH“ wurde auf Kleidung, Plakaten, Booklets, Messen, On-/Offline-Medien und im Film [www.zwoefneinhalb.de](http://www.zwoefneinhalb.de) verwendet.

Anforderungen: Was ist bei der Gestaltung zu beachten?  
Die Intention unseres Programms soll erkennbar und das Wort „Gesellschaftsspiel“ enthalten sein. Das quadratische Key Visual soll auch schwarz-weiß, in unterschiedlichsten Größen und mit „Social Game“ funktionieren. Schrift Open Sans oder gezeichnet, Farben Schwarz, Weiß und Bayerischblau (Eurosкала: 100 cyan / 20 magenta, rgb: g 139 / b 208). Eine Logoreihe unten quer soll möglich sein. Es muss frei von Rechten Dritter sein. Das umseitige Foto ist *keine* Vorgabe.

Ablauf: Wie kann man mitmachen und was passiert danach?  
Senden Sie Ihren Vorschlag (oder mehrere) bis **6. März** an [info@siliconvilstal.de](mailto:info@siliconvilstal.de) in Druckqualität. Mit der Einsendung übertragen Sie der Silicon Vilstal gemeinnützige UG (haftungsbeschränkt) das Recht zur Publikation während des Auswahlprozesses und das alleinige uneingeschränkte Nutzungsrecht im Falle des Gewinns. Die Juryauswahl bezieht eine Onlineumfrage zu den vier Final-Designs mit ein. Die Gewinnerin/der Gewinner wird am 13. März auf den internationalen Rural Design Days verkündet, erhält einen Preis von 500€ und wird in Publikationen genannt. Im April 2021 wird zusammen mit LABELBIRD, einer Plattform für regionale Modelabels, eine Kollektion mit dem Key Visual vorgestellt, die dann auf [www.label-bird.com](http://www.label-bird.com) erhältlich ist.

© 2021 Silicon Vilstal gemeinnützige UG (haftungsbeschränkt) [www.siliconvilstal.de](http://www.siliconvilstal.de)



## Silicon Vilstal Designwettbewerb

**Open Call für Kreative:**  
Gestalten Sie das Key Visual zum Innovationsprogramm „Gesellschaftsspiel“ für Silicon Vilstal.

**Senden Sie einen oder mehrere Vorschläge bis 6. März an [info@siliconvilstal.de](mailto:info@siliconvilstal.de). Ausgeschrieben sind ein Preisgeld von 500€ und Medienpräsenz.**

Silicon Vilstal  
gemeinnützige UG  
(haftungsbeschränkt)



@siliconvilstal  
[info@siliconvilstal.de](mailto:info@siliconvilstal.de)  
[www.siliconvilstal.de](http://www.siliconvilstal.de)

Heimat für Neues.

# Haltungen und Handlungen

Wir bekommen etwas zurück, wenn wir ins Machen kommen: Wir erweitern unseren Handlungsradius, gestalten Netzwerke und tragende Strukturen, die uns langfristig entlasten können. Und ganz nebenbei können Begeisterung und Motivation mitwachsen und neu entstehen. Dadurch wird es leichter. So macht es Sinn. (Selbst-)Wirksamkeit beschreibt die Erfahrung, dass durch eine Intervention Veränderung eintritt und Wirkungen mit eigenen Handlungen verknüpft werden können. Dabei geht es nicht um zahlenmäßige Messbarkeit von Wirkungen oder Skalierung von Aktionen, sondern vielmehr darum, dass Menschen sich in ihrer Individualität mit ihren unterschiedlichen Voraussetzungen, Grenzen und Möglichkeiten erleben. Und dass sie das passende Puzzlestück zu einer Sache beitragen können.

Die zehn Wegweiser geben Einblick in Umgangsweisen der niederbayerischen Initiative mit Herausforderungen und damit verbundene Zugangswege für die gelingende Zusammenarbeit und Transformation von Strukturen. Sie können Anwendung finden als Prozessbegleitung im Team oder als Impuls für konkrete Projektvorhaben. Die Reihenfolge kann individuell bestimmt werden, sodass jeder einzelne Wegweiser zum Ausgangspunkt werden kann. Zur Wahl des Kapitels können aktuelle Herausforderungen im Team, Projektplanungen oder auch Transformationsprozesse für die eigene Organisation oder die Region zum Anlass genommen werden. In Niederbayern wurde deutlich: Ins Machen kommen und erst

einmal etwas umsetzen kann einer Initiative vor Ort durch regelmäßige gemeinschaftliche Aktionen zu Sichtbarkeit, Glaubwürdigkeit und Vertrauen verhelfen (*Auf jeden Fall etwas machen*). Dabei können Angebote zum Mitmachen geschaffen werden, die vielfältige Personengruppen einbeziehen (*Mitmachen ermöglichen*). Die damit verbundenen Projekte können prototypische, kurzfristige und schnell umsetzbare Formate sein, die in ihrer Größe ressourcenabhängig variieren. Das „Scheitern“ ist Teil des Prozesses und wird als Erfahrungswissen für die Entwicklung der Projekte eingesetzt. Kenntnisse über Bedarfe und Ressourcen vor Ort werden gewonnen und bilden die Planungsgrundlage für zukünftige Vorhaben. Wenn diese Prozesse dementsprechend dokumentiert werden können und dies als Nachweis für die Wirkung der Initiative eingesetzt wird, ist meist die Basis für die Wahrnehmung als lokale oder auch überregionale Akteur:in geschaffen (*Zum guten Beispiel werden*). Das schafft Augenhöhe, das öffnet Türen für die Zusammenarbeit mit ganz unterschiedlichen Partnerstrukturen (*Verwaltung und Zivilgesellschaft auf Augenhöhe*). Gelingende Voraussetzung dafür sind ressourcenorientierte Beteiligungsangebote in der Zusammenarbeit, die *Einfache Entscheidungen ermöglichen*.

Eine etablierte Initiative, die eigene Projekte durchgeführt hat, verfügt über umfassendes Wissen zu Gelingensbedingungen und Hürden für die Umsetzung von Vorhaben vor Ort. Dieser Wissenspool und die erlangten Fähigkeiten können dafür eingesetzt werden,

**Die Frage ist, wie kann ich das Privileg dieser Erfahrung der Selbstwirksamkeit nutzen, um andere Menschen Selbstwirksamkeit erfahren zu lassen? Das ist mittlerweile für mich das Wichtigste überhaupt: Räume zu schaffen, um andere Menschen in diese Position zu bringen. Einfach aus dem Wissen, dass meine Ressourcen, aber auch mein Wissen und meine Kompetenz begrenzt sind. Und da geht es wieder darum, sich überflüssig zu machen. Also: Wie kann ich Strukturen empowern? Wie kann ich Menschen empowern, damit sie gestaltend aktiv werden können?**

**Markus Sauerhammer**

Landwirt & Gründungsvorstand SEND e.V.

**Es geht ja nicht nur darum, wie man Menschen zum Fahrradfahren motiviert, oder wie man eine Fläche bekommt, wenn man keine hat und nichts zahlen will. Wichtig ist auch die Frage: Wie organisiert man sich als treibende Kraft?**

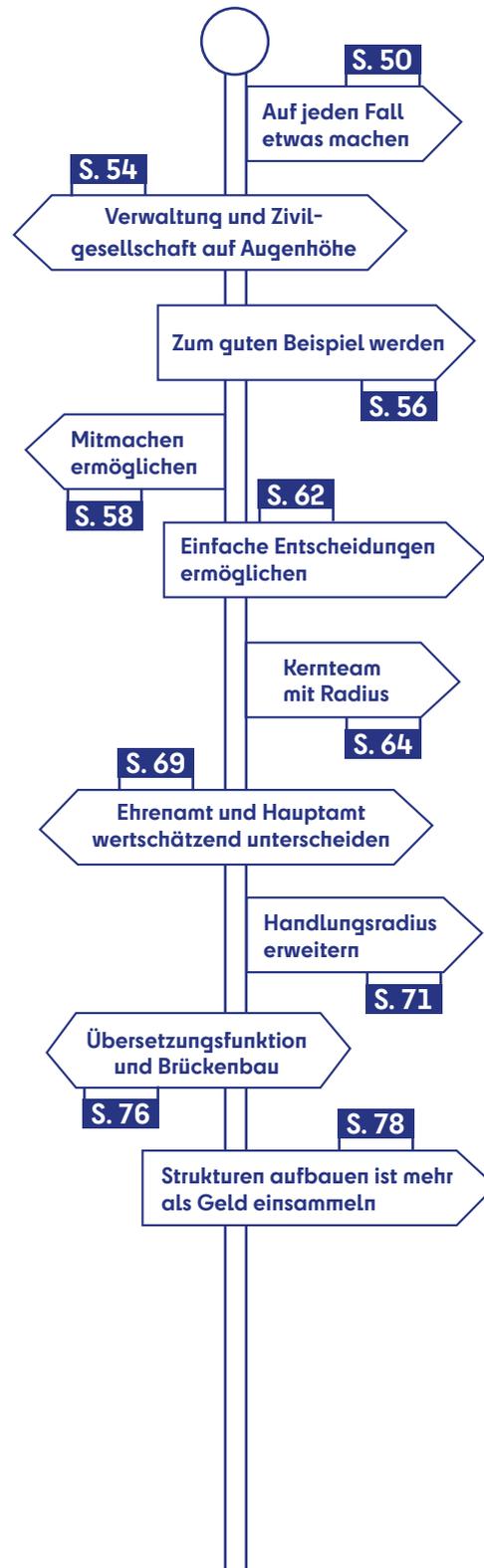
**Helmut Ramsauer**  
Gründer Silicon Vilstal

andere Akteur:innen als Durchführende zu ermächtigen, die nun einzelne Themenbereiche selbstständig betreiben können. Die Initiative hält die Fäden zusammen, übersetzt und vermittelt zwischen den einzelnen Interessengruppen.

Die Vergrößerung des eigenen Wirkungskreises kann eine Initiative vor neue Herausforderungen stellen. Dieses „Mitwachsen“ kann einen Transformationsprozess einläuten, der teaminterne Rollen neu verteilt, da langfristig vermehrt koordinierende und kuratierende Aufgaben durch das Kernteam übernommen werden, anstatt Projekte selbst umzusetzen. (*Kernteam mit Radius, Ehrenamt und Hauptamt wertschätzend unterscheiden, Handlungsradius erweitern*). Die Initiative übergibt einzelnen Akteur:innen, die bereits Ideen und konkrete Projekte entwickelt haben (z.B. zur Mobilität oder zu Recyclingkreisläufen), die Verantwortung zur Umsetzung und lädt sie in die Region ein. So können viele unterschiedliche und neue Projekte mit vielfältigem Know-how in der Region umgesetzt werden, ohne dass die Initiative selbst als Betreiberin aktiv werden muss.

Dabei kann sich die Rolle der Initiative mehr und mehr zur Schnittstellenfunktion wandeln, die verschiedene Interessen- und Personengruppen verstehen, vernetzen und befähigen kann (*Übersetzungsfunktion und Brückenbau*). Das bedeutet auch, langfristig teamintern Ressourcen zu verteilen und aufzubauen für eine stabilere, professionelle (Selbst-)Organisation. „Sich überflüssig machen“ kann zunächst ressourcenzehrend sein und auch Wachstumsschmerz verursachen, wenn mit der Projektumsetzung auch Transformationsprozesse in Gang kommen. Die Professionalisierung der eigenen Arbeitsweise und die Zusammenarbeit in Netzwerken bedeutet dann auch, nachhaltige Finanzierungsfragen in den Blick zu nehmen und langfristige Partnerschaften zu etablieren (*Strukturen aufbauen ist mehr als Geld einsammeln*).

Die gleichzeitige Entwicklung der internen Organisation und die Ermöglichung von operativen Projektvorhaben ist ein Balanceakt. Es gilt also, achtsam zu sein für bewegte Übergangsphasen von „mal schnell etwas tun“ hin zu einer dauerhaften Umsetzung.



## Auf jeden Fall etwas machen

Einfach mal machen heißt: nicht wissen, ob etwas funktioniert oder wie es zukünftig einmal werden wird. Der Prototyp wird entlang der vorhandenen Ressourcen entworfen mit dem Ziel, dass das Vorhaben umgesetzt und erfahrbar wird – zunächst unabhängig von der Dimension. Die gemeinsame Erfahrung steht im Vordergrund und die damit gewonnene Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit kann als Argumentationsgrundlage für zukünftige Vorhaben genutzt werden. Die Dokumentation und Evaluation von Rückmeldungen aus der Bevölkerung und von Fachpublikum ermöglichen eine bedarfsorientierte und langfristige Weiterentwicklung des Angebots. Projekte werden prototypisch umgesetzt, um zu erkunden, ob eine Idee überhaupt funktioniert, und sie erst einmal real werden zu lassen. Persönliche Absprachen bilden die Grundlage, um Vorhaben

zu realisieren – und zwar ohne große Ressourcen- und Projektplanung. Ideen werden schnell und einfach in die Tat umgesetzt. Im Ausprobieren wird deutlich, welche Resonanz die Angebote erhalten. Ein gelingendes Vorhaben ist dabei eines, das mitlernt und das neue Möglichkeiten eröffnet. Dafür gilt es, Themenschwerpunkte und mögliche Stufen zu skizzieren, die vorstellbar sind, und Menschen zusammenzubringen, die das Projekt gemeinsam umsetzen. Das Risiko für ein Nichtgelingen ist Teil des Vorhabens und recht hoch. Doch genau dieser Prozess kann als erwünschter Teil des Projekts verstanden werden, auf den mit der Anpassung der Rahmenbedingungen reagiert werden kann. Ein Vorhaben, das ausprobiert wird und das „Scheitern“ als Impuls versteht, kann reale Umstände in zukünftige Konzeptionen einbeziehen.

**Wir starten erst mal und schauen dann, wie gut wir es hinkriegen. Das ist ungewöhnlich.**

**Es ist manchmal arbeitsreich oder zäh. Aber viele überlegen sich, wenn sie eine Idee haben,**

**als Allererstes: Wer muss es erlauben oder wer zahlt das, damit man starten kann?**

**Wir haben immer etwas vor, das machen wir irgendwie auf jeden Fall oder haben sogar schon**

**gestartet. Und dann suchen wir noch welche, die es besser machen, egal, ob das jetzt Stiftungen**

**oder staatliche Stellen sind. Und das hat oft geholfen, erst mal eine ganz natürliche Credibility**

**mitzubringen.**

**Helmut Ramsauer**

Gründer Silicon Vilstal



### EINTRITTE NUR ALS TERMINABSAGEBREMSE

Da das Hauptziel von Veranstaltungen die Teilhabe aller Personengruppen darstellen sollte, ist es förderlich, diese, wenn möglich, gratis oder zu geringem Preis anzubieten. Allerdings empfiehlt die niederbayerische Initiative, insbesondere für Veranstaltungen mit

einer Mindestteilnehmendenzahl einen Beitrag festzulegen, da dies als Hürde wahrgenommen werde, „still und heimlich“ der Veranstaltung fernzubleiben.

Dieses Ausprobierende – dass man nicht sagt, lass uns mal einen Plan schreiben und nach einem Jahr Riesensummen anfordern, und dann geht es erst im vierten Jahr los.

Nicht einen Plan machen und den dann genau abarbeiten, sondern eine Richtung im Kopf haben und dann losmarschieren.

Unterwegs aufmerksam sein und Chancen, die sich unerwartet bieten, dann im Sinne dieser Richtung nutzen.

Wir beginnen immer mit:  
„Kannst du mal eben“.

Also das Erste ist: „Kriegen wir das hin?“

Die passende zeitliche Abfolge ergibt sich *on the go*:  
Was hat man am schnellsten realisiert?

Wir fragen möglichst wenige.

Wir haben die erst gar nicht gefragt.

Ihr müsst nur Ja sagen.

## FREQUENZ ANPASSEN STATT ABSAGEN

Was kann ein Team tun, wenn etwas nicht gelingt wie gedacht? Eine kurze Aktionspause einlegen. Diese kann für eine produktive Rückschau auf die Erfahrungen genutzt werden, um gesammelte Beobachtungen und Rückmeldungen zusammenzutragen und ein angepasstes Format für den nächsten Anlauf zu entwickeln. Dass eine Veranstaltung auch ohne ausreichende Teilnehmendenzahl stattfindet, steigert trotzdem die Sichtbarkeit der Idee, die

Verlässlichkeit des Angebots und kann neues Erfahrungswissen für einen nächsten Durchlauf unter veränderten Voraussetzungen zusammentragen. Könnten wir die Frequenz ausdünnen und beispielsweise statt eines täglichen Angebots ein wöchentliches oder monatliches Format umsetzen? Aktionsfragen können dafür auch rückblickend genutzt werden.

## DEN RICHTIGEN ZEITPUNKT FINDEN

Projekte wie ein Lastenradlieferservice oder ein Mitfahrangebot haben den Winter als Zäsur. Die unterschiedlichen Jahreszeiten können jedoch konstruktiv für Testphasen von Projekten in Innenräumen und auch für Planungsprozesse (Einkehr, Rückschau und Weiterentwicklung) genutzt werden:

### Was tun

- Indoor-Projektformate ausprobieren
- Teamklausur
- Workshops zur Professionalisierung der eigenen Teamstrukturen
- Treffen mit Partner:innen und Aufbau neuer Kooperationen
- Rückschau auf bisherige Projekte
- Konzeption und Entwicklung von neuen Formaten
- Planung und Abstimmung öffentlichkeitswirksamer Aktionen, beispielsweise mit lokalen Politiker:innen (ebenfalls saisonal entlang des Gemeindekalenders, etwaiger Jubiläen etc.)

 **S. 61** Praxistipp / Öffentliche Aktionen, die Spaß machen

**Es hat sich gezeigt, dass es pragmatisch ist, sich im Winter Zeit zu nehmen, um auszuloten, mit welchen Akteur:innen wir wirklich etwas machen können. Wir fragen uns: Wie war die Resonanz? Lohnt es sich, hier eine Trägerschaft zu etablieren? Und wenn ja, wie machen wir das? Und im Frühjahr, wenn auch wettermäßig wieder draußen etwas geht, startet das Ding dann mit einer stabileren oder vielleicht über den ganzen Sommer reichenden Pilotphase.**

**Helmut Ramsauer**  
Gründer Silicon Vilstal

 **S. 104-111** Arbeitsmaterialien / Veranstaltungen A-Z



## AKTIONSFRAGEN



### FUNKTION

Welche Funktion soll das Vorhaben in einer Ortsmitte erfüllen?

Was wäre ein funktionierendes Projekt für uns und andere? Wann hätte es nicht funktioniert?

---

---

---



### FORMAT

Wie können wir ein Format unserer Idee mit möglichst wenigen Ressourcen konzipieren, das auf jeden Fall stattfindet und diese Funktion erfüllt? Passt(e) der Zeitpunkt zum Angebot?

Gibt es parallele Veranstaltungen zu dem geplanten Zeitpunkt?

---

---



### MITMACHEN

Wie können wir Mitstreiter:innen gewinnen, um es besser zu machen? Wer könnte noch Interesse haben, unsere Idee zu unterstützen? Welche Personengruppen brauchen welche Bedingungen, um aktiv werden zu können? Wann macht uns und anderen das gemeinsame Tun in diesem Projekt Spaß?

Haben wir uns wirksam erlebt?

---

---

---



### SICHTBARKEIT

Waren die Menschen informiert / haben wir sie wirklich erreicht? Wie können wir erneutes Interesse wecken?

Wie können wir Menschen vor Ort noch erreichen?

---

---

**S. 56** Praxistipp: Kommunikation und Dokumentation

## Verwaltung und Zivilgesellschaft auf Augenhöhe

**Wir fragen nie so richtig um Erlaubnis oder nach Geld um etwas zu tun. Wir kommen immer mit der Haltung, dass wir etwas vorhaben und dass wir das auf jeden Fall tun werden.**

**Und dann fragen wir, ob jemand mitmachen möchte. Dann wird es natürlich besser, größer, reichhaltiger. Das ist ungewöhnlich. Und das bringt aber dann eine gewisse Augenhöhe in der Beziehung mit sich, insbesondere bei etablierten Akteur:innen wie Kommunen oder Unternehmen.**

### └ DIE EINEN STETIG, DIE ANDEREN BEWEGLICH

Neue Ideen für Regionen können dann wirksam werden, wenn Lösungsansätze in den, mit den und für die Lebensrealitäten und Bedingungen vor Ort gestaltet werden. Das gelingt, wenn der reale Bezug und die Kraft der Ursprungsideen in der Umsetzung erhalten bleiben. Die Zusammenarbeit zwischen zivilgesellschaftlichen Initiativen und kommunalen Verwaltungen kann neue Formate der Bürgerbeteiligung und des ergebnisoffenen Ausprobierens gesellschaftlicher Lösungen ermöglichen. Dabei entsteht im besten Fall ein Gestaltungsraum für die Region, in dem Vorhaben schnell und unkompliziert umgesetzt werden. So können zivilgesellschaftliche Impulse aus Beteiligungsprozessen und Evaluationsergebnissen ernst und aufgenommen werden, um Stärken und Schwächen von Planungsprozessen sichtbar zu machen. In dieser Zusammenarbeit erweitert sich der Aktionsradius der Gemeinde in neue Netzwerke hinein und ihr Bekanntheitsgrad kann überregional steigen. Auch neue Zugangswege zur Förderung der Daseinsvorsorge vor Ort können entstehen. Zivilgesellschaftliche Initiativen haben andere Möglichkeiten, um finanzielle und unbare Mittel bei Stiftungen,

Wettbewerben, über Crowdfunding, Sponsoring oder bei der Regionalförderung einzuwerben, die für Zwecke der Region eingesetzt werden können. Die Zivilgesellschaft tritt dabei als wirksame Akteurin für regionale Entwicklungsvorhaben auf und kann eigene Themenschwerpunkte einbringen. Der persönliche Austausch und die vertrauensvolle Abstimmung zwischen Zivilgesellschaft und Verwaltung sind dafür entscheidend. Das Potenzial unterschiedlicher Akteursgruppen liegt in ihrer Synergie: Verschiedene Kompetenzen können sich gegenseitig ergänzen und unterstützen, um innovative Lösungen nachhaltig zu entwickeln und Aufgaben und Verantwortung sinnvoll zu verteilen. Dafür können zivilgesellschaftliche Akteur:innen auch frühzeitig in Arbeitsgruppen, Abstimmungen über Bewertungsschemata, Ausschreibungen und Projektkonzeptionen eingebunden werden. Das bedeutet für Kommunen auch, Gestaltungsspielraum abzugeben (und ihn gleichzeitig zu erweitern) und ihren Bürger:innen Vertrauen zu schenken. Das schafft Verbundenheit zur Region und fördert Engagement vor Ort.

**Man vermutet immer, öffentliche Institutionen müssten bestimmte Dinge tun. Manche Dinge sind dort aber schlecht aufgehoben, weil die notwendigen Rahmenbedingungen für das Ausprobieren nicht gegeben sind, die Toleranz und Fehlerkultur beinhalten. Ich persönlich glaube, dass Transformation gemeinsam mit gesellschaftlichen Strukturen, das heißt mit Vereinen oder Initiativen, leichter gelingt als durch Verwaltungen allein.**

**Helmut Ramsauer**  
Gründer Silicon Vilstal

**Wichtig für mich als Kommune, als Bürgermeister, ist auch immer das Feedback, das man dadurch bekommt von den Menschen. Das finde ich ganz charmant, zu sagen: „Schau, daran haben wir noch gar nicht gedacht, und das müssen wir beim nächsten Mal mit einarbeiten.“**

**Josef Reff**  
Bürgermeister Geisenhausen

### AKTIONSPOTENZIALE

- Innovative Projektvorhaben und langfristige kommunale Planungen können sich sinnvoll ergänzen
- Kurzfristige und niederschwellige Beteiligungsangebote vor Ort werden möglich
- Austausch mit anderen Regionen durch überregionale Netzwerke kann entstehen
- Erfahrungswissen und Bedarfe vor Ort werden gesammelt
- Neue Sichtbarkeit der Kommune/Region in zivilgesellschaftlichen und überregionalen Netzwerken
- Alternative Fördermöglichkeiten zu regionaler Entwicklungsförderung

### GÜNSTIGE AUSGANGSBEDINGUNGEN

- Wirkung, Themenschwerpunkte und Handlungsfelder als überschneidende Aufgaben der Beteiligten definieren
- Person(en) aus der Zivilgesellschaft als Schnittstellenfunktion zur Zusammenarbeit ermächtigen
- Person(en) aus der Verwaltungsstruktur als Schnittstellenfunktion zur Zusammenarbeit ermächtigen
- Regelmäßige interdisziplinäre Austauschformate etablieren, um gemeinsame Gestaltungsräume und Aufgabenprofile auszuloten
- Fachbeiräte und Unterstützer:innenkreise gründen
- Budget für Projektvorhaben zivilgesellschaftlicher Initiativen im kommunalen Haushalt verankern

## Zum guten Beispiel werden

Silicon Vilstal ist überzeugt, dass lokale Initiativen besonders interessant für Fördernde sind, wenn sie gleichzeitig regional wirksam und überregional vernetzend agieren. Als „gutes Beispiel“ für überregionale, fachspezifische und auch EU-weite Themenschwerpunkte werde ein Vorhaben eher als förderwürdig angesehen.

