

Fazit und Ausblick Aktionswoche 2013

rot= Entscheidungsbedarf

Gesamteinschätzung

Die 10. Aktionswoche 2013 des Heidelberger Bündnisses hat einen **positiven Verlauf** genommen (siehe Bilanztext email 5.11.).

Das **Programm** war wieder **hervorragend**.

Die vielfältigen Veranstaltungen waren mehr oder minder gut besucht. Insbesondere die Abendveranstaltungen hatten am Dienstag, Mittwoch und Donnerstag mit 40, 40 und 180 Besuchern große Resonanz – auch die Vernissage z.B. mit rund 130 Besuchern (Siehe Übersicht email 24.10.).

Die **Besucherzahlen** können durch eine frühere und differenziertere Werbung erhöht werden (dazu mehr unten).

Die **Wahrnehmung** des Themas Armut wurde in der Heidelberger Öffentlichkeit weiter gesteigert. 160 Plakate und vier Großplakate (auf denen unsere **eigenen Logos** noch fehlten...) im öffentlichen Raum, 15.000 Flyer, Ankündigungen und Berichte in Presse, Radio und TV (siehe Pressespiegel auf der Internetseite) halfen mit. Die Videos auf der Webseite hatten viele Zugriffe.

Wir freuen uns besonders, dass vier **Sponsoren** wie im Vorjahr die 4 Großplakate möglich machen. Auch die anderen Unterstützer halten uns die Treue und werden neben den Druckwerken inzwischen auch dauerhaft auf der Internetseite erwähnt. Ein **Sponsorentreffen** wäre überlegenswert und die **Anwerbung weiterer Sponsoren**.

Unsere neue klar strukturierte **Internetseite** stellt für die Zukunft dauerhaft eine gute Unterstützung nicht nur für die Aktionswoche selbst sicher. Sie sichert auch übers Jahr unsere Präsenz im Netz. Was fehlt ist ein schönes Bild der 20-25 Aktiven! Zu

klären wäre auch, ob auf der Webseite auf der Liste die Ansprechperson bei den Bündnispartnern angegeben wird.

Wir brauchen noch einen **eigenen** übersichtlichen **You-Tube-Kanal**, der ohne Umwege auf unsere **Videos** der Woche und später im Jahr auch interessante anderen Filme zum Thema Armut etc. und Berichte stehen können, die Bündnispartner anliefern.

Das gilt natürlich auch für den Pressespiegel.

Breite Verankerung als Daueraufgabe - Kooperationen

Die Idee, das Thema Armut noch **breiter** in der Bevölkerung durch Zusammenarbeit mit kulturellen u.a. Organisationen zu verankern ist durch eine weitere eindrucksvolle Kunstaussstellung („ArTmut“) und durch eine weitere Vereinbarung - über die laufende **Kooperation** mit dem Stadttheater („Sergeant Superpower“) hinaus - mit HD Marketing („Mahl+Zeit der Begegnung“) fortgesetzt worden.

Wir bieten Treffpunkte an für Bürger, die das Thema Armut interessiert und für Betroffene. Dazu gehören auch der Abschlussgottesdienst und die Musikveranstaltung.

Auch zwischen den jeweiligen Aktionswochen will und kann das Bündnis (gemeinsame) **Aktivitäten übers Jahr** anbieten und gemeinsam bewerben und auf der gemeinsamen Internetseite anbieten.

Nächstes Beispiel ist das **Weihnachtsmärchen**, zu dem der Kinderschutzbund demnächst das Infoblatt verteilt.

Wir könnten **weitere potentielle Bündnispartner** ansprechen: Johanniter, Dt.Frauenring, VdK, IFZ, pbs, Stadtjugendring, Jugendhof, Stadtmission, ... (eure Ideen)

Corporate Identity Bündnis – Chance für alle

Auf der **neuen Internetseite** kann im **Kalender** und auf der Startseite in den schwarzen aktuellen Feldern („slides“) jede **Veranstaltung von einzelnen Bündnispartnern**, die direkt oder indirekt mit unserem gemeinsamen Thema zu tun hat, aktuell beworben werden. **Das muss aber auch genutzt werden!** Es ist ja bisher eine schon lange geübte Praxis, dass die Bündnispartner sich gegenseitig per email ihre Veranstaltungen mitteilen. Diese können nun auch aktuell auf die Bündnisseite kommen.