Helmut Ramsauer hat die Erfahrung gemacht, dass in Fachkreisen oft die lokale Verankerung fehle und der reale Bezug. Aus diesem Grund gebe es bei Fördernden einen großen Bedarf, das vorhandene Geld sinnvoll und konkret vor Ort einzusetzen und dafür lokale Anknüpfungspunkte zu finden.

**Wir sind halt eine ungewöhnliche Kombination: runter zu lokal und regional, wirksam, und quer rüber vernetzend.**

**Helmut Ramsauer**  
Gründer Silicon Vilstal



### KOMMUNIKATION UND DOKUMENTATION

Eine Initiative, die regelmäßig Projekte vor Ort umsetzt, könne durch regelmäßige Präsenz und öffentlichkeitswirksame Dokumentation eine „natürliche Glaubwürdigkeit“ erlangen, ist Helmut Ramsauer überzeugt. Die Dokumentationen (fotografisch oder textbasiert) können als Referenzen für Fördergebende oder Fachpartner:innen eingesetzt werden. Diese Anschauungsbeispiele machen es leichter, Argumentationen für Trägerstrukturen zu schaffen und offizielle Unterstützung für dauerhafte Angebote zu gewinnen. Sie bilden die Basis für darauf aufbauende Vorhaben und steigern das Vertrauen in das Potenzial der Initiative.

#### Eigene Berichterstattung über alle Projekte für unterschiedliche Zielgruppen erstellen. Fotos und Texte erstellen für

- Beiträge auf der Website
- Posts in den sozialen Medien
- Jahresberichte als Gesamtüberblick über die Aktivitäten
- Pressemitteilungen (eine lokale Version und eine Version für Fachpublikum, empfiehlt Silicon Vilstal)

#### Einheitliche Selbstdarstellung entwickeln und einsetzen

- Layout / CI (Corporate Identity)
- Website
- Kleine Broschüre als professionelle Visitenkarte für Fachleute und Institutionen als Überblick über Ziele und Aktivitäten
- Für lokale Aktionen Postkarten/Flyer zur Auslage in Geschäften und gut sichtbare Plakate oder Banner
- Einheitliche kurze Selbstdarstellung („Elevator Pitch“) für die Initiative kreieren, sodass alle Beteiligten in wenigen Sätzen erklären können, worum es geht

#### Externe Berichterstattung aktivieren

- Lokale Presse einladen und informieren
- Öffentlichkeitswirksame Aktionen (bspw. mit lokalen Politiker:innen)
- Teilnahme an Studien als „gutes Beispiel“
- Teilnahme an Wettbewerben
- Teilnahme an digitalen „Hackatons“
- Bewerbung für Preise und Auszeichnungen

👉 **S. 50-53** Wegweiser / Auf jeden Fall etwas machen

👉 **S. 78-84** Wegweiser / Strukturen aufbauen ist mehr als Geld einsammeln

👉 **S. 71-75** Wegweiser / Handlungsradius erweitern



**Ich sehe unseren Ort als Versuchsfeld. Ein weites Feld, auf dem jeder mal etwas anpflanzen darf und schaut, ob es wächst und gedeiht. Der ausprobierende Charakter weckt positive und kritische Resonanzen, weil Hoffnungen und Erwartungen individuell und damit unterschiedlich sind.**

**Josef Reff**

Bürgermeister Geisenhausen

Innovationen und Start-ups in ländliche Gebiete zu bringen, scheitert oftmals an fehlenden Zugangswegen. Hier können lokale Initiativen aktiv werden und als Vernetzung agieren.

Silicon Vilstal versteht ihre Region als „Reallabor“, in dem Innovationen ausprobiert werden können. Ziel ist es, Start-ups und Gründungen einzuladen, damit sie ihre Vorhaben vor Ort ausprobieren. Die Initiative bietet als Regionalpartnerin neue Zugangswege in ländliche Gebiete für Start-up-Teams, die hier erste echte Erfahrungen

mit potenziellen Kund:innen sammeln können. Die Bürger:innen und Unternehmen der Region lernen dabei zukunftsweisende Vorhaben kennen. Als Schnittstelle übersetzt die Initiative zwischen überregionalen Start-up-Netzwerken, den konkreten Projektideen der Start-ups, lokalen Unternehmen und den Rahmenbedingungen lokaler Infrastruktur. Nach einer intensiven Begleitung der Start-ups in der Anfangsphase können diese ihr Vorhaben selbstständig umsetzen, die Initiative steht als Ansprechperson zur Verfügung.

- Initiative wird zur Plattform für Gründungsideen
- Region wird zum Ausprobierumfeld
- Kontaktaufnahme zu lokalen Hochschulen oder Universitäten, die Innovationen fördern
- Einbindung von Start-up-Netzwerken
- Initiative ist Lotsenpunkt für Start-ups und Gründer:innen.
- Ein „Start-up-Katapult“ und damit verbundene Coachingangebote für Start-ups fördern Ideen in ihrer Entwicklung
- Initiative ist Übersetzerin zwischen unterschiedlichen Interessengruppen aktiv

**Wir haben zunehmend Stiftungen als Unterstützer:innen, für die nur bundesweit relevante Themen überhaupt wahrnehmbar sind. Wenn wir sagen: „Wir machen das hier für das Dorf“, dann sagen die: „Schön, toll, aber nicht mit uns.“ Diesen Partner:innen geben wir Ausprobier-Umfelder, Credibility, Überregionalität und das Gefühl, dass ihre Mittel gut aufgehoben sind.**

**Helmut Ramsauer**

Gründer der Silicon Vilstal

## Mitmachen ermöglichen

Wenn das Machen im Zentrum steht, werden Projekte nicht nur schnell umsetzbar, sondern Beteiligte lernen sich im Tun gegenseitig kennen und sammeln gemeinsame Erfahrungen. Das stärkt das gegenseitige Vertrauen, die Glaubwürdigkeit und das Wissen um Gelingensbedingungen für das Vorhaben. Das gemeinsame Tun macht Lust auf die Entwicklung neuer Ideen, weil der Prozess lebendig bleibt und nicht in Absprachen, Planungen und verwaltenden Strukturen versiegt.

Die konkrete Erfahrung, etwas beitragen zu können, sich aber gleichzeitig nicht für die Ewigkeit zu verpflichten, sondern einfach mal mitzumachen, kann motivieren, auch langfristig miteinander an einer gemeinsamen Sache zu arbeiten. Damit Motivation und die Bereitschaft entstehen, für ein Vorhaben die eigene freie Zeit gern einzusetzen, müssen deshalb unterschiedliche Angebote zum Mitmachen gestaltet und geteilte Erfolge erfahrbar und sichtbar werden. Unterschiedliche Personengruppen haben vielfältige und individuelle Motivationen, die sie antreiben, um ein Projekt zu unterstützen. Und doch besteht das geteilte Ziel, etwas gemeinsam auf die Beine zu stellen.

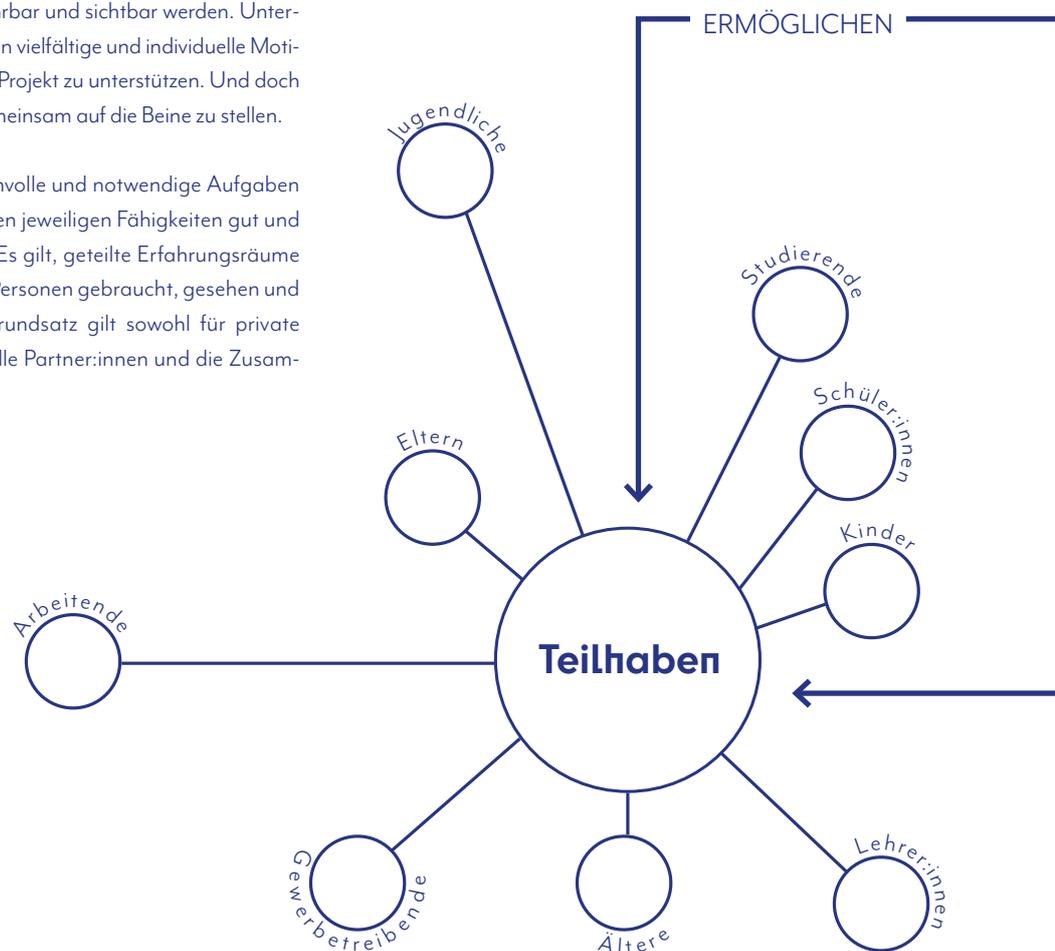
Es geht darum, verständliche, sinnvolle und notwendige Aufgaben zu verteilen, die Menschen mit ihren jeweiligen Fähigkeiten gut und selbstwirksam umsetzen können. Es gilt, geteilte Erfahrungsräume zu schaffen, in denen engagierte Personen gebraucht, gesehen und wertgeschätzt werden. Dieser Grundsatz gilt sowohl für private Kontakte als auch für professionelle Partner:innen und die Zusammenarbeit mit Institutionen.

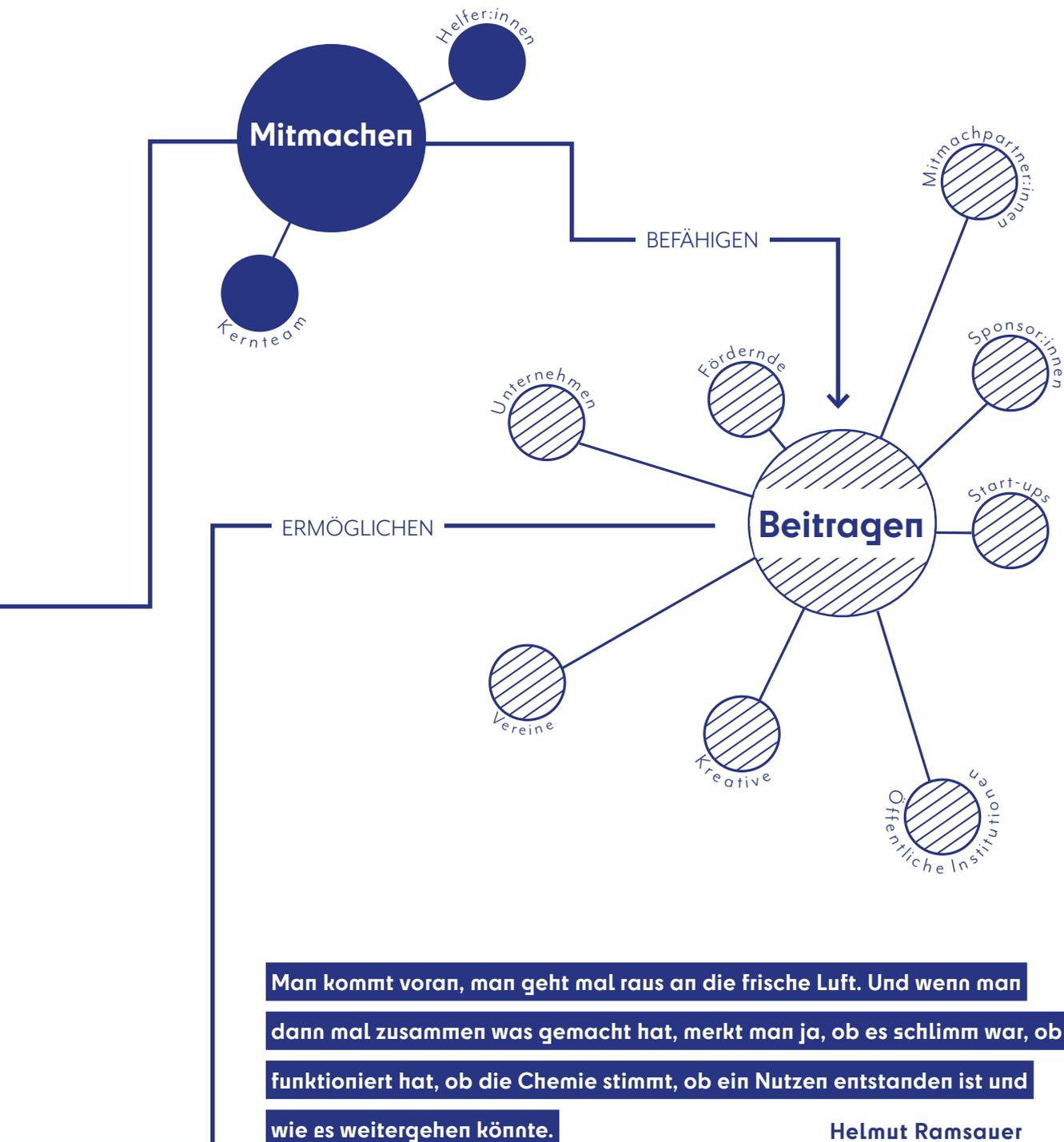
Das bedeutet für eine koordinierende Initiative, Beweggründe von Personen zu erkennen, die sie zum Mitmachen bewegen. Und wenn sie schon mal mitgemacht haben, nachzufragen: Was bräuchte diese Person, um weiter mitzumachen oder auch eine verantwortlichere Aufgabe zu übernehmen? Man lernt sich gegenseitig näher kennen und kann darauf achten, welche Bedürfnisse Beteiligte für ihr Engagement ganz persönlich haben.

#schnell

#einfach

#konkret





- 👉 S. 90-95 Arbeitsmaterialien / Gesellschaftsspiel
- 👉 S. 96-97 Arbeitsmaterialien / Wirkungskreise
- 👉 S. 98-101 Arbeitsmaterialien / Unterstützungskreise



## AKTIONSFragen



### MOTIVATION

Auf welchem Vertrauens- und Kenntnislevel bewegen wir uns miteinander (ist unsere Initiative bereits bekannt oder stehen wir ganz am Anfang)? Wie können wir dieser Person oder Institution unser Vorhaben nahebringen und sie begeistern? Welches Interesse könnte sie haben, das Vorhaben zu unterstützen? Warum möchte sie teilnehmen/beitragen/mitmachen? Wie können wir dafür einen passenden Zugang anbieten?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



### RESSOURCEN

Welche Aufgabe könnte mein Gegenüber wirksam übernehmen und welche Kompetenz könnte die Person gut dafür einsetzen? Welche Möglichkeiten und Grenzen hat eine Privatperson oder Institution, um unser Vorhaben zu unterstützen?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## ÖFFENTLICHE AKTIONEN, DIE SPASS MACHEN

Es hat sich bewährt, verantwortliche Personen und Institutionen für ein Vorhaben zu gewinnen, die ein persönliches Interesse an den jeweiligen Themen haben. Die Bereitschaft, für gemeinsame Aktionen sichtbar zu sein und mit dem eigenen Namen oder Logo für eine Sache einzutreten, entwickelt eine starke Außenwirkung, die die Glaubwürdigkeit eines Vorhabens stärken kann.

Silicon Vilstal hat dafür öffentlichkeitswirksame Aktionsformate entwickelt, die das gemeinsame Erleben und den Spaß an der Sache in den Vordergrund stellen und Neugier wecken. Dies ist ein wichtiger und oft unterschätzter Motivationsfaktor, auch für politische Repräsentant:innen, um an einer Aktion teilzunehmen.

**Meine Arbeit mache ich aus Überzeugung, und dann stehe ich auch persönlich dazu.**

**Und wenn da etwas per Lastenrad verteilt werden kann, dann ist das doch eine super**

**Sache, und dann zeige ich auch, dass ich das gut finde. Und als Bürgermeister sollte**

**man immer als gutes Beispiel vorangehen.**

**Josef Reff**

Bürgermeister Geisenhausen



### Lastenradlieferservice

Um auf das Angebot aufmerksam zu machen, wurden öffentlichkeitswirksame Aktionen unter Einbezug der lokalen Presse umgesetzt. Die ersten Einkäufe waren für die Bürger:innen kostenlos, da die Gemeinde dafür ein Budget zur Verfügung gestellt hatte. Für die Auftaktaktion hat der Bürgermeister Menschen aus dem Ort mit dem Lastenrad und den bestellten Waren vom lokalen Wochenmarkt beliefert. Das sorgte für Aufmerksamkeit und Spaß bei allen Beteiligten.



### Mitfahrhaltestelle

Die lokalen Bürgermeister:innen der beteiligten Kommunen fahren zum Eröffnungstag mit einem Auto an die Haltestelle und nehmen Menschen mit. Die Presse wird eingeladen und begleitet die Aktion. Mitfahrende kommen dabei direkt mit politischen Verantwortlichen bei der Autofahrt ins Gespräch und die Sichtbarkeit des Angebots steigt.

**Die Vorstellung vom Bürgermeister mit Fahrradhelm auf dem Lastenrad, das ist schon**

**besonders. Vor allem, weil es dann nicht diese typischen Bilder gibt, auf denen jemand**

**die Hand schüttelt und das Geld übergibt, sondern gezeigt wird, dass die Bürgermeister:innen**

**menschlich sind.**

**Natascha Brunner**

Projektleitung „Ortsmitte 2.0“ Silicon Vilstal

👍 **S. 25-29** Projekte / Lastenradlieferservice

👍 **S. 41-43** Projekte / Mitfahrhaltestelle

## Einfache Entscheidungen ermöglichen

Für die wirksame Umsetzung von Projekten hat es sich bewährt, gerade zu Beginn eines Vorhabens von finanziellen Anfragen abzusehen und stattdessen alternative Beteiligungsformen für Kommunen, Institutionen und Repräsentant:innen anzubieten. Geldentscheidungen sind meist bürokratisch aufwendiger und mit Rechtfertigungsstrukturen verbunden. Um als Empfängerin für finanzielle Mittel in Betracht zu kommen, ist es hilfreich, zunächst ins Machen zu kommen, das eigene Vorhaben zu dokumentieren und dies anschließend als Argumentationsgrundlage zu nutzen. Eine kommunale Verwaltung ist in ihren Entscheidungsmaßstäben

oft gebunden an langfristige Planungsprozesse. Aus diesem Grund sind Entscheidungen zugunsten einer Initiative dann einfach, wenn deren Ziele mit den eigenen Vorhaben übereinstimmen. Dafür lohnt es sich zu recherchieren, ob es bereits ein ISEK (Integriertes Städtisches Entwicklungskonzept), IKEK (Integriertes Kommunales Entwicklungskonzept) oder weitere Planungen für die Entwicklungen der Region (LEADER, ELER) gibt, um die damit verbundenen Zielsetzungen mit den eigenen Ideen abzugleichen. So lassen sich Argumente für die Unterstützung des Vorhabens sammeln.

👉 **S. 54-55** Wegweiser / Verwaltung und Zivilgesellschaft auf Augenhöhe



**Wir versuchen, sehr niederschwellig zu sein, sodass der:die Bürgermeister:in spontan sagen kann: „Ja gut, klar, das machen wir.“ Gerade bei Kommunen haben wir anfangs nie gesagt: „Gebt uns bitte Geld, damit wir etwas machen können.“ Wir haben gesagt: „Wir machen ein Festival und ihr seid eingeladen, euch zu beteiligen, zum Beispiel durch einen Vortrag oder die Eröffnungsrede. Und könnte uns der Bauhof mit einem Transportfahrzeug unterstützen?“ Also ganz praktische Sachen, die auch entscheidungstechnisch sehr einfach sind.**

**Helmut Ramsauer**  
Gründer Silicon Vilstal

## └ ALTERNATIVE UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE

Diese Varianten funktionieren nach dem einfachen Entscheidungsprinzip und bedeuten (in-)direkte Unterstützung für das Vorhaben, weil die Sichtbarkeit gestärkt und das Netzwerk erweitert wird. Es ist günstig, wenn sie in bereits bestehende Abläufe der Institution oder den Arbeitsalltag der Person eingebunden werden können und keinen zusätzlichen Verwaltungsaufwand verursachen.

- Eine Begrüßungsrede oder ein Vortrag durch Vertreter:innen der Gemeinde, des Landkreises oder einer Fachperson für ausgewählte Themenschwerpunkte
- Logo der unterstützenden Institutionen zur Stärkung der Glaubwürdigkeit des eigenen Vorhabens (print und digital)
- Versand von Newslettern und postalische Versendungen
- Auslage von Flyern etc.
- Ankündigungen auf Websites und per Social Media
- Personal zur praktischen Unterstützung des Projekts (z.B. Verwaltungsaufgaben, IT-Firma stellt Expert:in zur Einrichtung von Servern, Kanzlei unterstützt bei Verträgen etc.)
- Logistik  
Der Bauhof einer Gemeinde ist eine wichtige kommunale Partnerstruktur für eine Initiative. Das Vorhaben wird nicht nur wirksam beim Aufbau von Veranstaltungen und Equipment unterstützt, sondern auch das gemeinsame Tun während einer Aktion wirkt vertrauensbildend für die zukünftige Zusammenarbeit zwischen kommunaler Verwaltung und zivilgesellschaftlicher Initiative.
- Sponsoring  
Lokale Firmen sind gern bereit, einzelne Materialien wie einen Teppich für einen Kindergarten oder ein Konzert der Blasmusiker oder einen Turnverein zu finanzieren – weil ihre Unterstützung klar sichtbar und auf eine zuordenbare Sache fokussiert ist. Aus „Employer-Branding-Sicht“ werde damit der Standort zudem attraktiv für neue Mitarbeiter:innen, sagt Ramsauer. Deshalb seien Firmen sehr interessiert, einzelne Posten für Initiativen vor Ort zu unterstützen. Das Gute am Sponsoring sei, dass die Initiative über die Mittel frei verfügen könne – im Gegensatz zu staatlichen Mitteln oder solchen aus Förderprogrammen, bei denen die Verwendung der Mittel klar definiert sei.

👉 **S. 56-57** Wegweiser / Zum guten Beispiel werden

👉 **S. 78-84** Wegweiser / Strukturen aufbauen ist mehr als Geld einsammeln

👉 **S. 98-101** Arbeitsmaterialien / Unterstützungskreise

## Kernteam mit Radius



### Steuerung / interne Koordination

Leitung und Geschäftsführung:

- > Konzeptionelle, inhaltliche und strategische Leitung
- > Hauptverantwortliche Ansprechperson/en für die Initiative
- > Internes Kontaktmanagement

Tagesgeschäfts-Chef:in für Verwaltung, Finanzen und Organisation:

- > Rechnungen/Kontoführung
- > Buchhaltung/Bilanz (Steuerkanzlei)
- > Versicherungen
- > Rechtsfragen
- > Projektabrechnungen/Berichtswesen
- > Einhalten von Richtlinien der gUG



### Außenwahrnehmung stärken

Presse, Social Media & Marketing

- > Pressemeldungen, Medienkontakte, Pressekonferenzen
- > Berichterstattung Contentproduktion
- > Websitebetreuung
- > Filmteams betreuen (+ Drehplan)
- > Social-Media-Kanäle betreuen
- > Konzeption und Umsetzung von einheitlichem Design, einheitlicher Grafik/Gestaltung für Print (Logo, Flyer, Plakate, Anzeigen für Zeitungen) und digital (Newsletter, Website, Social Media) sowie für T-Shirts und Banner

Programmkoordination & Veranstaltungen

- > Konzeptentwicklung für die Veranstaltungen
- > Gewinnung und Betreuung der Mitmachenden
- > Programm/Zeitplan ausarbeiten
- > Erstellung Veranstaltungsunterlage
- > Abstimmung Räumlichkeiten
- > Nachbereitung der Veranstaltungen



### Ressourcen gewinnen

Fundraising und Netzwerkarbeit

- > Gewinnung von finanziellen und immateriellen Unterstützungsmöglichkeiten
- > Vernetzung und Pflege bestehender Kontakte
- > Gewinnung von neuen Partnerschaften und Unterstützer:innen
- > Förderanträge/Wettbewerbe (Land, Bund, EU, Unternehmen/Stiftungen)

Service & Logistik

- > Shuttleservice
- > Koordination von Übernachtungen
- > Auf- und Abbau
- > Materialien besorgen
- > Raumkoordination
- > Entwicklung von Hygiene- und Sicherheitskonzepten
- > Koordination der Event-Unterstützung



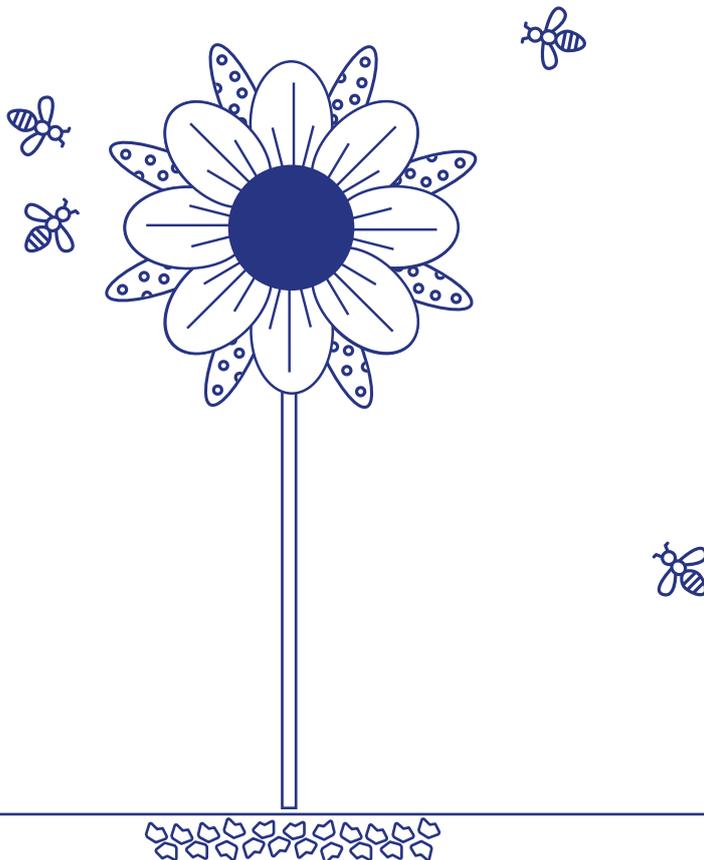
### Punktuelle Unterstützung

- > Shuttleservice
- > Auf- und Abbau
- > Verpflegung
- > Infostand
- > Telefonieren
- > „Traumjob“ ausprobieren
- > Fotografie
- > Grafik



Es braucht einen Mindestgrößen-Nukleus, der die Mission klar hat. Ideen werden geboren, wachsen und installieren sich über Personen. Hinter jeder Idee muss eine Person stecken – und bei der Umsetzung genauso. Wenn ich etwas umsetzen will, brauche ich immer eine Person, sprich: eine:n Hutträger:in, die/der einfach mit dabei ist, und den Ehrgeiz hat, das auf die Füße zu bringen. Hast du die Person nicht, wird vieles nicht umsetzbar sein.

**Helmut Ramsauer**  
Gründer Silicon Vilstal



Ressourcen

👉 **S. 98-101** Arbeitsmaterialien / Unterstützungskreise  
👉 **S. 102-103** Arbeitsmaterialien / Kernteam mit Radius

Um die Stabilität der Organisation als Funktionsstruktur zu gewährleisten, ist es notwendig, langfristig ein festes Kernteam zu etablieren mit Aufgabenbereichen, die personenunabhängig und hauptamtlich gestaltet sind. Es braucht dafür Ansprechpersonen mit verschiedenen Fähigkeiten und auch nach außen klar erkennbare Rollenzuweisungen. Das gibt Flexibilität für nicht planbare Aktivitäten. Aufgabenspezifische Rollenzuweisungen sind aus unterschiedlichen Perspektiven sinnvoll und nützlich: innerhalb einer Organisation aufgrund der Rollenklarheit und nach außen

wegen der Glaubwürdigkeit. Es mache einen Unterschied, dass jemand „so ein Amt“ hat, betont Helmut Ramsauer. Damit werde das Ganze personalisiert und mit Verantwortlichkeiten verbunden, da einzelne Personen aussagefähig sind und als Entscheidungsträger:innen für die Sache einstehen. Personen, die mit Tätigkeitsprofilen verbunden sind, verkörpern dabei auch eine Stabilität, Verlässlichkeit und Ernsthaftigkeit in einer Initiative. Das wirkt auch über die Einzelperson hinaus, da das Profil bei personellem Wechsel weiterhin ausgefüllt werden kann.



## ANSPRECHPERSONEN UND SCHNITTSTELLENFUNKTIONEN ETABLIEREN

**Das kann man nicht top-down verordnen. Und da braucht es glaubwürdige Schnittstellenpartner:innen. Deswegen ist es wichtig, nicht alles bei der Verwaltung anzudocken. Aber in der Verwaltung muss auch eine Schnittstelle sein, und die muss so viel Macht haben, dass dann auch Dinge anders gemacht werden.**

**Markus Sauerhammer**

Landwirt & Gründungsvorstand SEND e.V.

Wenn eine Initiative gestaltend in einer Region aktiv wird, kann es sinnvoll sein, gleichrangige Aufgabenprofile zwischen Zivilgesellschaft und Verwaltung zu entwickeln, um auf Augenhöhe handlungsfähig zu werden. Dafür ist es hilfreich, auch gleichwertige

Bezeichnungen der Tätigkeitsfelder vorzunehmen, um strukturelle Gleichgewichte, auch in Bezug auf Befugnisse, Machtverhältnisse und Entscheidungskompetenzen auszuloten (z.B. „Leitung“, „Projektmanagement“, „Koordination“ etc.).

**Viele Institutionen, mit denen wir zusammenarbeiten, ticken hierarchisch. Und es ist wichtig, das zu beachten. Für die Ansprache fragen wir uns: Ist es jemand, der aufgeschlossen, proaktiv und unternehmerisch ist? Ist es jemand, der persönlich direkt mit uns agiert und das Vorhaben auf Augenhöhe mit uns aushandelt? Dafür braucht es auch auf unserer Seite Leitungsfunktionen.**

**Helmut Ramsauer**

Gründer Silicon Vilstal

 **S. 54-55** Wegweiser / Verwaltung und Zivilgesellschaft auf Augenhöhe

## PROJEKTMANAGEMENT

### Kommunale Verwaltung

Die Stelle der Projektmanagements der Marktgemeinde Geisenhausen wird anteilig von der Kommune und aus Mitteln der Städtebauförderung finanziert. Ihre Aufgabe ist es, fachliche Projekte zur Entwicklung der Ortsmitte in der Kommune anzuschließen und umzusetzen, die investitionsvorbereitender Art sind. Für ihre

Aktivitäten wird in gemeinsamer Absprache ein jährlicher Aktionsplan konzipiert, der im Gemeinderat vorgestellt und beschlossen wird. Die Art der Umsetzung ist weitgehend frei zu gestalten, so dass auch spontane Projektideen aus der Zivilgesellschaft unterstützt werden können.

### Aufgaben

- Schnittstelle zwischen Politik, Verwaltung, Bürger:innen, Geschäftsleuten und Initiativen
- Projektdurchführung: „Selbst die Ärmel hochkrempeln und umsetzen“
- Kommunikation und Kontaktvermittlung, „also nicht nur Gutes tun, sondern auch darüber sprechen“
- Öffentlichkeitsarbeit: Aktionen planen

### Zivilgesellschaftliche Initiative

Im Jahr 2021 wurde mit Beginn der Pilotphase eine Projektleitung für „Ortsmitte 2.0“ etabliert. Diese Funktion wurde an eine Praktikantin im Rahmen des Masterstudiums übergeben. Das Aufgabenprofil ist heute als Teilzeitstelle (remote und vor Ort) organisiert. Die Hauptaufgabe besteht im Knüpfen von regionalen Netzwerken und

Kontakten und dem Ermöglichen von Handlungsräumen für Engagierte, Start-ups und Fachpartnerschaften. Operativ besteht dafür große Entscheidungsfreiheit, die durch den Rückhalt im Team abgesichert wurde. Inhaltlich erfolgten regelmäßige und enge Absprachen mit der Leitung der Initiative.

### Aufgaben

- Interaktion und Koordination der verschiedenen Netzwerkpartner:innen (Kommune, Vereine, Unternehmen, Start-ups, lokale Bevölkerung etc.), Kontaktaufnahme mit Partner:innen, Terminabsprache
- Realisierung von geplanten Funktionen: Konzeption und Durchführung in Zusammenarbeit mit Partner:innen
- Kontaktaufnahme mit Partner:innen, Terminabsprache
- Finanzierung: Förderanfragen und Interessenbekundungen
- Öffentlichkeitsarbeit: Aktionen planen

**Ich glaube, es ist wichtig, dass der Bürgermeister hinter der Aktion steht und die Bereitschaft hat, dass die Hürden möglichst niedrig werden für Leute, die Ideen haben. Da bedarf es auch kurzer Wege, um mal zu sagen: Das probieren wir jetzt einfach, wenn's nicht grad rechtlich ein Riesenproblem darstellt.**

**Josef Reff**

Bürgermeister Geisenhausen

**S. 62-63** Wegweiser / Einfache Entscheidungen ermöglichen

**S. 90-95** Arbeitsmaterialien / Gesellschaftsspiel



## NEUE TEAMMITGLIEDER WILLKOMMEN HEISSEN („ONBOARDING“)

Wenn eine Person neu im Team ankommt, ist es wichtig, diesen Menschen gut zu empfangen und zu begleiten. Das ist nicht nur aufgabenspezifisch sinnvoll, um Übergänge zu gestalten und Wissen weiterzugeben, sondern auch, um die Zusammenarbeit im Team von Anfang an auf vertrauensvoller Ebene zu gestalten.

### Was tun

- Persönlicher Empfang/Patenschaft. Eine erfahrene Person aus dem Team begleitet und ist bei Fragen ansprechbar.
- Einführung und Übersicht über Aufgabenprofile; Informationen über die Organisation – wie tickt eigentlich das Team? Nicht vergessen: Implizites/Internes Wissen über die Organisation teilen, das hilfreich sein kann, um unausgesprochene Regeln und „Fettnäpfchen“ kennenzulernen.
- Einrichtung von Accounts für E-Mail/Website / weitere digitale Plattformen
- Übersicht geben über Verträge, Vertraulichkeitsfragen (DSGVO) und Versicherungen (bspw. Gruppenunfallversicherung) der Organisation
- Kennenlernen der anderen aktiven Personen in unterschiedlichen Settings: zugewandte Einführung der neuen Person in die bestehenden Kreise und damit verbunden Vor- und Nachbereitung der Treffen
- Hardware (Computer, Telefon etc.) übergeben
- Einweisung in digitale und analoge Ablagesysteme. Wie arbeiten wir gemeinsam und welche Strukturen und Abläufe muss die Person kennen, um eigenständig arbeiten zu können?
- Übergabe von Schlüsseln und Vertrautmachen mit Räumlichkeiten



## KONTAKTE PFLEGEN UND ORGANISIEREN (CRM)

Ein sogenanntes CRM (Customer Relationship Management) System ist ein Programm, mit dem Kontaktdaten von unterschiedlichen Organisationen und Personen strukturiert und inhaltlich zugeordnet für die eigene Initiative sortiert werden können. Ein Teil der Daten sind Stammdaten wie Vorname, Nachname und Adresse. Der Unterschied zu einer Kontaktliste ist, dass die Kontakte in Gruppen eingeteilt und nach Interessengebieten oder institutionellem

Hintergrund sortiert werden können (z.B. „Kernteam“, „Fördernde“ oder „Newsletter-Abonnenten“). Darüber hinaus können bestimmte Merkmale oder Markierungen vergeben werden, die die Person spezifisch zuordnet, beispielsweise in eine Berufs- oder Interessengruppe. So können zielgerichtet bestimmte Gruppen kontaktiert werden, die für eine konkrete Aktion relevant sind.

#Kernteam

#Fördernde

#Newsletter-Abonnement

#Logistik

#Unternehmen

#Politik

#Kultur

#Bildung

#Workshop

#Landkreis

#Land

#Bund

**Wenn man sich erstmals im Leben am Stammtisch zusammensetzt und sagt „Wir könnten doch was für unser Dorf bewirken“, dann wäre wahrscheinlich nicht der erste Punkt auf der Liste, ein CRM-System einzuführen. Aber ich kann nur allen Initiativen raten, möglichst früh eine zentrale strukturierte Kontaktdatenbasis zu schaffen. Sonst verbringt man irgendwann einen Abend damit, E-Mail-Adressen für eine Dankesmail zusammenzukopieren.**

**Helmut Ramsauer**  
Gründer Silicon Vilstal

## Ehrenamt und Hauptamt wertschätzend unterscheiden

Ehrenamtliches Engagement ist freiwillig gegebene Zeit, die maßgeblich von der Motivation und den persönlichen Lebensumständen und -bedingungen abhängt. Hauptamtliche Aufgaben werden vergütet, sind institutionell eingebunden und haben bestenfalls ein klares Aufgabenprofil, das den Handlungsrahmen feststeckt. Damit ein Vorhaben funktioniert, müssen viele Rädchen ineinandergreifen – und dabei ist es genauso wichtig, dass Bierische angeliefert, Eintrittskarten abgestempelt oder Gästelisten geführt werden, wie dass Bands organisiert und die Rede des:der Bürgermeister:in eingeplant werden.

Ehrenamt und Hauptamt sollten in ihrer Unterschiedlichkeit anerkannt, jeweils passende Aufgabenprofile und dafür unterschiedliche Wertschätzungsformen (Gehalt, Honorar, Aufwandsentschädigung, Sichtbarkeit, freier Eintritt, Dankeskarte, Teilnahme an Veranstaltungen etc.) gefunden werden. Was passend ist, kann individuell unterschiedlich sein – das gilt es achtsam herauszufinden durch Gespräche und gemeinsame Erfahrungen. Das Sprechen über Bedürfnisse und Bedarfe fördert auch langfristig das Vertrauen und die Bereitschaft zur Unterstützung des Projekts.

**Das Kernteam ist, etwa hälftig inzwischen, ehrenamtlich und geringfügig beschäftigt – wobei das natürlich auch schon Engagement ist. Wir orientieren uns am Mindestlohn. Da muss man immer auf die Balance achten. Der Unterschied ergibt sich daraus, dass die, die geringfügig angestellt sind, eine höhere Zeitverpflichtung haben. Wenn jemand der Ehrenamtlichen keine Zeit hat, dann müssen wir das anerkennen. Also dann findet im schlimmsten Fall etwas nicht wie angekündigt statt.**

**Helmut Ramsauer**  
Gründer Silicon Vilstal

Wortgeschichtlich ist die Bezeichnung Honorar von dem lateinischen Wort *honōrārium* abgeleitet, das „Anerkennung für geleistete Dienste, Ehrensold, Belohnung“ bedeutet. Entlehnt dem lateinischen Verb *honōrāre* „ehren, auszeichnen, belohnen“ wurden angesehene Einwohner:innen als Honorator:innen bezeichnet. Das Wort *honorig* wurde als Äquivalent zu „ehrenhaft, anständig, freigebig, großzügig“ verwendet.<sup>5</sup> Ein angemessenes Honorar für eine geleistete Tätigkeit ist nicht nur nach Artikel 23, Absatz 3 der Menschenrechtscharta das Recht auf „gerechte und befriedigende Entlohnung“, sondern ist als Form der Anerkennung der Tätigkeit von Personen zu verstehen. Gemeinwohlorientierung bedeutet, sich der Herausforderung, Haupt- und Ehrenamt wertschätzend zu unterscheiden, achtsam und kritisch zu stellen. Für stetige Aufgabenbereiche sollten, wenn möglich, auch längerfristige Beschäftigungsverhältnisse (unbefristetes oder befristetes Angestelltenverhältnis, Minijob) gefunden werden, die eine Entwicklung und Verstetigung

dieser Struktur ermöglichen. Personen sind dadurch nicht nur finanziell, sondern auch sozial abgesichert und können diese Stabilität in der Ausführung ihrer Rolle vermitteln. Das stärkt auch die Glaubwürdigkeit der Institution nach innen und außen. Diese personenunabhängigen Arbeitsfelder charakterisieren und verstärken sich durch Einzelpersonen, die dieses Aufgabenfeld verkörpern und ausgestalten können. Bei geringen finanziellen Mitteln kann es sinnvoll sein, mit einem Minijob/Midijob zu starten und diesen nach und nach in Richtung eines unbefristeten Beschäftigungsverhältnisses zu entwickeln. Verbindlichkeit und Zutrauen durch eine Institution und ihre Strukturen schafft auch Zuversicht für Mitwirkende und macht Motivation, um sich aktiv einzubringen. Veränderlichere Aufgabenprofile können je nach Projekt durch unterschiedliche Personen ausgefüllt werden. Wenn für diese Dienstleistung (z.B. Grafik, Moderation, Workshopangebot etc.) ein Honorar gezahlt werden kann, ist maßgeblich darauf zu achten, ob die Funktion un-

<sup>5</sup> Vgl. [www.dwds.de/wb/Honorar](http://www.dwds.de/wb/Honorar), letzter Aufruf: 1. Juni 2023

ter Voraussetzung einer professionellen Qualifikation geleistet wird und welche Verantwortungsbereiche (Mitarbeitende, Reichweite von Entscheidungen, Komplexität etc.) das Aufgabenfeld umfasst. Darüber hinaus gilt es, die individuellen persönlichen Umstände der zu honorierenden Person zu bedenken, zum Beispiel ob sie als selbstständig arbeitende Person mit Honoraren ihren Lebensunterhalt im Vollerwerb bestreitet oder ob sie die Tätigkeit zusätzlich zu einem Basiseinkommen im Nebenerwerb leistet. Dementsprechend kann eine persönliche und damit individuelle Kalkulation eines

Honorars angemessen sein. Auch Praktikant:innen und Bundesfreiwilligendienstler:innen können Vorhaben gelingend unterstützen und dabei gleichzeitig neue Arbeitserfahrungen sammeln. Wichtig ist dabei, für diese Mitarbeit Zeit für die persönliche Begleitung, formale Unterstützung, zum Beispiel durch die Erstellung eines Abschlusszeugnisses und weitere alternative Honorierungsformen (siehe unten) fest einzuplanen. Dies gilt ebenso für regelmäßig ehrenamtlich Engagierte mit langfristigem oder kurzfristigem Aufgabenprofil.

## STETIGE AUFGABENPROFILE

Stetige Aufgabenprofile, die intern und extern sichtbar sind, fördern die Stabilität und Glaubwürdigkeit, da sie personenunabhängig gewährleistet werden. Sie charakterisieren und verstärken sich jedoch durch Einzelpersonen, die dieses Aufgabenfeld verkörpern und als persönliche Ansprechpersonen wichtig sind. Dafür sollten, wenn möglich, auch Beschäftigungsverhältnisse gefunden werden, die eine längerfristige Übernahme dieser Aufgabengebiete ermöglichen.

- Unbefristetes Angestelltenverhältnis
- Befristetes Angestelltenverhältnis
- Minijob
- Ehrenamtlich regelmäßig mit Aufgabenprofil

## VERÄNDERLICHE AUFGABENPROFILE

Veränderliche Aufgabenprofile können auch in beweglicheren Personenkonstellationen besetzt und honoriert werden:

- Freelancer:in
- Ehrenamtlich für einzelne Projekte
- Praktikant:in
- Bundesfreiwilligendienst

## ALTERNATIVE HONORIERUNGEN

- Ehrenamtszuschale/Aufwandsentschädigung
- Dankeskarte
- Namentliche Erwähnung in Dankesreden
- Einladungen zu wiederkehrenden Veranstaltungen
- Übernahme der Fahrtkosten
- Erstattung der Übernachtungskosten
- Essenscoupons
- Helfer:innen-T-Shirts
- Kostenfreie Teilnahme an sonst kostenpflichtigen Veranstaltungsangeboten wie Konzerten, Workshops etc.
- Namentliche Nennung in Veröffentlichungen
- Falls vorhanden, Logos in Veröffentlichungen aufnehmen
- Zeugnis oder Teilnahmebescheinigung ausstellen
- Teilnahme an Workshops/Weiterbildungen



👉 **S. 78-84** Wegweiser / Strukturen aufbauen ist mehr als Geld einsammeln

👉 **S. 90-95** Arbeitsmaterialien / Gesellschaftsspiel

👉 **S. 102-103** Arbeitsmaterialien / Kernteam mit Radius

## Handlungsradius erweitern

**Das Wichtige ist, dass die Dinge gut miteinander verzahnt sind. Silicon Vilstal ist da ein klasse Vorreiter. In anderen Regionen gibt es ja auch Initiativen, aber die docken doch nicht so stark an andere Netzwerke an.**

**Markus Sauerhammer**

Landwirt & Gründungsvorstand SEND e.V.

Vernetzend zu handeln bedeutet, sichtbar zu werden und ineinander verzahnt zu agieren, sodass ein Wissens- und Erfahrungsaustausch entstehen kann. Es geht darum, gemeinsame Lösungen statt Einzelangebote zu schaffen, um mit unterschiedlichen Kompetenzen stärkend zusammenzuarbeiten. So kann eine größere Wirkung einzelner Vorhaben entstehen, ohne dass Parallelstrukturen aufgebaut werden, die sich gegenseitig behindern. Transparenz und die damit verbundene Offenheit, Erfahrungen zu teilen, sind für diesen Prozess zentral. In einem Netzwerk, das über den Ort hinausreicht – ob thematisch, personell oder strukturell –, können vorhandene Strukturen hinterfragt und gemeinsame Lösungen entwickelt werden, die auch für andere übertragbar sein können. Gerade in

ländlichen Regionen kann sich die Suche nach Partnerstrukturen komplizierter gestalten, weil möglicherweise nicht alle Personen und Institutionen bereits vor Ort sind, die für ein gelingendes Vorhaben notwendig wären. Interdisziplinäre Netzwerke und überregionale Unterstützungskreise können die Wirksamkeit und Sichtbarkeit für eine Initiative multiplizieren und zugleich neue Impulse in den Ort hineinholen. Dafür gilt es, den Radius zu vergrößern und Verbindungslinien zu ziehen zu Handlungsfeldern anderer Akteursgruppen. So kann ein kleines Kernteam größere Projekte anschieben und umsetzen, die mehr personelle und strukturelle Kapazität erfordern, als aktuell vor Ort vorhanden ist.