Außer der gemeinsamen Internetseite des Bündnisses gibt es **43 Internetseiten der Bündnispartner und unzählige email-Signaturen bei diesen 43 Partnern**. **Die alle können dauerhaft genutzt werden, um Besucher auf die Bündnisseite zu lotsen.** (siehe dazu emails vom 28. Bzw. 30.10.)

43 Mitgliedsorganisationen können den **Hinweis auf das Bündnis** („Wir gehören zum Heidelberger Bündnis gegen Armut und Ausgrenzung“) auch nach der Aktionswoche **auf Dauer auf ihrer Startseite belassen** bzw. erstmals einmal dort einstellen (14 der 43 hatten es jetzt gemacht ...), zum Beispiel so:

Wir gehören zum

Heidelberger Bündnis gegen Armut und Ausgrenzung



Rückblick auf die Aktionswoche 2013: „Armut – auch in Heidelberg“

Die 43 Bündnispartner des Heidelberger Bündnisses veranstalteten 2013 vom 14. bis 20. Oktober wieder ihre traditionelle Aktionswoche gegen Armut und Ausgrenzung diesmal unter dem Motto „Armut – auch in Heidelberg“.

[Weitere Infos](#)

„Weitere Infos“ linkt dann auf unsere gemeinsame Webseite.

Wenn dann ab Frühjahr/Sommer die neue Woche in Planung ist, kann hier schon frühzeitig darauf hingewiesen werden. Z.B. ist für 2014 bereits das Thema bekannt:

Aktionswoche 2014: „Wohnungspolitik, Wohnungsnot, Wohnraumversorgung“

Die 43 Bündnispartner des Heidelberger Bündnisses veranstalteten vom 13. bis 19. Oktober 2014 ihre traditionelle Aktionswoche gegen Armut und Ausgrenzung diesmal unter dem Motto „Wohnen: Wohnungspolitik, Wohnungsnot, Wohnraumversorgung“.

Ebenfalls hilfreich für die **Dauerpräsenz** ist eine Ergänzung eurer **email-Signaturen** wie es der SKM vormacht. Im Outlook bei „Signaturen“ reingehen und überall diesen Anhang an die eigenen Absenderdaten dranhängen:

Wir sind Mitglied im



www.das-heidelberger-buendnis.de

Bitte besprecht diese beiden technischen Punkte mit euren Öffentlichkeitsarbeitern.

Veranstaltungskategorien ordnen

These: Wir müssen mehr Übersicht und Klarheit ins Programm bringen, damit wir differenzierter für die Veranstaltungen werben können.

Die Veranstaltungen sind bisher in unserem Flyer (Plakate) chronologisch gelistet und nach Tagen gegliedert. Das Lay-out wurde seit 2011 und 2012 besser. Dennoch ist es mangels Kategorien noch nicht übersichtlich eingängig.

Wir machen sehr **verschiedene Kategorien** von Veranstaltungen, die dann „durcheinander“ angeboten werden.

Wenn man genau hinsieht, gibt es diese vier Kategorien:

1. **„Kennenlernen“**: Dies ist der Charakter der einen Eröffnungsveranstaltung. Man kann die Mitarbeitenden und die Arbeit der Bündnispartner kennenlernen. Sie richtet sich gezielt an Lehrer u.ä. und wir waren bisher immer „zu spät“ dran.
2. **„Thema Armut“**: Die „großen“ Abendveranstaltungen am Dienstag, Mittwoch und Donnerstag richten sich dann auch an Multiplikatoren, Fachleute, Kommunalpolitik und Verwaltung und interessierte Bürger.
3. **„Rat & Hilfe“**: Die weis gedruckten 10 kleineren Veranstaltungen richten sich hauptsächlich an die Betroffenen.
4. **„Treffpunkte“**: *Theaterstück, Unerhört, Vernissage, Mahl+Zeit, Abschlussgottesdienst* haben als Hauptaspekt „Treffen, kennenlernen, zuhören, diskutieren oder einfach plaudern“ auch gerade zwischen menschen

aus verschiedenen sozialen Bereichen. Hier kommen die Kooperationen zum Tragen.