**Wenn ich so an die ersten Jahre denke, da war das alles noch klein und fein. Und du hast jedes Jahr gemerkt: neue Gesichter, neue Leute. Plötzlich sind die Rahmenbedingungen ganz anders. Plötzlich hat sich jemand um Verkehr gekümmert, um die Abwicklung gekümmert. Da war eine Dynamik drin, das war spürbar, eindeutig spürbar.**

**Josef Reff**

Bürgermeister Geisenhausen

## UNTERSTÜTZUNGSKREISE

### Kernteam

- Kernteammitglieder (Teilzeit, geringfügig beschäftigt, ehrenamtlich)

### Lokal

- ◎ Lokale Unternehmen / Betriebe vor Ort (Sponsoring und Kooperationen)
- ◎ Bürgermeister:innen
- ◎ Unterstützung beim Festival, bei Workshops oder Aktionen durch Engagierte, Vereine, Künstler:innen etc.
- ◎ Lokale interessierte Einzelpersonen/Bevölkerung
- ◎ Kreativszene in der Region/Gründer:innen-Netzwerke
- ◎ Lokale Presse

### National

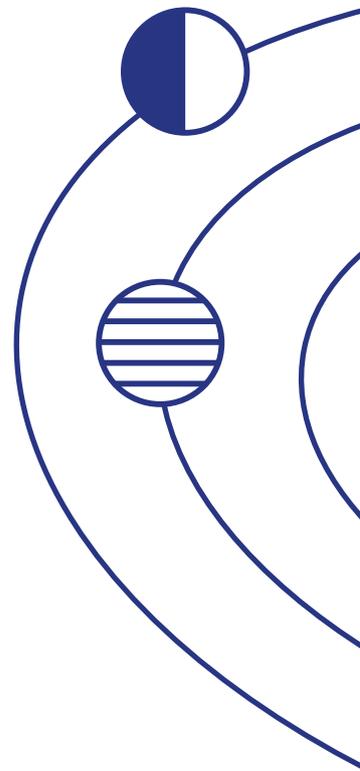
- ◎ Unternehmen und Start-ups (Kooperationen)
- ◎ Öffentliche Fördermittel für Projekte
- ◎ Stiftungen (Fördermittel, Coaching)
- ◎ Überregionale Presse

### International

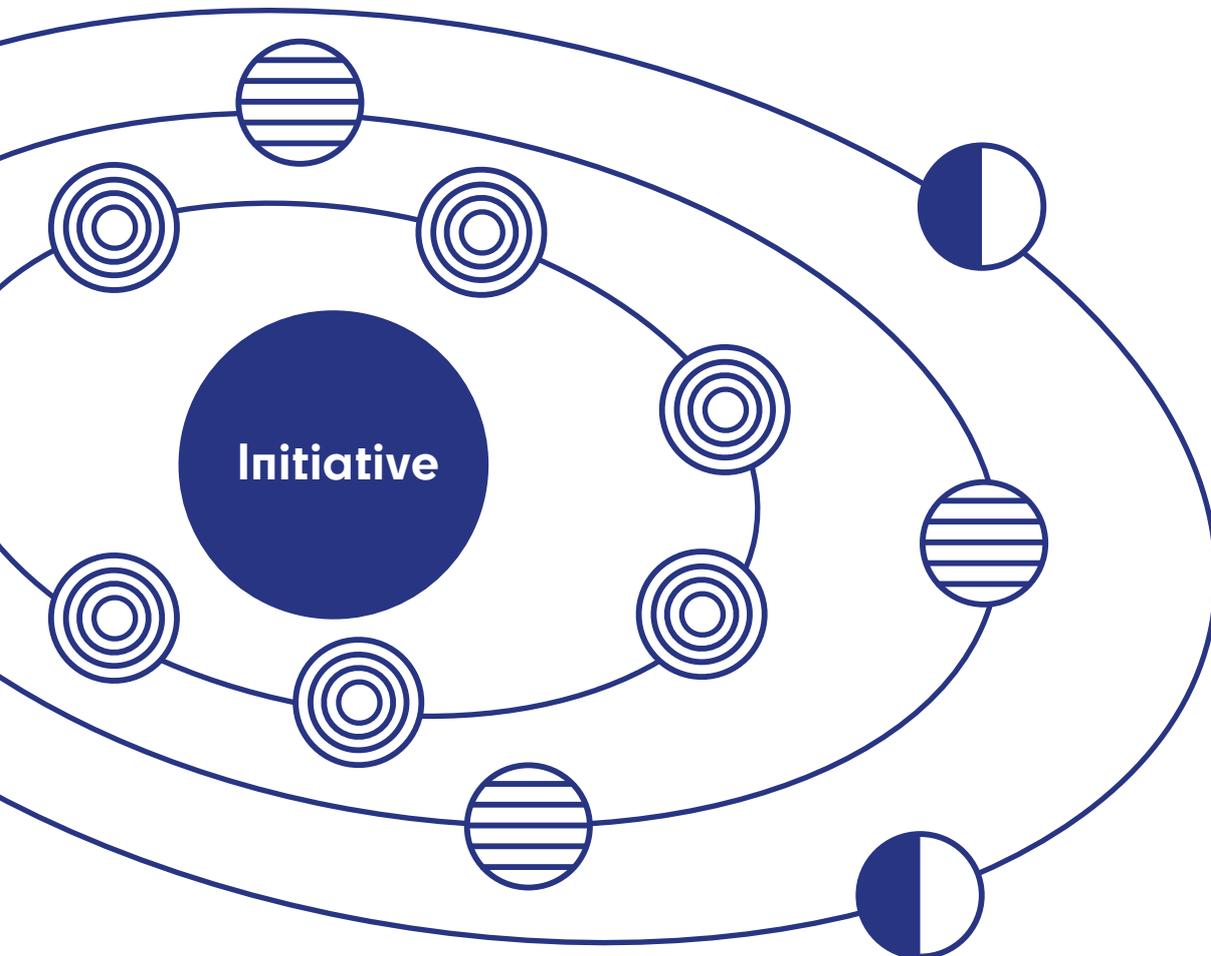
- ◐ EU-Fördermittel für Projekte
- ◐ Austausch mit anderen Initiativen
- ◐ Auszeichnungen und Preise



Die Teilnahme an Coaching-Programmen kann nicht nur Kompetenzen, sondern auch Netzwerke erweitern.



Das Faszinierende ist für mich: Du kommst mit Menschen zusammen, die ganz andere Auffassungen haben, und du erweiterst deinen Horizont schon erheblich durch diese Vorträge und das Miteinander. Wie die Probleme angehen und Lösungen entwickeln, da kann man schon noch etwas lernen. Ich glaube, das geht vielen Leuten so, dass sie gedacht haben: Ja, so kann man das auch machen.



Genau das finde ich sehr interessant, dass es da nicht immer um „neu und toll“ geht, sondern um Vernetzungen. Und je größer das Netzwerk, desto besser funktioniert es am Ende.

**Josef Reff**  
Bürgermeister Geisenhausen



## AKTIONSFragen



### SUCHBEWEGUNG

Welche Netzwerke gibt es, die wir einbinden können? Welche thematischen Anknüpfungspunkte aus unserem Vorhaben lassen sich dafür jeweils finden?

Lokal:

.....  
.....  
.....  
.....

Überregional:

.....  
.....  
.....  
.....

Gibt es bereits Initiativen oder Einzelpersonen, die ähnliche Vorhaben umsetzen? Wie können wir in Kontakt kommen, sie einladen oder sie vor Ort besuchen, um uns auszutauschen (Anlass finden)?

Lokal:

.....  
.....  
.....  
.....

Überregional:

.....  
.....  
.....  
.....

Gibt es digitale oder analoge Austauschformate (Hackathons, Konferenzen, Wettbewerbe, Dialogforen), die unsere Fragestellungen thematisieren? Und in welcher Rolle (teilnehmend und beitragend) könnten wir daran teilnehmen? Ziel: Wissens- und Erfahrungsaustausch, Kontakte knüpfen und neue Ideen für die Region sammeln.

Lokal:

.....  
.....  
.....  
.....

Überregional:

.....  
.....  
.....  
.....



## ZUSAMMENARBEIT

Welche Ressourcen und Kompetenzen haben wir im Team, um gelingende Netzwerkarbeit zu leisten?

Wer könnte diese Aufgabe besonders gut übernehmen und warum?

---

---

---

---

---

---

Wen kennen wir noch, der uns bei der Vernetzung vor Ort und überregional unterstützen kann?

---

---

---

---

---

---

Welche lokalen und überregionalen Expert:innen können wir als Mitwirkende für unser Vorhaben gewinnen (z.B. durch die Gründung von Arbeitsgruppen/Fachbeiräten)? Ziel: Stärkung der Verbundenheit von Fachpersonen für das Projekt und die langfristige Unterstützung des Vorhabens sichern. Ein regelmäßiger Turnus wird dafür empfohlen.

---

---

---

---

---

---

## Übersetzungsfunktionen und Brückenbau

**Das macht es aus: Wer kann sich in mehreren Lagern bewegen, die Leute mitnehmen und**

**Brücken schlagen?**

**Markus Sauerhammer**

Landwirt & Gründungsvorstand SEND e. V.

Der Ansatz der überregionalen Einbindung von Fachbranchen und Publikum in das Ortsgeschehen hinein fordert eine Initiative heraus, den Transfer zwischen unterschiedlichen Interessengruppen zu leisten und Angebote zu entwickeln, die eine Übersetzungsleistung zwischen verschiedenen Bereichen erfordern. Silicon Vilstal adressiert zum einen Menschen, die etwas erleben und ausprobieren möchten – vor Ort oder auch digital. Gleichzeitig werden professionelle Partner:innen und Netzwerke eingeladen, sich als

Mitwirkende zu beteiligen. Die Suche nach einem einheitlichen Kommunikationslevel kann einen Spagat zwischen unterschiedlichen Kommunikationswelten bedeuten, um nicht ständig zwischen verschiedenen Ebenen hin und her springen zu müssen. Denn es gilt, gleichzeitig real erfahrbar zu bleiben und die fachliche Bezugsgröße nicht zu verlieren. Das birgt Herausforderungen für die angemessene Ansprache von Zielgruppen.

👉 **S. 58-61** Wegweiser / Mitmachen ermöglichen  
👉 **S. 71-75** Wegweiser / Handlungsradius erweitern

**Vor Ort fragt vielleicht mal jemand: Was ist ein eigentlich ein Start-up? Das ist für die eigentlich nicht relevant, ob das ein Start-up ist oder nicht oder ob die gehypt sind. Für die sind es Menschen – die können etwas oder nicht und sind nett oder nicht. Aber dieser Kontext ist natürlich für unsere institutionellen Partner:innen spannend. Es braucht die gleichzeitige Dialogfähigkeit im urbanen Umfeld, im Corporate Umfeld und natürlich auch hier vor Ort, auf Du-und-Du mit den Leuten.**

**Wichtig ist, dass wir weniger ganzheitlich, erklärend und wirkungsorientiert daherkommen, sondern dass wir einfach beschreiben, was es da gibt. Beim Festival haben wir gesagt, wir bewerben nicht das komische Ding „Silicon Vilstal Erlebnisfestival“, sondern das Schafkopfturnier oder irgendein anderes Einzelteil, das die Leute direkt verstehen.**

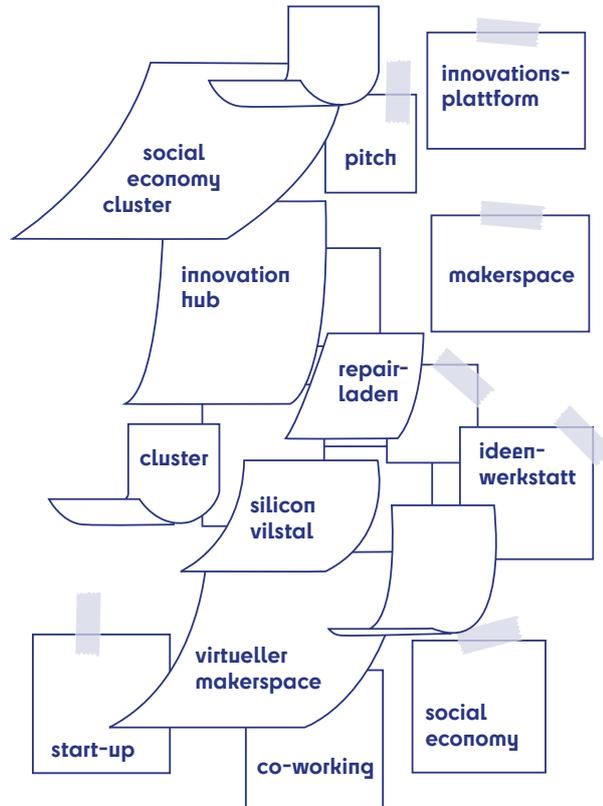
**Helmut Ramsauer**

Gründer Silicon Vilstal

## „UND WAS BRINGT DES?“ – PRAXISNAH KOMMUNIZIEREN

**Das ist ja das, was wir probieren – zwischen bürgernah und wieder EU-Ebene. Wenn ich Silicon Vistal erkläre mit Begriffen wie „Innovationsplattform“ oder „digitale Chancen im ländlichen Raum“, gibt es viele Fragen. Wenn ich es mit den Projekten erkläre, dann ist es verständlicher.**

Um ein Vorhaben verständlich zu kommunizieren, muss es für außenstehende Personen erfahrbar und konkret werden. Personennahe Sprache bedeutet, komplexe Sachverhalte mit der Praxis zu verbinden – und nicht „einfache“ von „schwerer“ Sprache zu unterscheiden. Ziel ist es, beides zusammenzuführen und auch die Trennung wieder hinzukommen. In fachlich-institutionellen Kontexten müssten meist weniger konkrete Bezüge zu Fachwörtern hergestellt werden, da sie bekannt sind und in diesen Kreisen alltäglich verwendet werden, sagt Ramsauer. Hier bilden Fachbegriffe den Auftakt für neue Gespräche und Assoziationsketten. In der Praxis jedoch wirken sie meist fragengenerierend, sodass folgende Fragen bei einer Erklärung in den Fokus rücken sollten: Was bedeutet ein solches Vorhaben für unseren Ort oder für eine teilnehmende Person? Was kann eine Person konkret erleben, wenn sie daran teilnimmt? Wichtig ist, dass jede Person in einem Kernteam der Initiative sich befähigt fühlt, über die Aktivitäten personen- und praxisnah zu sprechen. Dafür kann es auch sinnvoll sein, externe Referent:innen einzuladen, um blinde Flecken in den internen und externen Kommunikationswegen zu erkennen. Und das heißt meist nicht nur, Wörter anders zu benutzen, sondern auch, bestehende Erklärungsfundamente zu hinterfragen.



**Silicon Vistal ist für jeden etwas anderes. Aber der Grundkern ist, dass wir Ideen und Kreativität mit Leben füllen, anschieben und weiterschieben. Dass Ideen so überhaupt entstehen können und dass wir das mit Workshops fördern und dann Potenziale entstehen.**

**Aber „Potenziale wecken“ – das versteht man nicht auf Anhieb, und „Innovation“ ist so ein Begriff, den viele auch einfach so um sich schmeißen heutzutage. Lasst uns erst mal intern überlegen, wie wir unserer Familie oder unseren Bekannten davon erzählen würden, bevor wir öffentlich dafür werben.**

Alexander Zeilmeier  
3-D-Druck-Experte Silicon Vistal

## Strukturen aufbauen ist mehr als Geld einsammeln

Finanzen sind nicht nur monetäre Mittel, sondern ebenso unbezahlte Leistungen, die durch ehrenamtliches Engagement, kostenfreie Räumlichkeiten und auch indirekte Zugänge zu Netzwerken und Weiterbildungsangeboten eingebracht werden. Insbesondere wenn noch keine ausreichende Struktur zur Verwaltung von Fördermitteln aufgebaut werden konnte, ist es sinnvoll, schwerpunktmäßig indirekte Finanzierungswege auszuloten.

Wenn eine Initiative selbst als verwaltende und befähigende Struktur tätig wird, müssen auch langfristige finanzielle Ressourcen und hauptamtliche Stellenprofile gesichert werden, die die angestrebten Prozesse wirksam tragen und koordinieren können. Diese Mittel können dann nicht nur projektbezogen sein, sondern müssen prozess- und strukturfördernd aufgestellt werden. Kurzfristig

eingesetzte Projektmittel, die auf ein Förderziel als Produkt hinarbeiten, können die Entwicklung einer Organisation nicht hinreichend fördern. Eine Initiative, die ihre Mittel unabhängig von der lokalen Gemeinde einwirbt, ist darüber hinaus in ihrem Handlungsradius freier und kann so als agile Partnerstruktur auftreten.

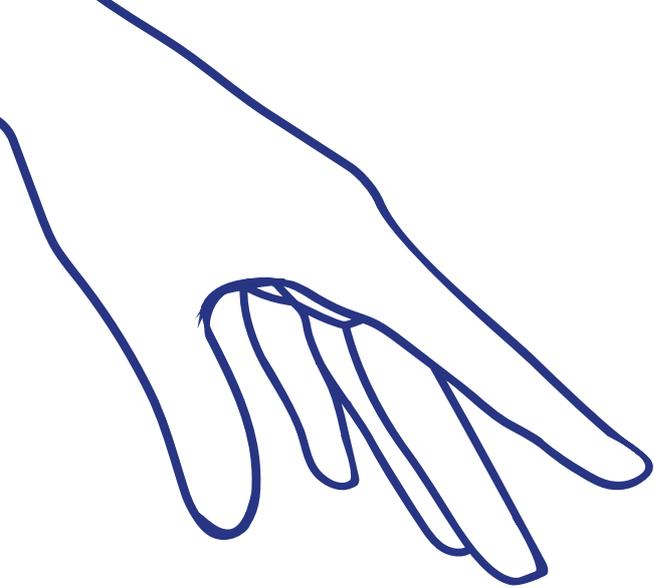
Wenn Organisationsprozesse statt auf den tatsächlichen Bedarf auf Förderziele ausgerichtet werden müssen, können strukturelle Einschränkungen entstehen. Um eine Struktur dauerhaft und damit glaubwürdig, verantwortungsvoll und wirksam zu entwickeln, sollte deshalb ein Augenmerk auf der Verstetigung von finanziellen Mitteln liegen, die auch Personalmittel umfassen. Personal, das verlässlich und langfristig eingesetzt wird, kann wiederum auch das Engagement von Ehrenamtlichen erleichtern.

**Man muss berücksichtigen, dass die Außenwirkung, die wir erzielen, natürlich größer ist als der finanzielle Einsatz. Der erste Finanzierungsbeitrag ist das Geld, das wir erst gar nicht ausgeben müssen, weil uns Leute Räume geben, Transportleistungen, redaktionelle Reichweite und uns weiter. Wir haben einen großen ehrenamtlichen Anteil im Kernteam und bei den Helfenden, sodass vieles nicht klassisch eingekauft ist. Wenn wir zum Beispiel einen Brief schreiben, um jemanden als Referent:in zu gewinnen, dann kostet uns dieser Inhalt etwa 80 Cent Porto und das Löschpapier.**

**Helmut Ramsauer**  
Gründer Silicon Vilstal



Für bundesweite Stiftungen sind überregional relevante Themen förderwürdig. Das heißt, eine lokale Aktion muss eine Übertragbarkeit, Übersetzung und Relevanz für andere Regionen vermitteln, um für diese Fördertöpfe infrage zu kommen.

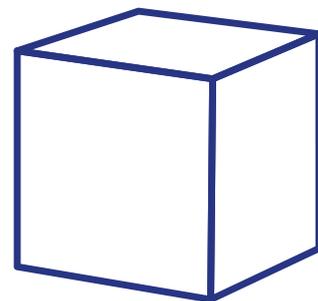
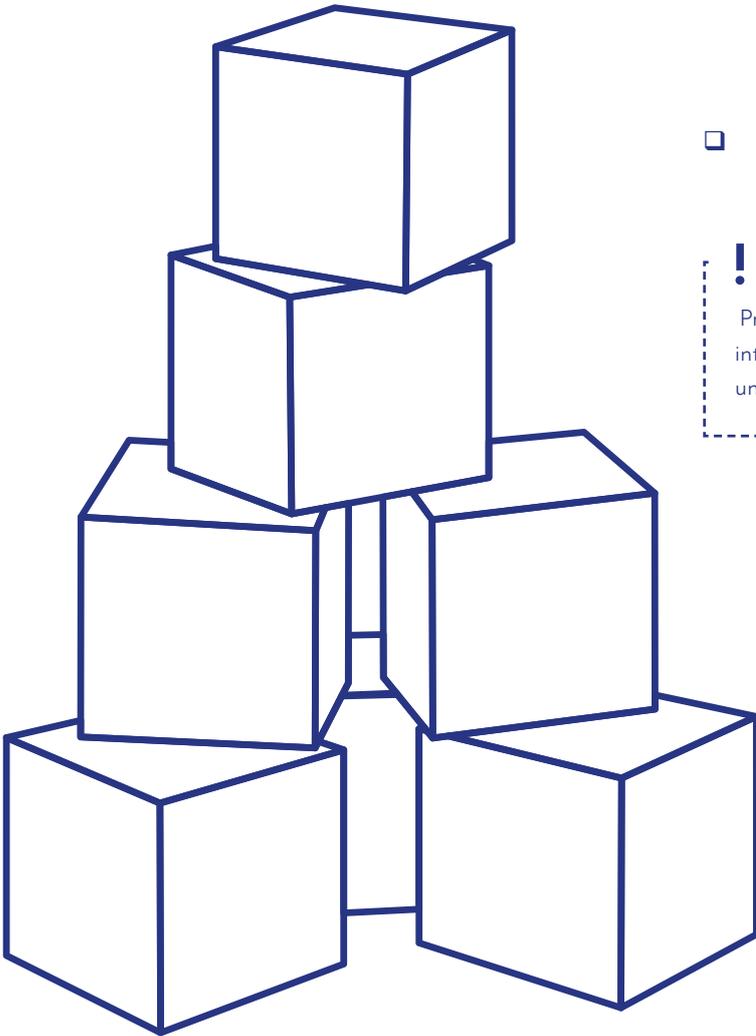


Die finanziellen Aufwendungen für eine Initiative lassen sich unterscheiden in regelmäßige/wiederkehrende, d.h. planbare, Kosten sowie punktuelle, projektbezogene Mittel:

- Infrastruktur: Website, PCs, Telefonie, Telefonkosten, Büromiete
- Personalmittel (Gehälter, Honorare, Künstlersozialabgabe, Aufwandsentschädigungen, Ehrenamtszuschüsse)
- Verwaltungskosten: Versicherungen, Steuerkanzlei, Kontoführungsgebühren, Buchführung, Gebühren (bei Fördermitteln werden meist 5 Prozent Verwaltungspauschale zur Gesamtsumme der beantragten Mittel gewährt)
- Sachmittel für Anschaffungen oder Veranstaltungen



Projektförderungen sind gute Möglichkeiten, um kostenintensive elektronische Geräte (3-D-Drucker, VR-Brillen und Laptops) für die Initiative anzuschaffen.



## HERAUSFO(E)RDERUNG

Wenn Fördermittel beantragt werden, bedeutet dies meist einen hohen Verwaltungsaufwand sowohl für die Erstellung des Antrags (Konzeptentwicklung, Vergleichsangebote für Aufträge, Kosten- und Finanzierungsplanung, Recherche passender Förderprogramme, Kontaktaufnahme zu Fördernden, schriftliche Antragstellung), den Abruf der Mittel, das Inventarisieren von Sachmitteln und die Ablage der Nachweise – und auch für den damit verbundenen Verwendungsnachweis, der aus der Abrechnung und dem Sachbericht besteht (je nach Fördergebenden in unterschiedlichem Umfang). Oft bereitet dieses Verfahren Schwierigkeiten für Initiativen, die nicht über die notwendigen personellen und infrastrukturellen

Voraussetzungen verfügen. Doch die sorgsame und professionelle Verwaltung von Fördermitteln ist notwendig, um einen Nachweis darüber führen zu können, dass die Mittel dem beantragten und bewilligten Zweck entsprechend eingesetzt wurden. Fördernde haben meist über Jahre das Recht zur Prüfung der Mittelverwendung und können auch Mittel zurückfordern, wenn unsachgemäße Vorgänge sichtbar werden. Da diese Aufgabe umfangreiche professionelle Anforderungen umfasst, kann es zielführend sein, eine Fachperson für den Bereich Fundraising zu beauftragen im Rahmen eines Honorarvertrages oder, wenn möglich, einer Anstellung.