(Ich werde bei der Nachbesprechung einen versuchsweise entsprechend neu gegliederten Flyer mitbringen.)

Wenn wir die Veranstaltungen in den 4 Kategorien getrennt und früher planen, sind wir in der Lage, eine wesentlich bessere weil **frühere und zielgenauere Werbung** für den Besuch der Veranstaltungen zu machen.

Die Vorteile der Kategorien für die Vorbereitung:

In 1. „**Kennenlernen**“ steckt ein großes Potential drin, um ganz andere Besuchermengen zu bekommen, wenn wir früher und gezielt darauf hinarbeiten. Bereits jetzt steht der Hinweis auf 2014 auf der Webseite bei der Rückschau über die Eröffnungsveranstaltung, so dass alle gezielt oder bei Zufallskontakten darauf hinweisen können. Wir brauchen frühe Kontakte **für den 13.10.2014**. Damit sich die Mühe der über 20 Stände lohnt, können wir bereits ab Frühjahr (Mai) Lehrer, Dozenten etc. (Stadtjugendring, GEB, Schulen, FH, AFÄ, VHS, „Anpiff fürs L“, ...) direkt und gezielt ansprechen und anwerben und nicht erst ab Juni.

Bei 2. „**Thema Armut**“ können wir überschaubar die 3 „Großveranstaltungen“ an Di-Mi-Do **frühzeitig angehen** und nicht „last-minute“. (Siehe Vorschläge Landesregierung/Töpfer z.B. – auch die anderen Promikontakte jetzt aktivieren und nicht erst im Frühjahr)

In 3. „**Rat & Hilfe**“ steckt große Erfahrung und ein großes Wiederholungspotential. **Die Rat & Hilfe Veranstaltungen können sehr früh (Juni) fertig geplant sein** und auf einem **ersten A4-Flyer** im Netz und als Papier bei in der täglichen Arbeit mit den Betroffenen bei allen Bündnispartnern und auch bei Sozialamt und Jobcenter etc) beworben werden.

Auch bei 4. „**Treffpunkte**“ können die events auch mit den Kooperationspartnern sehr früh geklärt sein und ein sep. **A4-Flyer kann im Juli starten**.

Jede der 4 Kategorien braucht dazu einen Koordinator/-in, damit die Vorbereitung unabhängig von unseren Sitzungen zügig läuft.

Ablauf neu justieren

Wir sollten bei der ersten Sitzung im neuen Jahr unseren gesamten **Ablaufplan neu justieren und die Aufgabenverteilungsliste ebenfalls überprüfen.**

Feb: Gesamtplanung beginnen (alle 4 Kategorien per Koordinatoren!)
März: GP und RNV buchen
Mai: Kampagne für die Eröffnungsveranstaltung starten.
Juni: Flyer „Rat&Hilfe“ fertig stellen
Juli: Flyer „Treffpunkte“ fertig stellen
Großveranstaltungen „Thema Armut“ fertig planen
August: Gesamtflyer und GP und Plakate fertig stellen
September: Druck spätestens 10.9. fertig
Verteilung starten
Oktober: 13. – 19.10.2013 Aktionswoche 2014
„Wohnen: Wohnungspolitik, Wohnungsnot, Wohnraumversorgung

Termine 2013

1. Do 31.1. 14 Uhr
2. Di 26.2. 14 Uhr Planungssitzung
3. Do 11.4. 09 Uhr
4. Di 11.6. 14 Uhr
5. Mi 17.7. 14 Uhr
6. Di 01.10. 14 Uhr
- Aktionswoche -
7. Do 14.11. 14 Uhr

2014

- „Chefrunde“, Wahljahr planen
Planungssitzung, Eröffnung!
„Rat&Hilfe“ fertig
„Treffpunkte“ fertig
„Thema Armut“ fertig
„Alarmsitzung“
Nachsitzung

Unterstützer nutzen und einbinden

Die ersten Menschen haben nach „Mitmachen“ oder „Beitreten“ gefragt. Außerdem gibt es noch viele potentielle Partnerorganisationen.