**Wenn man etwas macht, macht man im Grunde drei Projekte: Man macht das Beantragen-Projekt, das eigentliche Projekt und das Abrechnungsprojekt.**

**Letztens habe ich erstmals im Leben einen Inventaraufkleber aufgeklebt. Das klingt jetzt gar nicht so grassrootsmäßig, sondern eher behördenartig. Das ist dann halt zum Teil so, wenn es einen bestimmten Umfang einnimmt, damit man verwaltungsmäßig den Überblick behält.**

**Helmut Ramsauer**  
Gründer Silicon Vilstal

## WIE FINDEN WIR FÖRDERUNGEN, DIE ZU UNS PASSEN?

Eine zivilgesellschaftliche Initiative, die Fördermittel beantragen möchte, sollte zunächst überlegen, welche Art der Förderung sie aktuell benötigt: Finanzmittel, ideelle Förderung (Weiterbildung, Coaching), eine neue Plattform für mehr Sichtbarkeit oder etwas ganz anderes? Es gilt also, sich frühzeitig darüber Gedanken zu machen, welche Förderprogramme für die eigene Initiative zu welchen Zeitpunkten infrage kommen, und diese hinsichtlich ihrer Wirkung für die Ziele der Initiative auszusuchen. Stiftungen und Förderprogramme fördern entlang jeweils eigener Richtlinien, die sich aus ihrer Satzung, dem Stiftungszweck oder dem Ziel des

Förderprogramms ergeben. Diese beschreiben genau, welche Dinge gefördert werden und welche nicht. Das bedeutet viel Recherchearbeit – die lohnt sich aber. Eine Initiative sollte Zeit einplanen, um herauszufinden, welche Erfolgchancen sie bei unterschiedlichen Programmen haben kann. Darüber hinaus gilt es einzuschätzen, welcher Verwaltungsaufwand einzuplanen ist (Aufwand für Verwendungsnachweis und auch für den Abruf der Finanzmittel). Daher gilt es abzugleichen: Passen die Fördergebenden (aktuell) zu uns und wir zu ihnen?



## AKTIONSFragen



### VOR DER ANTRAGSTELLUNG

Genaue Bedingungen für die kommenden Abrechnungen und Sachberichte bei Fördergebenden anfragen und sich gegebenenfalls ein Beispiel aus dem Vorjahr zusenden lassen

---

---

Website und Jahresberichte der Fördergebenden sichten mit Blick auf passende Förderhöhen und Themenschwerpunkte sowie bereits geförderte Projekte

---

---

Eine Partnerinitiative wurde bereits von einer bestimmten Stiftung oder in einem Programm gefördert? Super! Dort gilt es nachzuhören, wie der Prozess verlaufen ist.

---

---

Digitale Plattformen für Fördermittelsuche konsultieren

---

---

Lokale, landesweite und bundesweite Förderlots:innen zur Beratung kontaktieren. Gibt es lokale Koordinierungsstellen, die unabhängig zu Förderprogrammen beraten können?

---

---

Erfahrene Ehrenamtliche und Initiator:innen gewinnen, die den Prozess unterstützen können

---

---





### **THEMENSCHWERPUNKTE**

Satzung, Stiftungszweck oder Ziele des Programms recherchieren und überlegen: Passen die Schwerpunktthemen zu unserem Vorhaben? Gibt es Themen, die sich überschneiden? Wo unterscheidet sich unsere Idee von Grundsätzen der Fördernden?

---

---

---

---



### **INSTITUTION**

Wie arbeitet die fördernde Institution – gibt es eine persönliche Ansprechperson oder haben wir eine anonyme Verwaltungsstruktur vor uns? Wie würden wir gern mit Fördernden zusammenarbeiten? Ist uns Vorschussvertrauen wichtig oder sichern wir uns selbst gern ab? Werden Prozesse und/oder Projekte gefördert? Wie passt das zu unseren aktuellen Fragestellungen?

---

---

---

---



### **FRISTEN**

Wann sind die Antragsfristen und können wir herausfinden, wann eine Jury Entscheidungen fällt (meist gibt es ein- bis zweimal jährlich Sitzungen, die über die Förderung entscheiden)? Wann dürften wir mit der Maßnahme beginnen, wenn der Antrag bewilligt würde (ist ein vorzeitiger Maßnahmenbeginn möglich)?

---

---

---

---



### FINANZIERUNGSBEDARF

Nur wenige Programme fördern zum Beispiel Personalmittel oder langfristige Organisationsentwicklung (Prozessförderung). Daher gilt, es vorher zu überlegen: Welche Ressourcen (Zeit, Personal, Räume) benötigen wir aktuell, um das Vorhaben gut durchführen zu können oder unser Ziel zu erreichen? Brauchen wir kurzfristige Mittel für ein Projekt oder wünschen wir uns eigentlich strukturelle Veränderungen, die wir anschieben können?

---

---

---

---



### AUSZAHLUNG UND ABRECHNUNG

Wann werden die Mittel genau ausbezahlt, wenn wir die Bewilligung tatsächlich bekommen? Muss die Initiative in Vorleistung gehen, um das Projekt zu stemmen, oder werden die Mittel erst ausbezahlt und anschließend werden die angefallenen Kosten nachgewiesen? Welche Eigenmittel (ehrenamtliches Engagement, kostenfreie Räumlichkeiten mit fiktiver Miete etc.) erkennt die fördernde Institution an?

---

---

---

---

Welche Belege müssen wann und wie eingereicht werden? Und was tun, wenn die Finanzplanung nicht eingehalten werden kann, weil alles anders kommt als gedacht? (Oft können solche Dinge telefonisch mit den Fördernden besprochen und es kann eine gemeinsame Lösung gefunden werden. In den meisten Förderrichtlinien ist z.B. eine Änderung innerhalb der einzelnen Posten unproblematisch, und auch zwischen den verschiedenen Posten kann die Summe oft um 20 Prozent abweichen – dies muss aber angekündigt, abgesprochen und bewilligt werden.)

---

---

---

---





### KONTAKT AUFNEHMEN

Vor Antragstellung persönlichen Kontakt herstellen. Mit etwas „Gespür fürs Storytelling“ sollte das Vorhaben kurz illustriert werden und konkrete Nachfragen in Bezug auf die Förderung gestellt werden. Dabei gilt es, die recherchierten Bedingungen der Förderstruktur mitzubedenken – nichts ist unangenehmer als ein Telefonat mit einer fördernden Institution, die den Eindruck gewinnt, dass das Gegenüber nicht weiß, mit wem sie spricht. Es geht darum, sich gegenseitig kennenzulernen und zu schauen: Passen wir zusammen und, wenn ja, wie können wir einen gemeinsamen Weg einschlagen? Was braucht ihr dafür und was wünschen wir uns?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



### UMGANG MIT „ABLEHNUNG“

Ein differenziertes Feedback der Jury einholen, um daraus zu lernen (schriftlich oder telefonisch): Warum wurde der Antrag abgelehnt? Was genau hat nicht gepasst? Waren nur keine Mittel mehr verfügbar oder haben wir vielleicht nicht genau genug beschrieben, was wir vorhatten? Welche Initiativen wurden stattdessen gefördert und warum?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

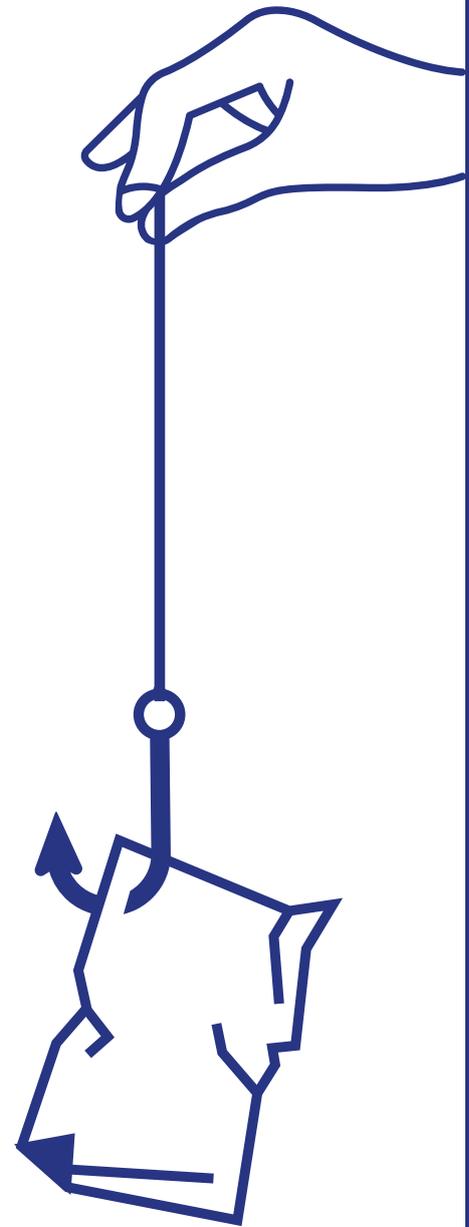
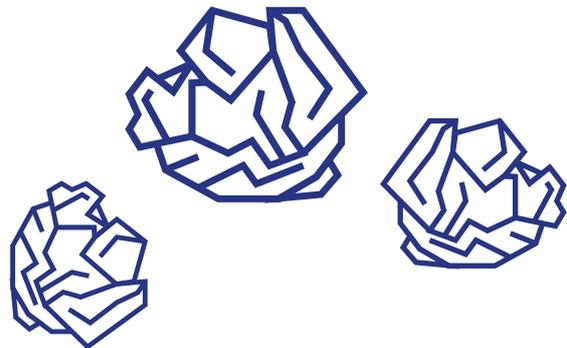
---

---

## ARBEITSMATERIALIEN

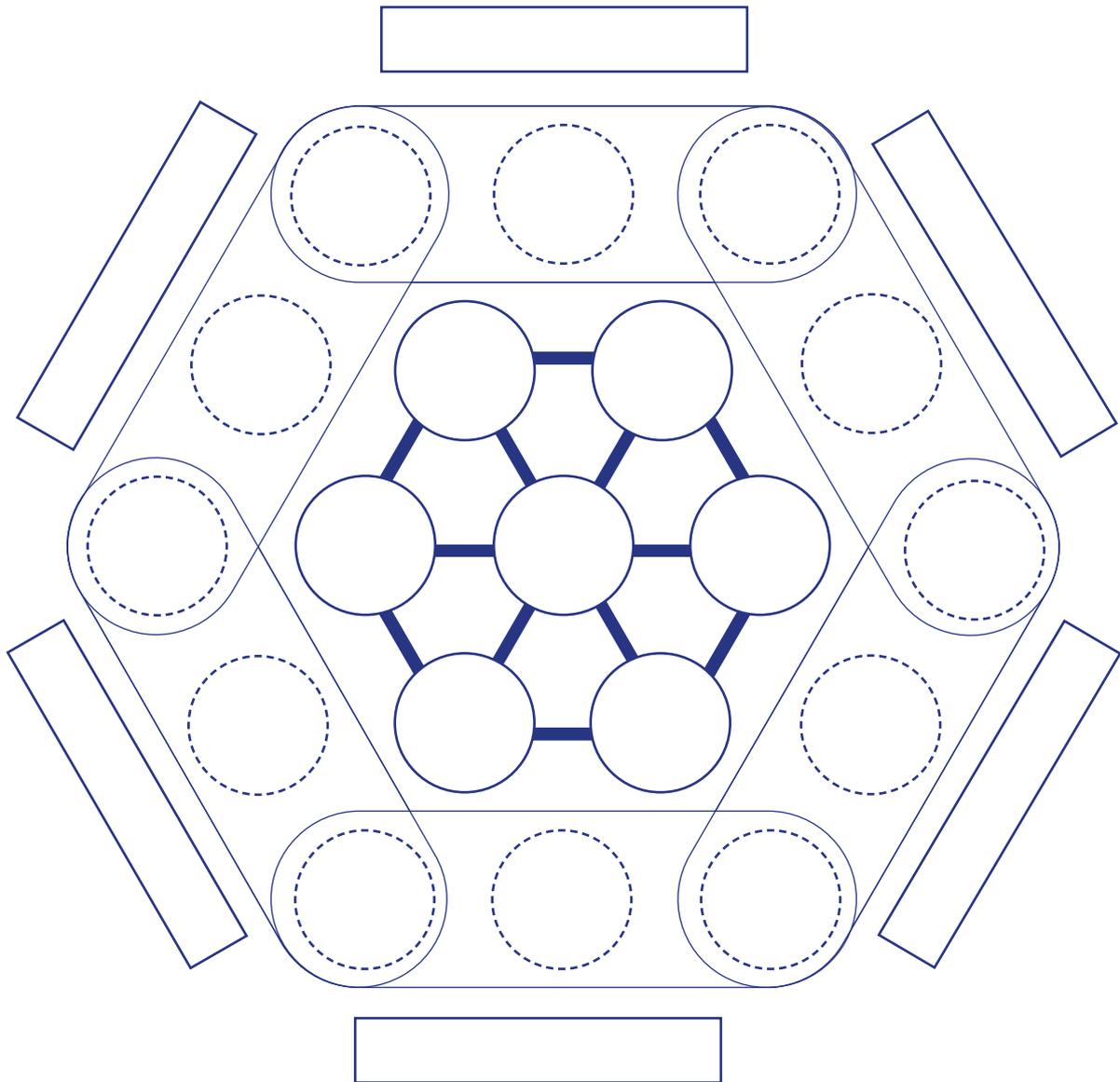
# Never waste a good crisis

Möglichkeitsräume entstehen im Machen und wir können den Blick richten auf das, was machbar ist. Günstige Rahmenbedingungen für Transformationsprozesse werden sichtbar in konkreten Handlungen von Personen, die in und mit Institutionen tätig sind. Die Initiative Silicon Vilstal sagt gar, dass sie nicht mit Institutionen zusammenarbeite, sondern mit Personen. In der persönlichen Zusammenarbeit entsteht derjenige Unterschied, der Bewegung in statische Strukturen bringen kann. Aber „Unterschiede können sich wie körperlicher Schmerz in der Zusammenarbeit anfühlen“, weiß Ramsauer. Und Lösungsorientierung bedeutet in diesem Sinne auch, die Notwendigkeit ernst zu nehmen, gemeinsame Sicherheiten für die Zusammenarbeit zu schaffen, um sich auf unwegsame Prozesse des Ausprobierens überhaupt einlassen zu können. Ein co-kreativer Prozess kann daher dann besonders gut gelingen, wenn Räume für Kommunikation zwischen den Unterschieden entstehen. Eine Initiative kann dabei beispielweise besonders gut als Initiatorin für neue Impulse aktiv werden und eine Verwaltung kann diesen Prozess als Ermöglicherin unterstützen. Unternehmertum heißt in diesem Sinne, eine gegebene formale Situation konstruktiv nutzen, um einen neuen (Um-)Weg zu finden, während die Mitwirkenden ihre jeweils verschiedenen Kompetenzen für den Lösungsweg einbringen. Und wir dürfen uns fragen: Wo sind Handlungsspielräume in meinem eigenen Tätigkeitsfeld, in meinem persönlichen Wirkungsrahmen? Wie kann ich Hürden senken und Neues ermöglichen? Welche Sicherheiten brauchen wir für diese Prozesse und wie können wir sie in unserer Institution schaffen? „Wir arbeiten zu oft an Auswirkungen“, sagt Markus Sauerhammer. Wenn (Selbst-)Wirksamkeit ein Erfahrungsraum ist, haben wir alle Hände voll (zu tun), um ihn mitzugestalten. Die folgenden Arbeitsmaterialien sind im Forschungsprozess gemeinsam mit der Initiative und ihrem Netzwerk entstanden als praktische Wegzehrung, um Suchbewegungen im Team, im Projekt oder mit Partnerstrukturen nachzugehen.

**Kopieren****Ausschneiden****Kleben****Beschriften**

Ortsmitte: .....

Ortsname eintragen





### Themenschwerpunkte

---

---

---

---

---

---

---

---

### Handlungsfelder

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Funktionen

---

---

---

---

---

---

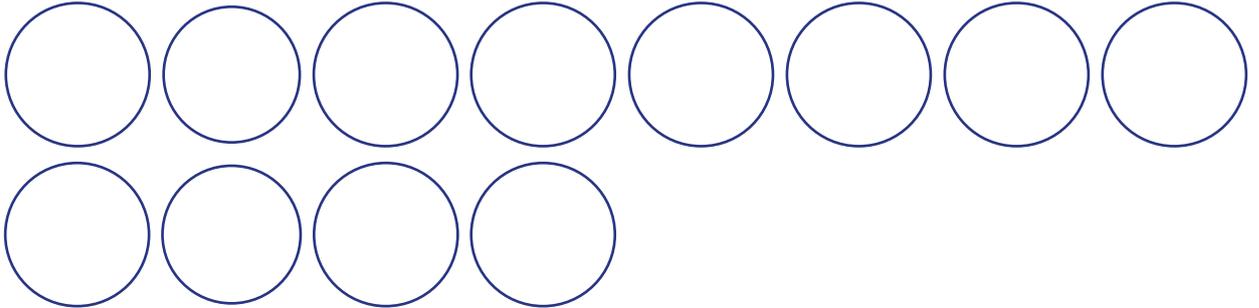
---

---



----- **Projekttitlel** -----

HANDLUNGSFELDER



**Bild oder Zeichnung**

A large empty rectangular box with a thin blue border, intended for drawing or illustration. The text "Bild oder Zeichnung" is written in the top-left corner of the box.



— Projekt —

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

— Organisation —

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

— Kooperation —

---

---

---

---

---

---

---

---

---

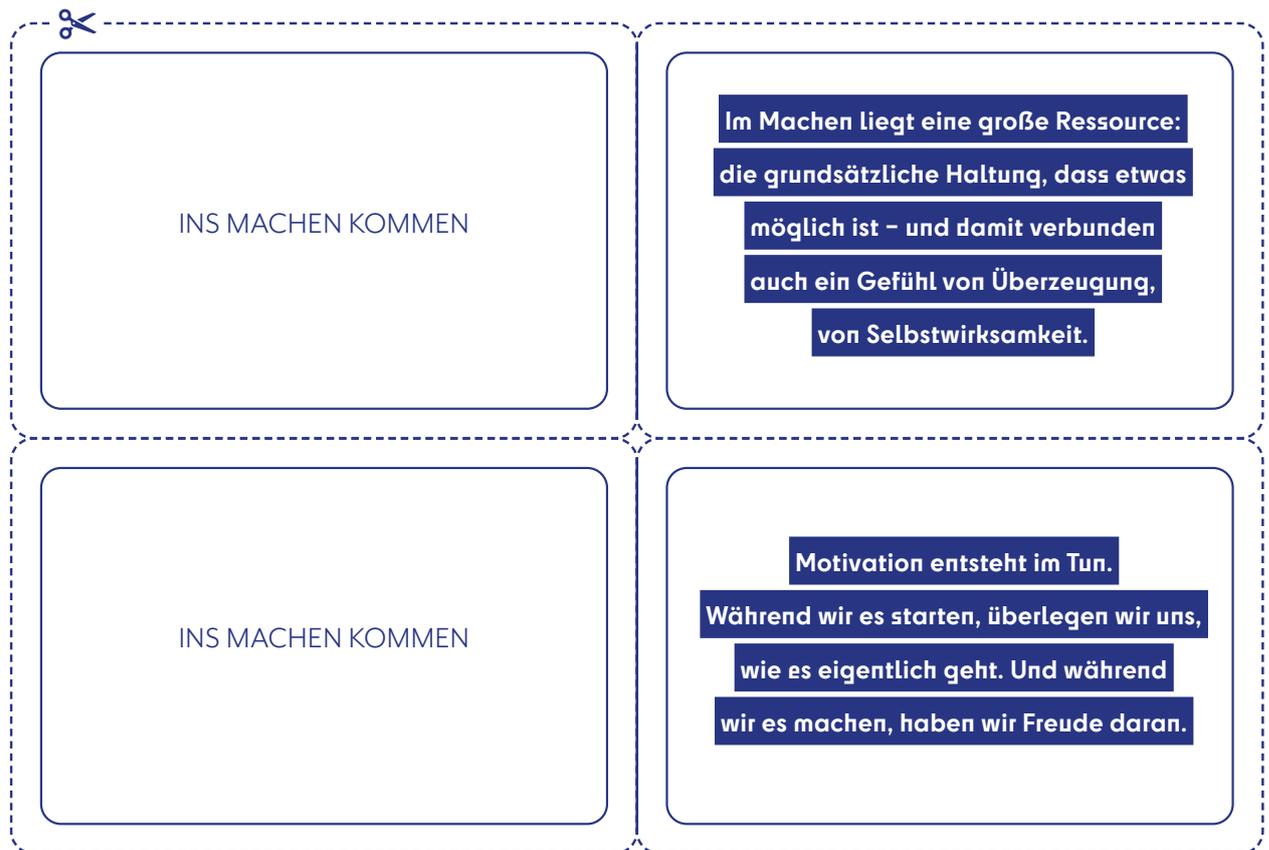
---

## Gesellschaftsspiel



Es gibt Worte, die Mut machen können für die alltäglichen Herausforderungen in Veränderungsprozessen. Sie können Realismus und Tatkraft verbinden und im Gespräch auch die Wege von anderen begleiten. Die Spielkarten wurden auf Basis von Aussagen Engagierter des Silicon-Vilstal-Netzwerkes entwickelt. Die dabei entstandenen Themenfelder umfassen: „INS MACHEN KOMMEN“, „LÖSUNGSORIENTIERT ZUSAMMENARBEITEN – SICHERHEITEN SCHAFFEN“ und „BEFÄHIGEN: BRÜCKEN BAUEN, KOMMUNIZIEREN UND AUFGABEN VERTEILEN“. Sie sind für den Einsatz in Teamstrukturen geeignet und können als methodischer Impuls

zu Beginn, im Verlauf oder für den Abschluss einer Sitzung genutzt werden können. Sie lassen sich als Mittelpunkt einer Tischrunde platzieren, um ein Tagesmotto oder einen Leitsatz zu formulieren. Sie können in einer Teamsitzung an die einzelnen Mitwirkenden ausgeteilt und untereinander getauscht werden, um Gespräche anzuregen. Sie können als Stärkung mit nach Hause genommen werden, um sich innerlich auf eine bevorstehende Aufgabe einzustellen. Diese Karten können eine Erinnerung sein daran, dass wir uns gegenseitig Worte schenken können, die den Weg leichter machen können und die uns unterstützen und Kraft spenden.





INS MACHEN KOMMEN

Wenn Menschen etwas machen, ermutigt  
das manchmal andere,  
es auszuprobieren,  
die sich bisher noch nicht getraut haben.

INS MACHEN KOMMEN

Begeisterung entsteht, wenn viele Ideen  
zusammenkommen und ein  
Inspirations-Pingpong in Gang kommt.

INS MACHEN KOMMEN

Es geht um Leidenschaft. Egal, ob jemand  
mit Leidenschaft Musik macht, ob jemand  
mit Leidenschaft Theater spielt oder  
mit Leidenschaft die Welt rettet. Daraus  
kann Resonanz und Kraft entstehen.

LÖSUNGSORIENTIERT  
ZUSAMMENARBEITEN  
  
SICHERHEITEN SCHAFFEN

Für Transformationsprozesse müssen  
wir Sicherheit und Ermächtigungsstrukturen  
schaffen, damit Veränderung im  
persönlichen Leben überhaupt möglich wird.



LÖSUNGSORIENTIERT  
ZUSAMMENARBEITEN  
  
SICHERHEITEN SCHAFFEN

**Sicherheit im Team entsteht, wenn das Ausprobieren gemeinsam legitimiert wird.  
Wichtig ist, dass Rückhalt da ist, dass Dinge schiefgehen können und dass man nicht für eine Handlung kritisiert wird.**

LÖSUNGSORIENTIERT  
ZUSAMMENARBEITEN  
  
SICHERHEITEN SCHAFFEN

**Zukunftsorientierung heißt, geteilte Lösungsfindungen zu ermöglichen. Dafür braucht es mindestens einen Punkt, der zu einem gemeinsamen Ziel und Fokus wird, sodass andere Dinge hintenangestellt werden können.**

LÖSUNGSORIENTIERT  
ZUSAMMENARBEITEN  
  
SICHERHEITEN SCHAFFEN

**Hilfreich ist eine zugewandte konstruktive Haltung im Team und mit Partner:innen, die Fehler und Scheitern als Lernprozess versteht.**

LÖSUNGSORIENTIERT  
ZUSAMMENARBEITEN  
  
SICHERHEITEN SCHAFFEN

**Dinge gemeinsam auf den Weg bringen und das Miteinander in den Mittelpunkt stellen, anstatt den persönlichen Machterhalt voranzutreiben.**



LÖSUNGSORIENTIERT  
ZUSAMMENARBEITEN  
  
SICHERHEITEN SCHAFFEN

**Wir aktivieren Personen in Institutionen und  
Netzwerken als Unterstützer:innenkreise,  
anstatt mit Status-quo-verwaltenden  
Strukturen zusammenzuarbeiten.**

BEFÄHIGEN:  
BRÜCKEN BAUEN, KOMMUNIZIEREN  
UND AUFGABEN VERTEILEN

**Für Transformation und Wandel braucht  
es Personen, die Funktionen  
und, damit verbunden, Verantwortung  
übernehmen. Das bedeutet auch,  
Privilegien zu teilen.**

BEFÄHIGEN:  
BRÜCKEN BAUEN, KOMMUNIZIEREN  
UND AUFGABEN VERTEILEN

**Mit zunehmender Macht geht auch  
wachsende Verantwortung einher.  
Wir haben die Wahl, diese Macht für  
eine bessere Zukunft und für ein  
größeres Gemeinwohl einzusetzen.**

BEFÄHIGEN:  
BRÜCKEN BAUEN, KOMMUNIZIEREN  
UND AUFGABEN VERTEILEN

**Die Professionalisierung von Strukturen trägt  
maßgeblich zum Gelingen ihrer Ziele bei,  
da damit Ressourcen für das Engagement  
geschaffen werden.**



BEFÄHIGEN:  
BRÜCKEN BAUEN, KOMMUNIZIEREN  
UND AUFGABEN VERTEILEN

**Andere befähigen heißt loslassen  
und sich selbst transformieren.**

BEFÄHIGEN:  
BRÜCKEN BAUEN, KOMMUNIZIEREN  
UND AUFGABEN VERTEILEN

**Wir brauchen neue Schnittstellen.  
Wir brauchen Transformations-  
geburtshelfer:innen, die Übergänge  
in alle Richtungen ermöglichen.**

BEFÄHIGEN:  
BRÜCKEN BAUEN, KOMMUNIZIEREN  
UND AUFGABEN VERTEILEN

**Ganz unterschiedliche Menschen teilen  
ähnliche Grundbedürfnisse. Wir haben eine  
Chance, dieses Potenzial zu nutzen, wenn  
wir uns gegenseitig zuhören.**

BEFÄHIGEN:  
BRÜCKEN BAUEN, KOMMUNIZIEREN  
UND AUFGABEN VERTEILEN

**Transformation bedeutet, alte  
Glaubenssätze zu beerdigen.**



✂


# Wirkungskreise



Wirkungen werden erkennbar in Veränderungen. Diese können in, mit und bei bestimmten Personen oder Institutionen, ihrem Lebensumfeld oder auch gesamtgesellschaftlich sichtbar werden. Wirkungen können also wahrgenommen werden, sind erfahrbar und machen einen Unterschied. Dafür können wir uns fragen, wen genau wir mit unseren Aktivitäten erreichen, erreichen wollen oder könnten.

In diesem Arbeitsblatt können einzelne Aktionen eingezeichnet und lokalisiert werden. Dies kann in einer Teamsitzung gemeinsam erarbeitet werden 1. in der Rückschau, 2. in der Vorausschau 3. für den Status quo.

Wie weit reicht der Radius unserer Initiative? Wo machen wir bereits einen Unterschied? Woran merken wir oder andere das genau? Wo möchten wir gern Veränderung bewirken und wie könnte uns das gelingen? Wie gelingt es anderen? Welche Rückmeldungen haben wir bereits erhalten und wie könnten wir noch mehr über unsere Wirkung erfahren? Welche Impulse haben wir im Team wahrgenommen und hat sich auch bei uns etwas verändert? Wenn ja, was? Wenn nein, warum?

Mehr zum Thema Wirkung unter: [www.wirkung-lernen.de](http://www.wirkung-lernen.de)



## Intern

---

---

---



## Lokal

---

---

---



## National

---

---

---

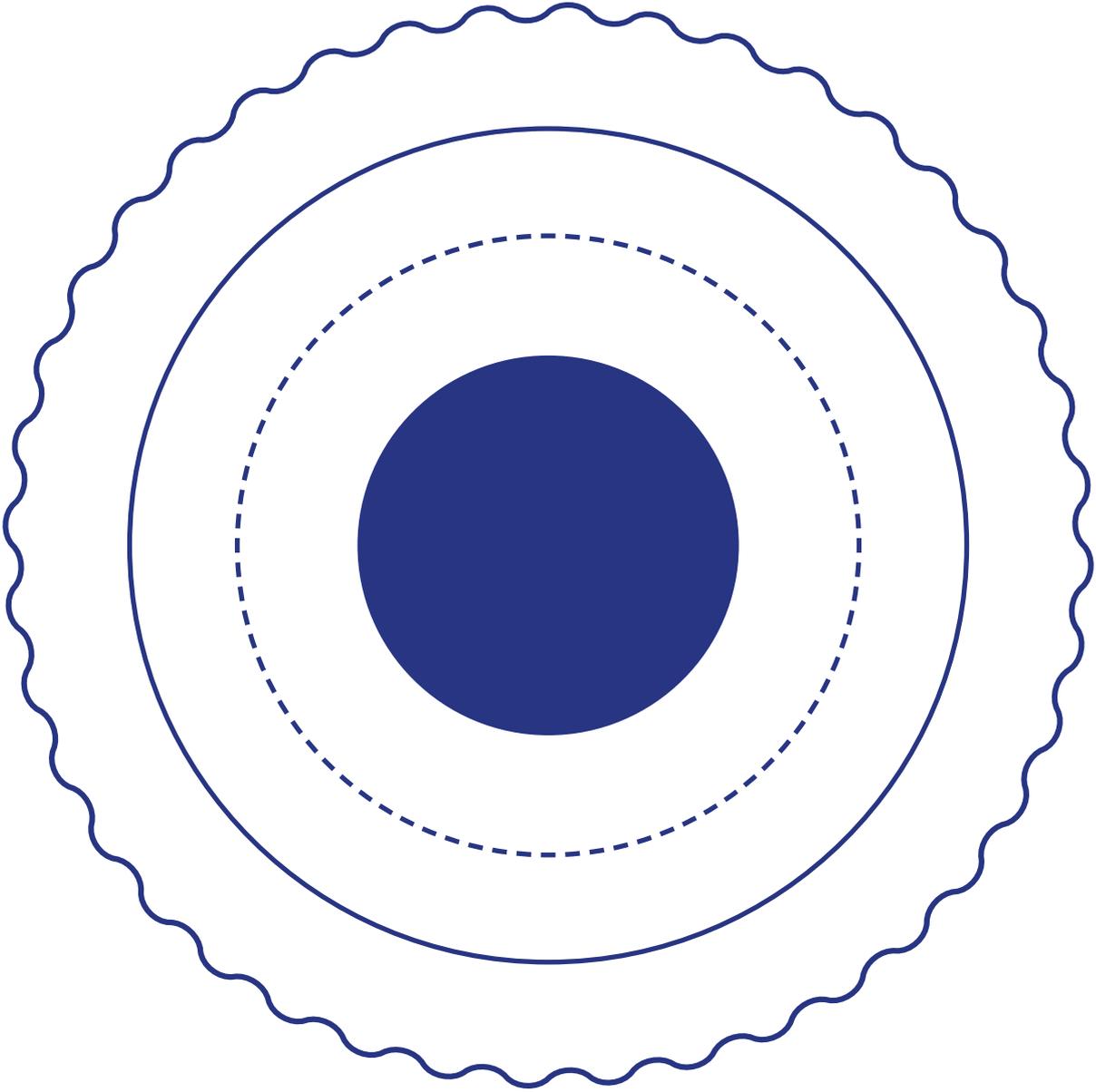


## International

---

---

---





Die Unterstützungskreise werfen einen Blick auf Ressourcen, die das Vorhaben bereits tragen oder in Zukunft tragen können. Ressourcen bezeichnen Potenziale, die Personen oder Institutionen zur Verfügung stehen. Das können Beziehungen und Netzwerke sein, aber auch Wissen, Fähigkeiten, Herangehensweisen, Persönlichkeitsmerkmale, Stärken und der Zugang zu institutionellen und materiellen Gütern. Sie sind Quellen, die uns nähren und Kraft spenden können. Sie flechten mit uns gemeinsam ein Band, das (eine Idee und uns) trägt, und können neue Wege öffnen, um den Blick zu weiten.

Dieses Arbeitsblatt lädt ein, eine Landkarte der bestehenden und wünschenswerten Strukturen zur Unterstützung des eigenen Vorhabens einzuzichnen. Diese „Infrastruktur zur Transformation“ (Markus Sauerhammer) gibt einen Überblick darüber, welche Netzwerke bereits vorhanden sind und welche vielleicht noch fehlen. Netzwerkpartnerschaften können sein: Einzelpersonen (Nachbarschaft, Arbeitskontakte, Freundeskreis, Familie und weitere), Unternehmen, Vereine, lokale Institutionen, Fördergebende und kommunale Partner:innen. Diese Kontaktpunkte können auf den Umlaufbahnen eingetragen und in der Legende beschriftet werden, um eine Übersicht zu erhalten. Dies kann, wenn es detailliert erfolgen soll, auch getrennt für die einzelnen Ressourcenbereiche vorgenommen werden.

Auf der Rückseite des kopierten Arbeitsblatts können die Fragen genauer beantwortet werden, zum Beispiel in Bezug auf einen anstehenden Kontakt oder zur Abwägung nächster Schritte. Das kann helfen, in der Gesamtschau eine Schrittfolge zu beschließen und Aufgaben zur Kontaktaufnahme oder -pflege im Team zu verteilen.

Das Arbeitsblatt eignet sich für die Einzelarbeit und ebenso für eine Teamsitzung, in der entweder einzeln, in der großen Runde oder beides hintereinander der individuelle Unterstützungskreis als tragende Struktur der Initiative sichtbar gemacht wird. Dies kann ein Gesprächsanlass sein, um gemeinsam zu überlegen, wie diese Strukturen gestärkt, aktiviert und erweitert werden können.

Impulse: Wie weit ist diese Person oder Institution (noch) von mir entfernt? Welchen Kontakt wünsche ich mir und welche Themen könnte ich in diesem Netzwerk gut lösen? Wie könnte ich den Kontakt herstellen? Was verbindet uns, was trennt uns? Wo liegen Ressourcen und wo die Grenzen dieses Kontakts?

### Erweiterung

Über das Kontaktnetzwerk hinaus verfügen wir in einer Initiative über den Zugang zu *internen Ressourcen*, der uns oft gar nicht bewusst ist. Das können zum Beispiel sein: Interessen und Motivation, Erfahrungswissen, Bildungshintergrund, Wertekontext, körperliche Voraussetzungen Charaktereigenschaften, geistige und emotionale Fähigkeiten. *Materielle und infrastrukturelle Ressourcen* bezeichnen den Zugang zu Gütern, zum Beispiel: ein Grundstück, auf dem eine Veranstaltung stattfinden kann; ein Ladenlokal, das als Gastraum genutzt werden kann; ein festes Gehalt, das ehrenamtliches Engagement ermöglicht; ein Auto oder Lastenrad für Transporte; schneller Internetzugang; gute Verkehrsanbindung; Fördermittel; Sponsoring; Zugang zu Informationen etc. Diese können den Rahmen halten und einer Initiative den Rücken stärken.



Intern

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



Lokal

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



National

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



International

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

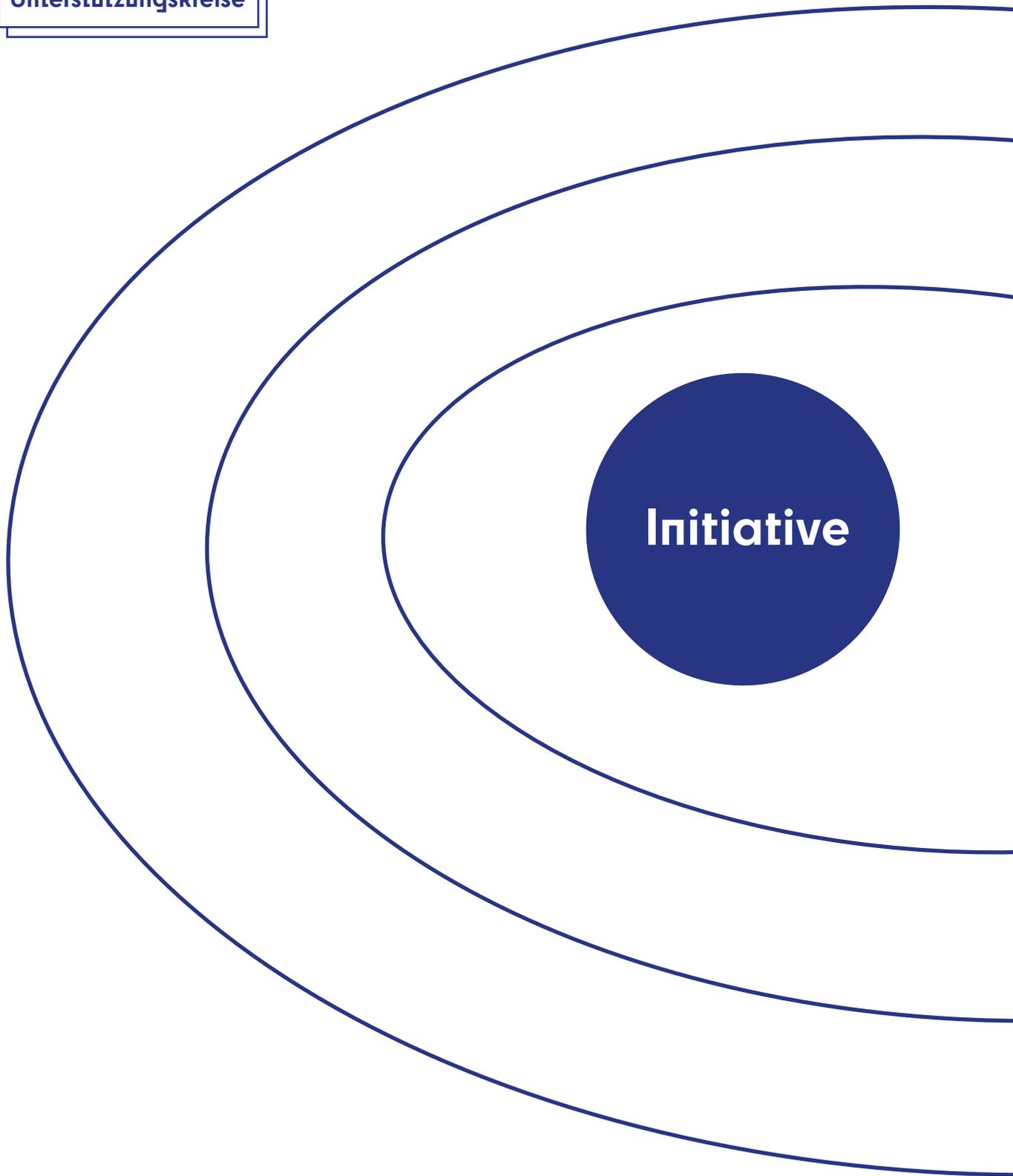
---

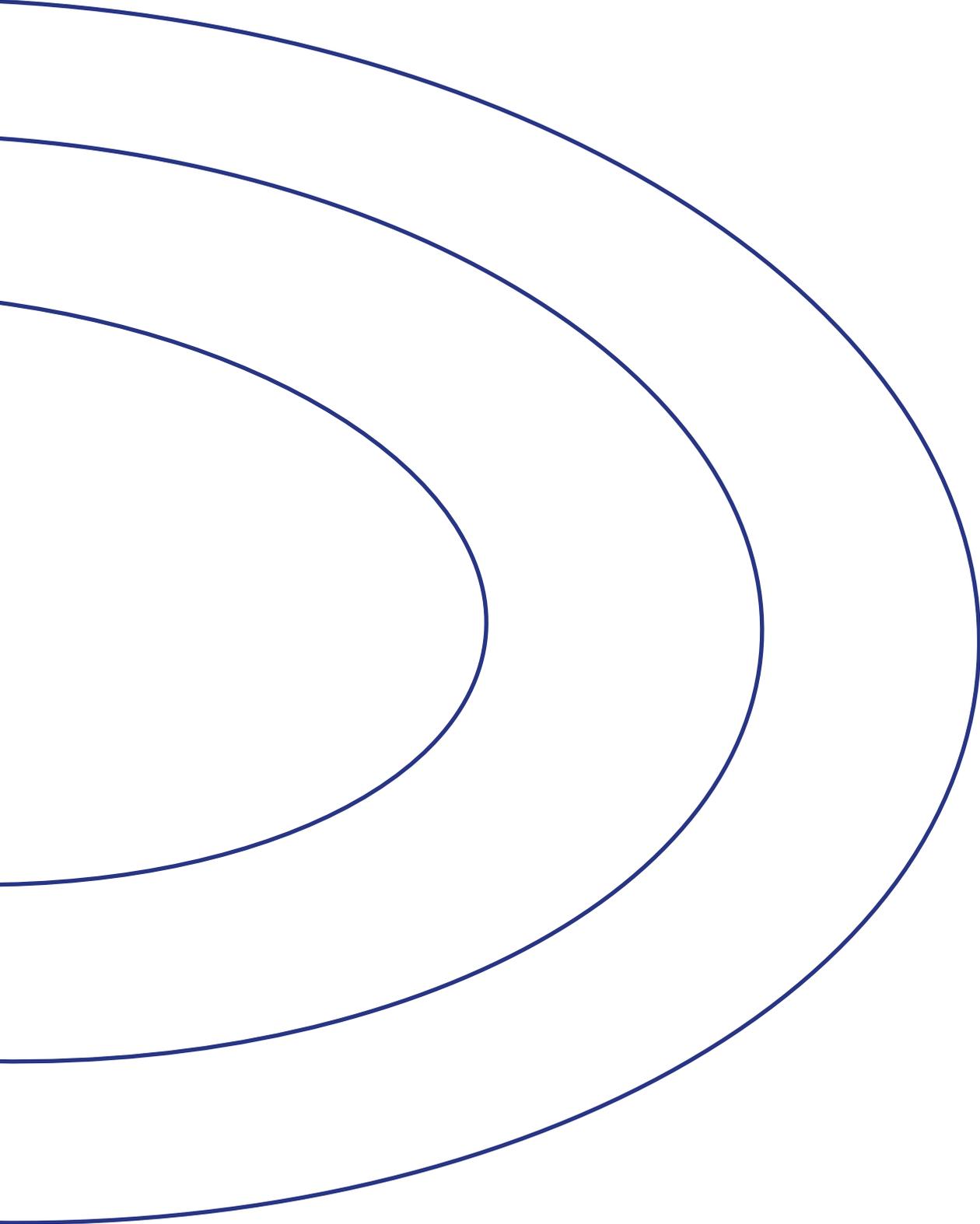
---

---



Unterstützungskreise





## Kernteam mit Radius



In den meisten Initiativen gibt es Personen, die sich als feste Teammitglieder verstehen, und Personen, die punktuell einzelne Bereiche übernehmen. Dies können entlohnte oder ehrenamtlich getragene Tätigkeiten sein. Diese Hutträger:innen übernehmen (zeitlich begrenzt oder langfristig) Verantwortung für bestimmte Themenbereiche und stehen als Ansprechpersonen zur Verfügung. Dieses Arbeitsblatt macht das Angebot, die eigenen Teamstrukturen und assoziierte Aufgabenbereiche und damit verbundene Personen sichtbar zu machen.

Dafür werden vier Kernbereiche als Unterteilung angeboten: Steuerung / interne Koordination, Ressourcen gewinnen, Außenwahrnehmung stärken sowie punktuelle Unterstützung. Diese können je nach Bedarf erweitert und verändert werden. Es ist möglich, diese Übersicht moderiert gemeinsam im Team zu füllen und die Aufgabenbereiche sichtbar auszuhängen, um Transparenz zu schaffen. Darüber hinaus kann die Übersicht als Methode eingesetzt werden, um Veränderungen im Team sichtbar und möglich zu machen.

Dafür können Hutträger:innen für einen begrenzten Zeitraum (z. B. für ein halbes Jahr oder während eines Veranstaltungszeitraumes) eingetragen und zum Ende dieses Abschnitts kann ein neuer Blick darauf diskutiert werden.

Das kann die Rollenklärung im Team unterstützen und Gesprächsanlass geben für folgende Fragen: Welche Rollen haben wir und welche brauchen wir (noch)? Was hat gut funktioniert in diesem Zeitraum und was nicht? Was brauchen wir jeweils als Hutträger:innen, um diese Rollen gut ausfüllen zu können? Welche Fähigkeiten haben wir jeweils, die vielleicht in einem anderen Bereich besser aufgehoben wären, oder ist es bereits stimmig? Wünscht sich jemand langfristig vielleicht eine andere Rolle oder auch verschiedene Aufgabenfelder? Möchte jemand etwas Neues ausprobieren? Welche Fähigkeiten können wir im Team weitergeben? Wohin möchten wir uns als Team entwickeln? Wie sind andere Teams aufgestellt und können wir das für uns übernehmen oder adaptieren?



**Steuerung / interne Koordination**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



**Ressourcen gewinnen**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



**Außenwahrnehmung stärken**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



**Punktuelle Unterstützung**

---

---

---

---

---

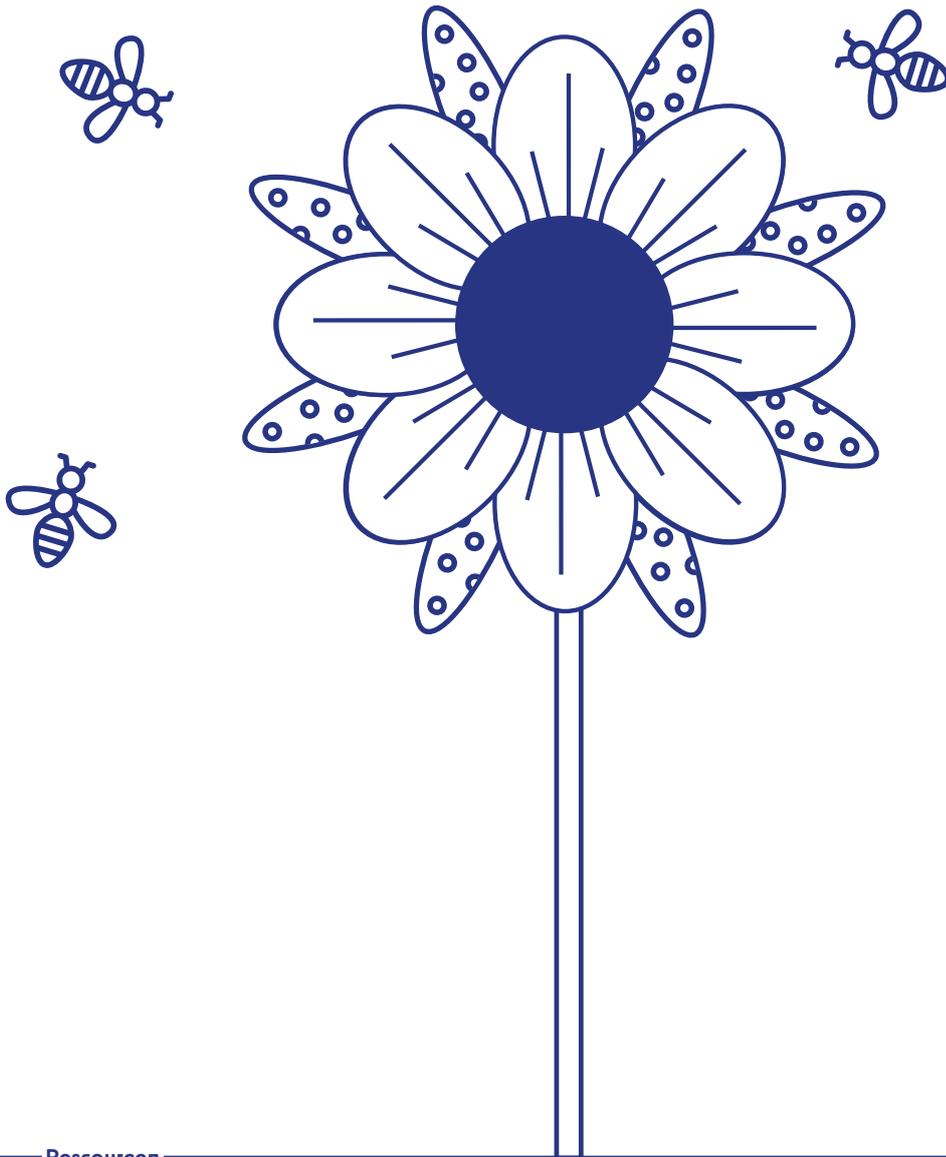
---

---

---

---

---



Ressourcen



Four horizontal dashed lines for writing.