Wir sollten eine **Unterstützerliste** auf der Webseite anbieten, damit Einzelpersonen und Organisationen sich eintragen können. Die können dann

- Helfen (Flyer verteilen, Plakate aufhängen)
- Spenden
- Uns verlinken und für uns newslettern, twittern, facebooken ...
- Zu unseren Veranstaltungen kommen

Sie könnten sich namentlich auf der Webseite sichtbar (= Unterstützerliste) eintragen lassen oder anonym bleiben.

Exkurs: Wir haben bisher eine Adressliste mit jeweils einer Kontaktperson. Zu den bisherigen Treffen kommen bis zu 25 der 43 Bündnispartner in personam. Wir wissen, wenig bis nichts darüber, wie weit bei den einzelnen Bündnispartnern eine interne Verteilung der Protokolle und Emails Praxis ist.

Es ist also darauf hinzuweisen, dass in den Verteiler 1 (Organisation) auch mehrere Personen von einem Bündnispartner eingegeben werden können, wenn dies gewünscht ist (bei Christof Heimpel).

Wir brauchen für die Unterstützerliste dann einen Emailverteiler 2 (Unterstützer), mit dem wir auch unser Sponsoren anmailen. Dies wird dann ein „newsletter“ sein. (Der wird dann natürlich aber auch über Verteiler 1 gehen – z.B. um ihn intern an die „Chefebene“ weiterzugeben. Eine/r von uns müsste die **Unterstützerliste 2 betreuen**.

Potentielle Unterstützerorganisationen kann man gezielt ansprechen:

Studentenwerk, Sportkreis, Kulturfenster, Unterwegstheater, KTB. Stadtteilvereine, ... (eure Ideen).

Wirkung: Die „Hamster im Rad – Frage“

Letztes Jahr haben wir uns gefragt, inwieweit unsere Aktionswoche und das Bündnis im Ergebnis erreichen, dass sich **konkret** in Heidelberg etwas im Sinne der armen Mitbürger ändert.

Wir haben deshalb als Initiative den **offenen Brief** (Themen: *Sozialticket, Wohnungsangebot auf den US-Flächen, Maßnahmenkatalog Armutsbekämpfung, Einkommensgrenzen Heidelberg-Pass*) verfasst (siehe <http://www.das-heidelberger-buendnis.de/initiativen>).

Auf unsere Initiative hin **gibt** es jetzt ein Sozialticket, wenn es auch noch nicht „fertig“ ist (Metropolticket) (<http://www.das-heidelberger-buendnis.de/initiativen#Sozialticket>) und die Einkommensgrenzen **wurden** 2013 angehoben <http://www.das-heidelberger-buendnis.de/initiativen#Einkommensgrenzen>.

Im Rahmen der Bündniswoche haben wir die Gemeinderatsfraktionen wie schon oft zu konkreten Maßnahmen auf Wohnungsmarkt und bei der Konversion aber auch zur konkreten Sozialplanung befragt (<http://www.rbe-media.com/2013/10/videobericht-armut-in-heidelberg-was-tun-die-gemeinderatsfraktionen-podiumsdiskussion/>).

In der Bilanz der Woche 2013 nehmen wir dazu Stellung, dass sich OB und Gemeinderäte grundsätzlich positiv zu unseren Anliegen, Wünschen und Zielen geäußert haben. Es wird nun in den nächsten Jahren mehr um die Umsetzung von konkreten Schritten gehen.

2014 ist zuerst im Mai Gemeinderatswahl und dann im Oktober OB-Wahl. Wir können überlegen, ob wir zu den beiden Wahlkämpfen unsere Fragen („**Wahlprüfsteine**“) formulieren und mit den Antworten der Bewerber veröffentlichen.

Zu der Diskussion eines Entwurfes für diese Fragen könnten wir zu einer Bündnissitzung im Frühjahr die **Geschäftsleitungen und Vorstände** der 43 Bündnispartner einladen (s.o.)

Der Vorschlag „**Heidelberger Appell** für eine soziale Konversions- und Wohnungspolitik“ ist unterwegs.

Ideen für die Zukunft

Es gibt immer wieder Ideen und Ansätze, die Menschen zusammenzubringen, ob sie nun ärmer oder begüterter sind.