# Veranstaltungs A-Z

## A

### Ablaufplan

- > Rechtzeitig mit der Erstellung beginnen
- > Kontaktangaben und Funktionen der Mitwirkenden/Akteur:innen/Helfenden erfassen
- > Ablauf chronologisch erfassen und evtl. nach Locations einteilen
- > Was macht wer wann wo und wer ist vor Ort zuständig
- > Evtl. Ablaufplan nach Aufgabenfeldern splitten
- > Auf-/Abbauplan (siehe dort) evtl. separat aufstellen
- > Regieplan einfügen
- > Zusammenfassung für (jede:n) Lieferant:in erstellen (Adresse, Eingang, Wegbeschreibung, was ist bei wem abzugeben, Kontaktangaben)
- > Aussendung mind. eine Woche im Voraus (auch wenn sich noch was ändern könnte – besser rechtzeitig als makellos)
- > Angepasste Version spätestens am Tag der Veranstaltung verteilen

### Abrechnung

- > Mit Künstler:innen, Lieferant:innen etc. vor Ort sicherstellen, falls nicht auf Rechnung
- > Nach der Veranstaltung gewährleisten
- > An erforderliche Stellen weiterleiten (z.B. GEMA)

### Absprachen

- > Regelmäßige Absprachen mit Team, Location, Catering etc. einplanen

### Anfahrt

- > Anfahrt gewährleisten
- > Zugang zur Location abklären
- > Zufahrten und Parkplätze ggf. genehmigen lassen und ausschildern
- > Anliefer-/Parkmöglichkeiten für Lieferant:innen

### Anmeldung

- > Anmeldung/Information bei Behörden und Verwaltungen (siehe auch *Behörden*)

### An- und Abreise

- > Anfahrtsmöglichkeiten zum Veranstaltungsort per Auto, ÖPNV, Bahn etc. inkl. Parkplätze, Links zu Bahn und ÖPNV sowie Übersichtspläne erstellen

### Auf- und Abbau organisieren

- > Auf- und Abbaupläne schriftlich dokumentieren
- > Verantwortlichkeiten benennen
- > Lieferungen und Abholungen koordinieren
- > Beschilderung (Parkplatz, Eingänge, Location, Backstage, Bühne, Fotoregeln etc.)
- > Nummerierung für Tische/Stühle etc.
- > Arbeitsschutz beachten (Gefährdungsanalyse/Unfallschutz)

## B

### Barrierefreiheit gewährleisten

- > Rampen / rollstuhlgerechte Gestaltung des Geländes, Behindertenparkplätze, Angabe von Rollstuhltaxis, Behindertentoilette ausschildern, Leihrollstühle etc.

### Behörden

- > Anmeldung der Veranstaltung bei den zuständigen Behörden (Landratsamt, Ordnungsamt, Straßenverkehrsamt etc.)
- > Beantragung der nötigen Genehmigungen (Ausschank alkoholischer Getränke (Gestattung nach § 12 Gaststätten-gesetz), Sperrstundenverlängerung, Straßensperrung, Fahrgenehmigung, Parkgenehmigung, Nachtfahr-genehmigung, Aufstellen von Toilettencontainern etc.)
- > Bei öffentlichen Veranstaltungen verlangen die Behörden auf jeden Fall Informationen zu folgenden Themen: Beeinflussung des öffentlichen Verkehrsraums, Nutzung öffentlicher Straßen/-abschnitte, Nutzung fliegender Bauten (z.B. Zelte, Tribünen, Fahrgeschäfte), Unterhaltungsangebote (Künstler:innen, Feuerwerk, Sky-Beamer etc.), Ausschank von Speisen und Getränken, Jugendschutz, Bewerbung der Veranstaltung, Gewährleistung der Sicherheit, Sicherheits-konzept, Lärmbelästigung, Information für Anwohnende
- > Überprüfung und Umsetzung des Veranstaltungsbescheids
- > Abnahme/Rundgang mit den Behörden (falls vorgeschrieben)

## Brandschutz

- > Brandschutzordnung/Versammlungsstättenverordnung beachten
- > Je nach Art der Veranstaltung, Anzahl der Gäste bei erhöhten Brandgefahren und an speziellen Örtlichkeiten ist die Anwesenheit der Feuerwehr und ggf. zusätzlich eine Brandwache vorgeschrieben
- > Präventiven und abwehrenden Brandschutz gewährleisten
  - Brände verhindern bzw. deren Ausbreitung vorbeugen
  - Im Falle eines Brandes Menschen und Tiere retten
  - Löscharbeiten so einfach wie möglich machen
- > Besonderes Augenmerk legen auf
  - Feuerlöscheinrichtungen und -anlagen
  - Rettungswege und Flächen für die Feuerwehr
  - Sitz- und Stehplätze nach dem Bestuhlungs- und Rettungswegeplan
  - Vorhänge, Ausstattungen, Requisiten und Ausschmückungen
  - Rauchen sowie Verwendung von offenem Feuer und pyrotechnischen Gegenständen

## Briefing

- > Schriftliches Briefing für Personal erstellen
- > Finales Briefing mit den jeweiligen Abteilungen am (Vor-)Tag der Veranstaltung

## Budget

- > Budget festlegen
- > Budgetübersicht erstellen und Einnahmen/Ausgaben fortlaufend dokumentieren
- > realistische Einnahmenrechnung erstellen: Eintrittsgelder, Spenden, Sponsor:innengelder
- > Vor der Veranstaltung: Gegenüberstellung „geschätzte“ Kosten – „geplante“ Einnahmen. (Tool, um einzuschätzen, ob weitere Einnahmen generiert, Sponsor:innen gefunden oder Eintrittspreise angepasst werden müssen.)
- > Nach der Veranstaltung: Abgleich der Soll- /Ist-Kosten mit tatsächlichen Ausgaben und Einnahmen. Wichtig: Abschlussrechnung erstellen!

# C

## Catering

- > Catering organisieren für Gäste, Künstler:innen, Crew etc.
- > Allgemein: Kann die Location Catering anbieten? Kann die Location Getränke anbieten? Gibt es feste Catering-Partnerschaften? Gibt es bei den Kosten Gestaltungsmöglichkeiten? Gibt es Catering-Empfehlungen/-Erfahrungen im Umfeld? Wenn möglich Testessen! Preisvergleich: Auch Pauschalen auf „pro Person“ umrechnen! Buchung: Abgesprochenes Paket schriftlich bestätigen lassen und Lieferzeiten/Abholtermine festlegen.
- > Speisen: Welche Form des Caterings passt zur Veranstaltung/ in den Ablauf? Fingerfood, Buffet, Menü, Mischform, immer eine vegetarische / evtl. vegane Variante einplanen, alle Bedürfnisse beachten.
- > Getränke: Gibt es eine Mindestabnahmemenge für Getränke? Können die Getränke auf Kommission bestellt werden? Welche Getränke sollen ausgeschenkt werden? Alkoholfreie Getränke: Wasser, Säfte, Limonaden / alkoholhaltige Getränke: Bier(e), Wein(e), Cocktails, Spirituosen / Heißgetränke: Kaffee, Tee? Zahlen die Personen die Getränke (ggf. zum Teil) selbst?

# D

## Danke

- > Dankeschreiben nach der Veranstaltung an Gäste, Helfer:innen, Sponsor:innen, Partner:innen etc. nicht vergessen (spätestens zwei Wochen nach Veranstaltung)

## Dekoration

- > Raumgestaltung, Ausstattung, Tischdekoration, Floristik, Tischwäsche etc. planen und ggf. Dienstleistungen hinzuziehen

## Dienstleister:innen

- > Dienstleister:innen/Lieferant:innen auswählen und buchen (Veranstaltungstechnik, Mobiliar, Ausstattung, Dekoration, Catering, Foto/Film etc.)

## Dokumentation

- > Fotograf:in, Videoteam zur Veranstaltungsdokumentation buchen
- > Detailliertes Briefing vorab für Fotograf:in oder Filmteams: Wer muss fotografiert werden, welche Bilder werden benötigt?
- > Fotos/Videos vom Event für Sponsor:innen und Partner:innen anfertigen (lassen)
- > Ausschuchen der verwendbaren Motive
- > Ggf. Bereitstellung online/Postversand

## Dresscode

- > Für Personal festlegen: Kleidungsart (Shirts, Hosen, Jeans etc.) und Farben/Logo/Motto

# E

## Einladungen

- > Einladungen gestalten und verschicken an Gäste, Presse etc.
- > Bei der Gestaltung aller Drucksachen auf Kontinuität und gleiches Layout achten

## Eintrittspreis

- > Ggf. Eintrittspreise für (Einzel-)Veranstaltung festlegen

## Entsorgung

- > Sammeln, transportieren, verwerten
- > Müllentsorgung organisieren (Behälter, Container, Tonnen)
- > Mülltrennung beachten (Speisereste, Verpackungsmüll, Restmüll etc.)

## Evaluierung

- > Qualitative und quantitative Ziele messen
- > Wie kam das Event bei der Zielgruppe an?
- > Wurden die im Eventkonzept gesetzten Ziele erreicht?
- > Feedback/Umfragen der Teilnehmenden und Beteiligten nach der Veranstaltung einholen

# F

## Feedback

- > Nachbesprechung im Projektteam
- > Verbesserungsvorschläge schriftlich festhalten!
- > Wichtig: Offene und konstruktive Nachbesprechung mit den Hauptbeteiligten – was ist gut, was ist schlecht gelaufen?

## Feuerwehr

- > Siehe auch *Brandschutz*

## Finanzierung

- > Finanzierung der Veranstaltung planen (Eintrittsgelder, Sponsoring, öffentliche Gelder, Werbeeinnahmen, Standgebühren etc.)
- > Einnahmenrechnung erstellen: Eintrittsgelder, Spenden, Sponsor:innengelder etc.

# G

## Gäste

- > Gästeliste schreiben
- > Ehrengäste spezifizieren (öffentliche Würdenträger:innen, Sponsoringpartnerschaften, Prominente etc.)
- > Finale Anzahl der Gäste eruieren und weiterleiten

## Garderobe

- > Garderobe inkl. Personal, Garderobenmarken, Kleiderbügel etc. organisieren

## GEMA

- > Anmeldung GEMA für das Abspielen von Tonträgern jeder Art (CD, Video, MP3, Streaming etc.) oder für Auftritte von Livemusiker:innen (auch bei kostenfreiem Auftritt)
- > Für Benefiz-Veranstaltungen gewährt die GEMA u.U. Ermäßigung!
- > Infos: <https://www.gema.de/hilfe/musiknutzer/>

## Geschenke

- > Geschenke und Give-aways organisieren

## Gesetz

- > Gesetzliche Vorgaben und Vorschriften berücksichtigen – Versammlungsstättenverordnung, Straßenverkehrsordnung etc. (siehe auch *Behörden*)

# H

## Helfer:innen

- > Helfer:innen für Auf-/Abbau, Bühne, Technik, Kasse, Einlass, Registrierung, Empfang, Garderobe, Infocounter etc. organisieren



## Hotel

- > Hotelzimmer buchen für Künstler:innen, Gäste, Mitarbeitende etc.

# I

## Infomaterial

- > Informationsmaterial für Gäste anfertigen
- > Detailinformationen/Änderungen an Gäste/Teilnehmende senden (Ablauf, Anfahrt, Parken, Hotel etc.)

## Infrastruktur

- > Infrastruktur abklären und buchen (Möbel, Nebenräume/-gebäude, Sanitäranlagen etc.)

# K

## Karten

- > Kartenvorverkauf planen
- > Vorverkaufsstellen festlegen
- > Onlineportale programmieren
- > Gedruckte Karten zum Verkauf verteilen

## Kassen

- > Hand- und Registrierkassen organisieren und vorbereiten

## Kommunikation/Marketing

- > Kommunikationskonzept erstellen und durchführen
  - Tonalität (Duzen oder Siezen)
  - Definition der wichtigsten Begriffe der Veranstaltung: Motto/Slogan/Veranstaltungs-Hashtag definieren
  - Konsistente Online- und Offline-Kommunikation planen und ggf. bestellen über alle Kanäle
    - Intern: persönliche Kontakte, E-Mail-Verteiler, Datenbank
    - Eigene: Homepage
    - Klassisch: Plakate, Flyer, Banner, Anzeigen, Presse
    - Soziale Medien
    - Ad Grants – kostenfreie Werbung
    - Opinion Leader: Menschen gewinnen, die Informationen verbreiten
- > Partner:innen und Sponsor:innen-Logos nicht vergessen (evtl. Druckfreigabe einholen)

- > Titel entscheidet darüber, ob weitergelesen wird oder nicht. Untertitel unterstützt den Titel und liefert weitere Informationen. Im eigentlichen Text werden Sachfragen klar beantwortet:
  - Wann und wo findet die Veranstaltung statt?
  - Wie ist eine Teilnahme möglich? (Wo sind z.B. Eintrittskarten erhältlich?)
  - Wie gelangen Teilnehmende zum Veranstaltungsort?
  - Warum sollte eine Person teilnehmen? Welchen Mehrwert bietet die Veranstaltung?
  - Wo gibt es weitere Informationen?

## Kontrolle

- > Das Projektteam über alle Schritte auf dem Event informieren
- > Terminbestätigungen von Location, Catering, Künstler:innen etc. einholen
- > Notfallplan erstellen

## Konzept

- > Art des Events festlegen (Präsenz, hybrid, virtuell)
- > Veranstaltungskonzept erstellen (Ziele, Thema, Motto, Preise, Konkurrenz etc.)
  - Eckdaten des Events (Ausgangssituation, Zielvorgaben, Anlass des Events, Termin und Zeitrahmen etc.)
  - Deckblatt (Veranstalter:in, Titel, Datum der Konzepterstellung, Agentur/ Verantwortliche:r Person)
  - Event-Ziele und Event-Zielgruppe
  - Zentrale Botschaft, die vermittelt werden soll
  - Vorüberlegungen/Ideenfindung
  - Zentrale Eventidee (z.B. Motto, roter Faden)
  - Ablauf des Events (Timetable)
  - Inhalte des Events / Details der Umsetzung: Einladungen bzw. Bekanntmachung des Events, Rahmenprogramm usw.
  - Eingebundene Leistungen wie Location, Catering, Künstler:innen, Technik, Hotel, Transport, Dekoration, Logistik etc.
  - Begleitende Kommunikation (z.B. Promotion, PR-Maßnahmen, Social Media)
  - Budgetplan/Kostenkalkulation
  - Zeitplan mit Meilensteinen (wesentliche Aufgaben innerhalb der Planung vom Zeitpunkt der Präsentation bis zum Event)
  - Nachbereitung des Events

## Kosten

- › Kosten kalkulieren und realistische Kostenaufstellung erstellen
- › Wirklich alle Kostenarten einbeziehen: Einladungen (Drucksachen, Grafik, Versand), Location (Miete, Nebenkosten, Strom, Reinigung), Dekoration/Ausstattung, Künstler:innen/Moderation/Referent:innen (Gagen, GEMA, KSK), Technik (Ton, Licht, Equipment), Catering (Personal, Geschirr, Lieferung, Entsorgung), weitere Dienstleister:innen (z.B. Fotograf:innen/Filmteam), Lizenzen, Vermarktung der Veranstaltung und eventuelle Reise-/Hotelkosten für Mitarbeitende, Personalkosten aus Konzeption/Planung/Koordination etc., Beratungsleistung/Agenturleistung, Versicherungen, Fahrtkosten etc.
- › Auch versteckte Kosten hinzurechnen: Transportkosten, Lieferkosten von Drucksachen, Müllentsorgungskosten etc.
- › Brutto- und Nettopreise beachten
- › Tipp: immer schriftliche Angebote erstellen
- › Örtliche Steuern und Abgaben berücksichtigen
- › Gesamte Kosten und auch die Kosten pro teilnehmende Person berechnen (Kalkulation wird übersichtlicher)

## Künstler:innen

- › Künstler:innen, Musiker:innen, Moderation, Referent:innen etc. buchen und Verträge abschließen
- › Briefing für Beteiligte erstellen und kommunizieren

## Künstlersozialkasse (KSK)

- › Veranstaltungen mit vergüteten Live-Auftritten von Künstler:innen und Publizist:innen sind abgabepflichtig
- › Gelegenheitsveranstalter:innen – weniger als drei Veranstaltungen pro Jahr – sind von der KSK befreit (mit Antrag!)
- › Infos: [www.kuenstlersozialkasse.de](http://www.kuenstlersozialkasse.de)

# L

## Lebensmittelgesetz

- › Einhaltung lebensmittelrechtlicher Anforderungen aus Gründen des Gesundheits- und Verbraucherschutzes – das Lebensmittelgesetz ist strikt zu beachten!
- › Bei öffentlichen Events dürfen Lebensmittel nicht ohne Weiteres verkauft werden (gilt auch für selbst hergestellte Kekse und Kuchen, Suppen, Fingerfood usw.)
- › Mindestens eine beteiligte Person muss frühzeitig vom Gesundheitsamt belehrt werden
- › Rechtzeitig informieren zur Lebensmittelhygiene-Verordnung und Verantwortlichkeiten

- › Verkaufsstände: Fester, staubfreier Untergrund/Dach, Pavillon oder Schirm zum Schutz / Spuckschutz / ausreichend, leicht zu reinigende Arbeitsfläche / Spülmöglichkeit mit Kalt- und Warmwasser in Trinkwasserqualität / separates Handwaschbecken mit Seife, Handtuch, Desinfektionsmöglichkeit / Trinkwasserschläuche mit Zertifikat bzw. Zulassung
- › Hygiene/Lagerung: Lebensmittel nicht direkt auf dem Fußboden, kühlpflichtige Lebensmittel ausreichend kühl lagern und transportieren (2 °C bis max. 7 °C) / getrennter Arbeitsbereich für Geflügel / zubereitete warme Speisen bei mind. 65 °C lagern und transportieren
- › Warenkennzeichnung: Preise, Abgabemengen, Zusatzstoffe gut sichtbar anbringen, Allergenkennzeichnung auch bei ehrenamtlichen Veranstaltungen zu empfehlen
- › Schankanlagen: verwendungsfertige, transportable Anlagen verwenden, zwei Spülbecken oder Gläserspülmaschine vorhalten (Trinkwasser!), befestigter Boden im Schankbereich, Anmietung einer mobilen Getränke-Schankanlage nur unter Nachweis/Aushändigung aller notwendigen Sicherheits-, Prüf- und Betriebsnachweise
- › Tipp: Die Abgabe von Getränken in Flaschen spart Kosten und Pflichten

## Location

- › Location finden, festlegen und buchen
- › benötigte Größe der Location, Personkapazität, Erreichbarkeit, Parkplätze berücksichtigen
- › Passen Image und Atmosphäre der Location zur geplanten Veranstaltung zur Zielgruppe?
- › Tipp: Maßstabsgerechte Bestuhlungspläne für die Location anfragen
- › Festlegung der Bestuhlung / Aufstellung von Tischen: in welcher Form (Konferenz, Reihe, Gala, Stehtische)?
- › Location für die Veranstaltung vorbereiten (Garderoben, Spiegel, Handtücher etc.)
- › (General-)Schlüssel/Schlüsselkarten für Location besorgen

## Locationcheck

- › Was ist vorhanden: Bühne, Mobiliar, Pult, Beleuchtung, Deko usw.?
- › Technik: WLAN, Beamer, Adapter, Leinwand, Pinnwand, Flipchart, Moderationskoffer, Overheadprojektor, Diaprojektor, Mikrofon, Lautsprecher, Kabelmaterial
- › Zusätzliche Räumlichkeiten: Toiletten, Garderoben, Stauraum/Lager, Cateringraum, Veranstaltungsbüro inkl. Infrastruktur



- > Maße, technische Gegebenheiten, Notausgänge/Fluchtwege, Stromanschlüsse etc. vermerken
- > Beschilderung, Schlüssel
- > Bauliche Problematiken (Belastungen, Säulen, Trennwände, Verdunklung. etc.)
- > Personal vor Ort: Ansprechpersonen, Techniker:innen, Sicherheitsdienst, Notfallversorgung
- > Behördliche Auflagen, Reinigung, Vertragsbindungen (Catering, Technik etc.)

## M

### Marketing

- > Siehe auch *Kommunikation*

### Mobiliar

- > Stühle, Sitzgelegenheiten, Tische, Stehtische, Podium usw. organisieren

### Motto

- > Festlegen (ggf.)

## N

### Namensschilder

- > Namensschilder, Lanyards, Einlassbänder und Eventpässe anfertigen

## O

### Ordnungsamt

- > Für die Nutzung öffentlicher Flächen kontaktieren
- > Alle notwendigen Genehmigungen beantragen
- > Siehe auch *Behörden*

## P

### Parkplätze

- > Genügend Parkplätze zur Verfügung stellen
- > Auf Grünflächen, in Straßen, am/um das Veranstaltungsgelände, auf Privatgelände, befestigt/unbefestigt, Tiefgaragen/Parkhäuser etc.

- > Für Autos, Fahrräder, Motorräder, Shuttlefahrzeuge, Frauen/Familien, Behinderte, VIPs, Taxistandplätze, Busse, Wohnmobile, Beschäftigte, Lieferant:innen etc.
- > Beteiligte Partner:innen/Behörden: Straßenverkehrsamt, Ordnungsamt, Verkehrsleitzentrale, Straßen-/Tiefbauamt, ggf. Grünflächenamt, Veranstaltungsort, Veranstalter:in, Parkplatzbetreibende, Polizei etc.
- > Parkplatzeinweiser:innen engagieren, Richtwert: pro 100 Besucher:innen 50 wetterfeste Parkplätze mit ausreichender Beleuchtung

### Partnerschaften

- > Partner:innen, Sponsor:innen, Medienpartner:innen finden
- > Branding und Werbung der Partnerschaften anbringen und verteilen

### Pläne

- > Übersichtspläne erstellen (Lageplan, Raumplan, Bestuhlungsplan, Fluchtwegeplan etc.)

### Presse

- > Bewerbung der Veranstaltung/Presseausendung
- > Pressekonferenz vorab einplanen
- > Pressevertretung einladen: Presse/Radio/TV
- > Meldung der Veranstaltung an örtliche/regionale Presse (redaktioneller Beitrag, Anzeigen, Beilagen etc.)
- > Nachbericht an Presse aussenden
- > Presseclipping: Berichte über die Veranstaltung sammeln und zusammenstellen

### Projektteam

- > Projektteam erstellen und Aufgaben verteilen
- > Wichtig: klare Aufgabenverteilung und eindeutige Kommunikation
- > Festlegung eines Hauptverantwortlichen / einer Hauptverantwortlichen für die Kontrolle des Ablaufs vor Ort
- > Je nach Größe der Veranstaltung / Menge der Programmpunkte weitere Verantwortliche festlegen (Technische Leitung, Programmleitung, Künstler:innenbetreuung, verantwortlicher Service (Essen/Getränke)
- > Für kurzfristige Aufgaben siehe auch *Runner*

## R

### Rahmenprogramm

- > Siehe auch *Konzept*

### **Raumbedarf ermitteln**

- › Platzbedarf pro Person: Stehtische 0,5 m<sup>2</sup> pro Person / Biertische und -bänke 0,8–1 m<sup>2</sup> pro Person / rechteckige Tische mit Stühlen 1,2–1,5 m<sup>2</sup> pro Person / Runtische mit Stühlen 1,5–2 m<sup>2</sup> pro Person

### **Reinigung**

- › Zwischen- und Endreinigung der Location organisieren
  - Reinigung vor Beginn des Events (Reinigen von Tischen, Gläsern, Stühlen, Böden und Entsorgung leerer Verpackungen)
  - Reinigung während des Events (Reinigen von Tischen, Waschen von Geschirr, Entfernen von Unrat, Leeren der Mülleimer sowie diskrete Reinigung der Toiletten)
  - Endreinigung (gründliche Reinigung des gesamten Geländes und Entsorgung des angefallenen Mülls)

### **Rotes Kreuz**

- › Ab einer bestimmten Personenzahl ist die Anwesenheit von Sanitäter:innen und ggf. eines Krankenwagens vorgeschrieben
- › Örtliche Versammlungsstättenverordnung beachten!

### **Runner**

- › Evtl. Runner/Springer:innen für kurzfristige Ausfälle und unerwartete Aufgaben organisieren

## **S**

### **Sicherheit**

- › Sicherheitskonzept erstellen bzw. in Auftrag geben (Security, Notausgänge etc.)
- › Sicherheitspersonal/Security/Ordner:innen organisieren
- › Sanitätsdienst, Feuerwehr, Polizei (bei Bedarf) anfordern
- › Ordnungsdienst (je nach Art und Besuchszahlen bzw. Gefährdungsgrad der Veranstaltung) – keine pauschale Vorgabe, ggf. bei der zuständigen Behörde erkundigen

### **Strom**

- › Strom für Ton, Licht, Kühlung, Wärme oder die Zubereitung von Lebensmitteln
- › Strombedarf eruiieren und weitergeben
- › Stromanschlüsse/Stromkästen/Stromerzeuger/Stromverteiler bestellen
- › Kabelbrücken, Kabelmaterial Gerüste etc. einplanen

- › Maximal mögliche Geräte pro Steckdose ermitteln: Schukostecker 230 V (max. 3,5 kW) / Starkstrom 16 A (max. 11 kW), 32 A (max. 22 kW), 63 A (max. 43 kW)

## **T**

### **Technik**

- › Geplante Technik festlegen (Bühne, Lautsprecher, Mikrofone, Videoübertragung, Beleuchtung, Leinwand, Regiepult etc.)
- › Bühnenanweisung / technische Anforderungen der Künstler:innen prüfen und einplanen
- › Techniktest am (Vor-)Tag der Veranstaltung

### **Teilnahmemanagement**

- › Kommunikation mit Teilnehmenden online und offline (vor, während und nach) der Veranstaltung

### **Telefonliste**

- › Telefonlisten mit den wichtigsten Kontakten für alle Beteiligten erstellen und ausgeben

### **Termin**

- › Termin finden, fixieren und intern kommunizieren
- › Ferien, Feiertage, Urlaubszeiten, länderspezifische Besonderheiten, mediale Großereignisse etc. berücksichtigen
- › Toiletten (Müssen zusätzliche Toiletten angemietet werden?)
- › Richtwert: bis 200 Personen fünf WCs und Handwaschmöglichkeiten

### **Transport**

- › Shuttle- und Transferservice organisieren
- › Fahrtrouten, Fahrtzeiten, Veranstaltungen, Warentransporte und Tankstopps koordinieren
- › Koordination mit ÖPNV, zur Verfügung gestellten Fahrzeugen, Busunternehmen etc.

## **U**

### **Unterkunft**

- › Hotels für Gäste, Künstler:innen, Partner:innen, Sponsor:innen, Mitarbeitende, ggf. Lieferant:innen buchen
- › Kosten für Übernachtungen klären (Kostenübernahme oder Selbstzahlung)



# V

## Veranstaltungsgenehmigung

- > Nötige Genehmigungen einholen
- > Siehe auch *Behörden*

## Veranstaltungskalender

- > Veranstaltung in örtliche und überregionale Veranstaltungskalender eintragen
- > Auch Veranstaltungskalender von Partner:innen und Sponsor:innen berücksichtigen
- > Eigene Veranstaltungsseiten für Social Media erstellen

## Verantwortliche

- > Verantwortliche für die einzelnen Bereiche festlegen: Teilnehmernmanagement, Organisation von Location, Künstler:innen, Referent:innen und Dienstleister:innen (Catering, Technik, Dekoration u. a.), Kommunikation (Grafik, Foto, Film u. a.) etc.
- > Siehe auch *Projektteam*

## Verpflegung

- > Catering für Team und Akteur:innen organisieren
- > Siehe auch *Catering*

## Versicherungen

- > Jede öffentliche Veranstaltung versichern
- > Veranstalter:in haftet persönlich und in voller Höhe für eventuelle Schäden
- > Nötige Versicherungen abschließen (Haftpflichtversicherung, Ausfallversicherung, Versicherung für Veranstaltungstechnik etc.)

## VIPs

- > Betreuung von (Ehren-)Gästen, Künstler:innen, Partner:innen organisieren

# W

## Wechselgeld

- > Wechselgeld für Kasse/Gastro etc. bereitstellen

## Wegbeschreibung

- > Wegbeschreibung für Gäste anfertigen
- > Siehe auch *An- und Abreise*

## Werbematerial

- > Eigenes Werbematerial und von Partner:innen auslegen
- > Siehe auch *Kommunikation*

## WLAN

- > WLAN/Internet in Location sicherstellen und kommunizieren

# Z

## Zeitplan

- > Je nach Veranstaltungsgröße und -umfang den größtmöglichen Zeitvorlauf einplanen
- > Wann muss was erledigt sein (chronologische Zeitleiste)?
- > Pufferzeiten einplanen
- > Überblick verschaffen, welche Aufgaben von anderen abhängig sind

## Zeitpunkt

- > Datum/Uhrzeit/Dauer/Ersatzzeitraum
- > Ferienzeiten, Feier- und Brückentage, aber auch relevante Fußballübertragungen und andere Großveranstaltungen vor Ort und im Umkreis berücksichtigen

## Ziel

- > Ziel der Veranstaltung festlegen (Bekanntheit steigern, MINT-Bildung Kinder, Kontaktpflege, Motivation, Einnahmen/Spenden etc.)

## Zielgruppe

- > Zielgruppen und passende Medien definieren (herausfinden, wo sich die Angehörigen der definierten Zielgruppe online und offline aufhalten und entsprechendes Kommunikationsmodell wählen)
- > Ansprache über mehrere Kanäle erforderlich
- > Zielgruppengerecht platzieren – z.B. gezielt Werbeanzeigen
- > Wie erreicht man weitere Interessengruppen?

Silicon Vilstal

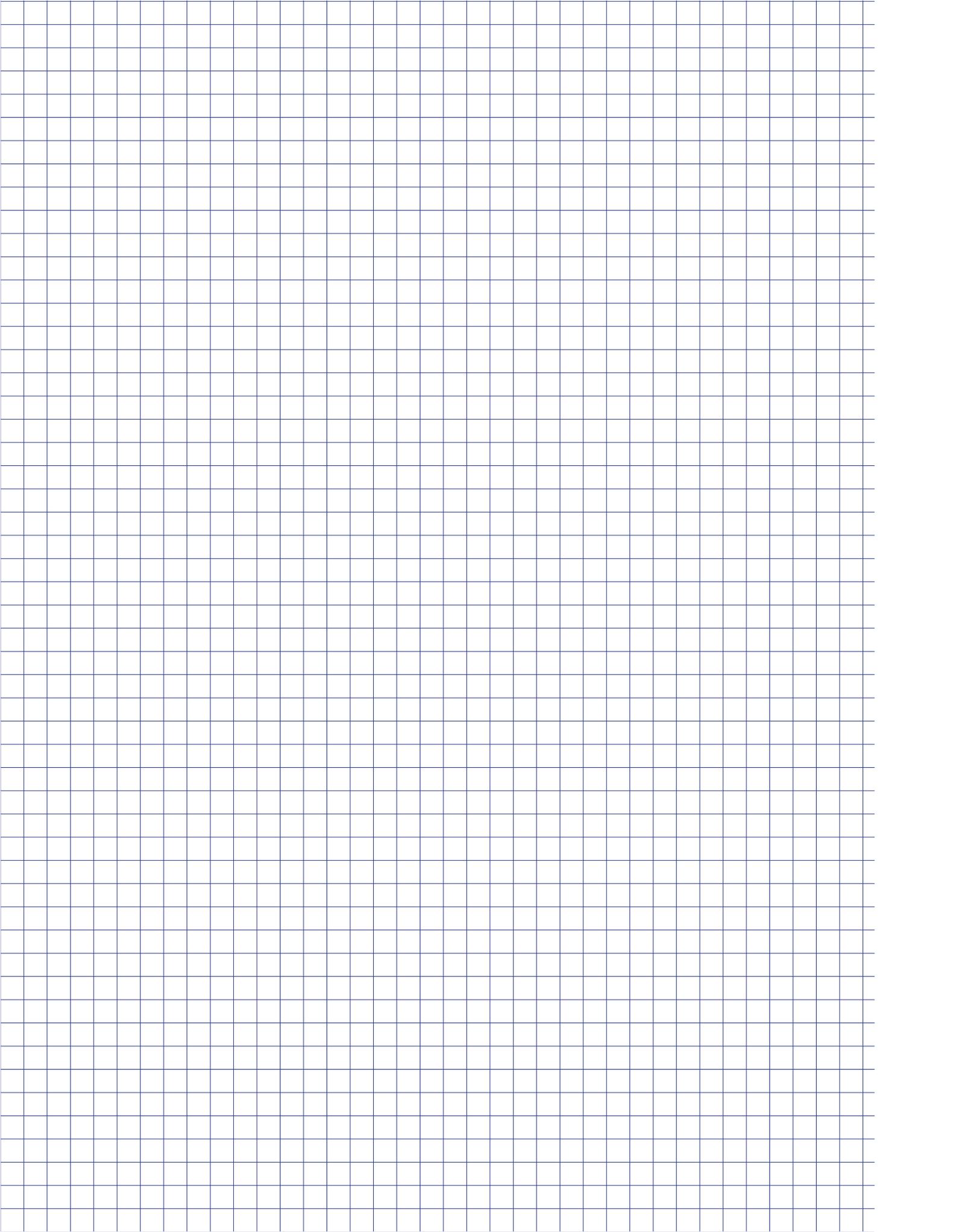




Schaffen wir es, Inspiration zu schaffen?

Schaffen wir es, gute Qualifizierungsangebote zu schaffen?

Schaffen wir es, eine Infrastruktur zu schaffen,  
die Ideen befördert und nicht hemmt?



# Mitwirkende

In dieser Publikation sind viele mitwirkende Personen in Aktionen sichtbar geworden. Namentlich genannt werden im Folgenden diejenigen Personen, die darüber hinaus in Interviews und Workshops ihr Erfahrungswissen zur Verfügung gestellt haben und EINFACH

MAL MACHEN ermöglicht haben. Die Biogramme oder Zitate der Personen sind selbst verfasst und übernommen worden. Die Reihenfolge der Personen wurde alphabetisch bestimmt.



## **Natascha Brunner**

Projektmanagerin des Ortsmitte-2.0-Pilotprojekts der Initiative Silicon Vilstal. Als Dreh- und Angelpunkt vernetzt und aktiviert sie die Beteiligten. Natascha Brunner hat ein Bachelorstudium in Tourismusmanagement an der Hochschule Kempten abgeschlossen und studierte danach Nachhaltige Entwicklung an der Universität von Uppsala in Schweden. Trotz großer Reiselust und zahlreicher längerer Auslandsaufenthalte auf der ganzen Welt ist sie heimatverbunden und weiter bei Silicon Vilstal tätig.



## **Hans-Ulrich Danner**

**Ich bin bei Silicon Vilstal für Gründungsförderung, insbesondere das Start-up-Katapult beim jährlichen Festival, zuständig.**



## **Andrea Finger**

Andrea Finger, Kulturmanagerin bei Silicon Vilstal, ist verantwortlich für Projekte im Kultur- und MINT-Bereich. In der Silicon-Vilstal-Ideenwerkstatt organisiert sie MINT-Projekte und -Workshops für Kinder und Jugendliche, bei denen sich die Kids kreativ ausprobieren können und gleichzeitig neue Techniken und digitale Medien kennenlernen. Aber auch Kulturprojekte für Erwachsene setzt sie um, wie zum Beispiel Audiowalks, die Zuhörende ihre Heimat von einer ganz anderen Seite kennenlernen lassen.



### **Carina Forsthofer**

Carina Forsthofer ist bei Silicon Vilstal für das Eventmanagement verantwortlich. Nach ihrem Studium im Medienbereich und Auslandsaufenthalt hat es sie in ihre Heimat Landshut zurückgezogen, wo sie nun in der Automobilindustrie arbeitet und sich in ihrer Freizeit für Kultur und Innovation auf dem Land engagiert.



### **Stephanie Pettrich**

Betriebswirtin B.A. mit Moderatoren- und Mediatorenausbildung in den USA (NCRC). Stephanie Pettrich ist seit 2016 externe Projektmanagerin beim Markt Geisenhausen im Rahmen des Städtebauförderprogramms „Lebendige Zentren“. Sie kümmert sich um die Vernetzung der Akteur:innen und Attraktivitätssteigerung im Ortskern unter anderem durch Etablierung eines Wochenmarktes, regelmäßige Events und die Konversion von Ladenflächen zu einem Concept Store. Sie ist Vorstand der IDENTITÄT & IMAGE Coaching AG, die sich auf die strategische Gestaltung und praktische Umsetzung von Stadtentwicklungsprozessen unter Einbindung der Bürgerschaft spezialisiert hat.



### **Helmut Ramsauer**

Veränderungsunternehmer. Gründer und ehrenamtlicher Geschäftsführer der gesellschaftlichen Innovationsplattform Silicon Vilstal.

© Sonja Herpich



### **Josef Reff**

**Als Bürgermeister liegt mir das Miteinander in einer Gemeinde sehr am Herzen. In Verbindung mit zukunftsweisenden Ideen stellt es für mich das Optimum dar.**



© Kristoffer Schwejze

### **Markus Sauerhammer**

Markus Sauerhammer war Landwirt, Gründer und Gründungsberater. Er hat einen Abschluss als Diplom-Wirtschaftsingenieur (FH) der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf sowie einen Executive MBA in „Innovation and Business Creation“ der TU München und UC Berkeley. Bei der Crowdfunding-Plattform Startnext war er für Kooperationen verantwortlich und hat zuletzt als Gründungsvorstand beim Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e.V. (SEND) die politische Arbeit aufgebaut. Aktuell arbeitet er über den Zukunftsacker an weiteren Lösungsbausteinen für die Gestaltung einer enkelfähigen Zukunft!



© Anja Köhne

### **Eva Clara Tenzler**

Prozessbegleitung und Autorin für künstlerische und zivilgesellschaftliche Initiativen sowie für Transformation in Organisationen. Langjährige Tätigkeit als Projektreferentin, Beraterin und Referentin für Öffentlichkeitsarbeit in Kultur- und Bildungseinrichtungen. Studium Philosophie-Künste-Medien (B.A.) in Hildesheim mit den Forschungsschwerpunkten Phänomenologie, Philosophische Praxis und transkulturelle Philosophien. Anschließend berufsbegleitendes Studium Kulturelle Bildung an Schulen (M.A.) in Marburg mit Fokus auf Rahmenbedingungen von Institutionen und künstlerischer Arbeit sowie die Gestaltung von interdisziplinären Formaten und Beratungsangeboten. Aktuell in Ausbildung zur Systemischen Beraterin (SG/DGSF).



### **Hermann Vogelgsang**

Hermann ist in der Initiative für Service und Logistik zuständig und plant und organisiert das Silicon Vilstal Erlebnisfestival.



### **Alexander Zeilmeier**

**Mein Herz schlägt für die Zukunftsfreude, und diese möchte ich jedem vermitteln. Darum begeistern wir Jung und Alt durch tolle Erlebnisse in Form von MINT-Workshops und Technik, die Lust auf mehr macht.**

# Methodik

Die Initiative Silicon Vilstal ist in der Marktgemeinde Geisenhausen in Niederbayern aktiv und hat 2021/22 das Pilotprojekt „Ortsmitte 2.0“ umgesetzt. Dieser Zeitraum wurde im Rahmen der vorliegenden Untersuchung zur Erforschung von möglichen Gelingensbedingungen und Hürden dieses Prozesses begleitet. Dies beruht auf zwei zentralen methodischen Bausteinen: Den Schwerpunkt bildet eine qualitative, leitfadengestützte Befragung. Dafür wurden 60- bis 90-minütige Interviews mit dem Kernteam der Initiative Silicon Vilstal sowie mit beteiligten kommunalen und überregionalen Akteur:innen geführt. Darüber hinaus erfolgten Beobachtungen in Teamprozessen, während des Silicon Vilstal Erlebnisfestivals und in Arbeitsprozessen vor Ort und digital. Das Material wurde transkribiert und mittels Inhaltsanalyse aufbereitet. Daran anschließend wurden die Ergebnisse in Workshops und Gesprächsrunden mit der Initiative und dem Team der Wüstenrot Stiftung (Manuel Slupina

und Dr. René Hartmann) reflektiert und gemeinsam entwickelt. Ziel dieser Erarbeitung war es, Praxisempfehlungen aus dem Erfahrungswissen der Initiative herauszuarbeiten, um grundlegende Prinzipien für wirksames Engagement sichtbar und anwendbar zu machen. In Zusammenarbeit mit dem Grafiker Erik Weber wurden Prototypen entwickelt und diese im Austausch mit der Initiative diskutiert, verworfen und neu gestaltet. Die vorliegende Gestaltungsvariante der „Blaupause“ ist in Anlehnung an Fragestellungen zur (Nicht-)Übertragbarkeit von Ideen und Lösungsangeboten entstanden. Die Anmutung an ein Hausaufgabenheft und die damit verbundenen Arbeitsmaterialien resultierten aus wiederkehrenden Beschreibungen des Befähigungsansatzes der Initiative als ein „Verteilen von Hausaufgaben“ für andere Akteur:innen. Text und Gestaltung wurden mehrstufig mit der Initiative Silicon Vilstal abgestimmt und erarbeitet.

# Dank

Mein Dank gilt den Menschen, die mich in Gesprächen und teilnehmend vor Ort haben teilhaben lassen an ihren Gedanken, Motivationen und Taten. Dass ich zuhören und diesen Prozess begleiten durfte und dass dieser Praxisleitfaden Herausforderungen, Möglichkeiten und die Botschaft, dass wir selbst wirksam werden können, nun mit anderen teilen darf. Dafür danke ich namentlich Natascha Brunner, Hans-Ulrich Danner, Andrea Finger, Albert Fischer, Carina Forsthöfer, Jessica Häckl, Stephanie Pettrich, Helmut Ramsauer, Josef Reff, Markus Sauerhammer, Hermann Vogelsgang und Alexander Zeilmeier. Darüber hinaus danke ich der Wüstenrot Stiftung für die Unterstützung dieser Publikation im Rahmen

des Fellowships. Die vertrauensvolle Zusammenarbeit in Feedbackgesprächen und Diskussionsrunden mit Dr. René Hartmann und Manuel Slupina war mir eine besondere Bereicherung. Danke für die Geduld und Achtsamkeit in diesem Prozess sowie die Ernsthaftigkeit und kritische Würdigung der praktischen Fragestellungen dieser Untersuchung. Danke, Claudia Hefner, für den gemeinsamen konstruktiven Austausch und Dein wertschätzendes Interesse für dieses Projekt. Danke, Erik Weber, für die grafische Umsetzung des Leitfadens und die gemeinsame Konzeption der Gestaltung, für die Du Dich in die inhaltlichen Untiefen der Strukturen mithineinbegeben hast.

# Impressum

Eva Clara Tenzler

## EINFACH MAL MACHEN

Ein Praxisleitfaden für wirksames Engagement vor Ort

Die wissenschaftliche Bearbeitung des Projekts durch Eva Clara Tenzler erfolgte im Rahmen des Fellowship-Programms der Wüstenrot Stiftung.

Originalausgabe September 2023

© Wüstenrot Stiftung

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Sämtliche, auch auszugsweise Verwertung bleibt vorbehalten.

Herausgegeben von:

Wüstenrot Stiftung

Hohenzollernstraße 45

71638 Ludwigsburg

info@wuestenrot-stiftung.de

www.wuestenrot-stiftung.de

Silicon Vilstal gUG (haftungsbeschränkt)

Hauptstraße 15

84144 Geisenhausen

info@siliconvilstal.de

Gestaltung & Satz:

Erik Weber

erikweberdesign.de

Druck:

Offizin Scheufele Druck & Medien GmbH + Co. KG

www.scheufele.de

Schlusskorrektur:

Rotkel. Die Textwerkstatt, Berlin

www.rotkel.de

Die Abbildungen erscheinen mit freundlicher Genehmigung der Rechteinhaber:innen. Wo diese nicht ermittelt werden konnten, werden berechnete Ansprüche im Rahmen des Üblichen abgegolten.

Alle Rechte vorbehalten. All rights reserved.

Printed in Germany

ISBN: 978-3-96075-031-4

Bildnachweise:

Cover: Anna Semenchenko/istockphoto.com; S. 9: GetThis/istockphoto.com; S. 10: Yuttapong/istockphoto.com; S. 20: Luisrftc/istockphoto.com; S. 21: tsxmax/istockphoto.com; S. 24: Silicon Vilstal; S. 25: Alunal/istockphoto.com, litovskaya/istockphoto.com, shushunya13/istockphoto.com, PandaVector/istockphoto.com; S. 27: Silicon Vilstal; S. 29: Silicon Vilstal, Dthings/iStockphoto.com; S. 30: Alunal/istockphoto.com, Anastasiia Yurevych/istockphoto.com, chdwh/istockphoto.com, ok-sana/istockphoto.com, Anya Filipeva/istockphoto.com, Magnilion/istockphoto.com; S. 31: Silicon Vilstal; S. 33: Alunal/istockphoto.com, Andrei Ermakov/istockphoto.com, bgblue/istockphoto.com, Kostrikin Myroslava/istockphoto.com; PandaVector/istockphoto.com; S. 37: Silicon Vilstal; S. 38: Alunal/istockphoto.com; S. 41: Alunal/istockphoto.com, GlobalStock/istockphoto.com; S. 44: Alunal/istockphoto.com, Neliakott/istockphoto.com; S. 45: Neliakott/istockphoto.com; S. 46: Color\_life/istockphoto.com; S. 47: Silicon Vilstal; S. 55: Kositskaya Olga/istockphoto.com; S. 61: Silicon Vilstal; S. 62: Golden Sikorka/iStockphoto.com; S. 70: PeterSnow/istockphoto.com; S. 79: Ekaterina Ivanova/istockphoto.com; S. 78-79: Yevheniia Bondarets/istockphoto.com; S. 84, 86, 90, 96, 98, 102: Nadiinko/istockphoto.com; S. 50, 52, 56, 57, 61, 66, 68: checha/istockphoto.com; S. 102-103, 64-65: MacroOne/istockphoto.com; S. 85: BestVectorStock/istockphoto.com, Darko Mlinarevic/istockphoto.com, GetThis/istockphoto.com; S. 3, 5, 7: siti fajar/istockphoto.com; S. 9-113: Fourleaflover/istockphoto.com; S. 11, 17, 53, 60, 74, 81: Fourleaflover/istockphoto.com; S. 10, 12, 20, 23, 24, 26-28, 31, 32, 34-36, 39, 40, 42, 43, 52, 53, 56, 59, 61-63, 65-67, 70, 73, 76, 78: Barks.japan/istockphoto.com

### **Wüstenrot Stiftung**

Die Wüstenrot Stiftung kümmert sich um materielles und immaterielles kulturelles Erbe. Gleichzeitig sucht sie nach Wegen, wie sich unser Gemeinwesen den vielfältigen Herausforderungen der Zukunft stellen kann. Dabei betrachtet sie kulturelles Erbe als Ausgangs- und oft auch als Orientierungspunkt.

Ihr Ziel ist es, durch die Entwicklung und Verbreitung praxisorientierter Modelle Anstöße zu geben und über ihr eigenes Handeln hinaus positive Veränderungen zu bewirken. In ihren Themengebieten *Denkmale*, *Zukunftsfragen*, *Stadt & Land*, *Literatur*, *Kunst & Kultur* und *Bildung* konzipiert und realisiert sie eigene Projekte und fördert die Ideen und Vorhaben anderer gemeinnütziger Institutionen.

Dabei richtet die Stiftung ihre Aufmerksamkeit besonders auf Lebensqualität, die gebaute Umwelt und den Umgang mit unserem gemeinsamen kulturellen Erbe. Einen Schwerpunkt setzt sie auf Kulturgüter, die nach 1945 entstanden sind.

WÜSTENROT STIFTUNG