„Aktion 1 Tag mitarbeiten“

Ich weiß gar nicht mehr, wo die Idee her ist: Wir könnten anbieten (in der Aktionswoche oder sonst auch im Jahr), dass Interessierte bei den einigen der Organisationen in der praktischen Arbeit einen Tag mitarbeiten können und so das Thema Armut konkret machen.

Sponsorendialog

Mit den Sponsoren kann über eine Ausweitung ihres Engagements zu sprechen. Die Sponsoren haben eigene Vernetzungen, die sie für uns einsetzen können (Email, Webseiten, Facebook etc.). **enjoy-jazz** z.B. könnte uns eine Doppelseite in ihrer großen RNZ-Beilage geben und uns auf ihrer Startseite als Partner verlinken und uns Freikarten für Bedürftige geben (Kooperation). Siehe oben „**Sponsorentreffen**“

Fotoaktion

Es gibt die Idee der **Fotoaktion Armut**, die mit konkreten Ideen verbunden werden kann. Darüber werden Frank Feier und ich mündlich berichten.

AMR

Vielleicht können wir mal ein Gespräch mit dem AMR führen, ob es eine Veranstaltung aus dem Bereich Migrationshintergrund/Integration geben könnte.

Und hier noch eine „alte“ Idee:

Aktion Bernstein: Harz muss nicht kleben

Diese Aktion bedarf sicher einer Betreuung durch einen oder zwei Bündnispartner. Sie braucht einen schön gestalteten Dauerflyer und Plakate. Sie steht dann natürlich auf unserer Bündnis- und xy weiteren Webseiten. Vielleicht finden wir dafür auch Kooperationspartner ...

Der Bernstein hat ein positives Image. Er ist aus Harz. Und er klebt nicht – wie es der Begriff „Hartz-IV“ tut. Deshalb hilft der Bernstein als Symbol, dem Negativimage der Armut zu begegnen.

Wie geht die Aktion?

*Wir laden Bürger der Stadt ein, sich an einer Aktion zu beteiligen, bei der sie **ärmere Mitbürger einladen**, die sogenannte „Hartz IV“ Empfänger sind, wenig soziale Kontakte haben und solche gerne annehmen – aber „privat“ eben.*

Die Bündnispartner bieten hierfür Vermittlung an zu diesen Mitbürgern damit andere nicht so arme Bürger der Stadt diese ärmeren Mitbürger und ihre Lebensrealität persönlich kennenlernen können, zu Hause, durch gegenseitige Besuche aber auch durch gemeinsam Kino, Theater, Musik erleben, Ausflüge und Museumsbesuche machen etc. oder z.B. Einladung in den Sportverein. Auch an gemeinsame Aktivitäten mit Kindern ist gedacht.

Wir laden Einrichtungen, Organisationen und Vereine ein, uns dabei zu helfen und – wenn nicht schon durch einen Heidelberg-Pass gesichert - dafür Eintrittskarten oder Schnuppermitgliedschaften zur Verfügung zu stellen. Vorstellbar wären „Kontingente“ nicht nur beim Theater, sondern auch bei allen anderen Kultureinrichtungen, Kinos, Musikveranstalter, aber auch Sportvereine, Zoo, Museen oder Kindereinrichtungen wie Jump-In, Kulturfenster u.ä..

Die Aktion muss natürlich faktenmäßig gut unterfüttert werden mit den Daten über die Heidelberger Armutsbedrohten und den finanziellen Status von SGB II oder XII Beziehern und Umfragedaten wie erwähnt.

Unterstützung brauchen wir auch von Jobcenter und Sozialamt als Kooperationspartner, da sie auch mithelfen müssten, bei ihren Kunden die Aktion anzubieten

Der Bernstein als Symbol der Aktion wird in Form von kleinen Bernsteinschmuckstücken als Geschenk der Patenbürger an die Bürger übergeben und ziert als Symbol die Öffentlichkeitsarbeit der Aktion.

Was ist das Ziel?

Ziel ist es, der trennenden Wirkung von Armut offensiv zu begegnen und sozialen Absturz durch „Hartz-IV“ verhindern helfen.

Die Aktion hat den Sinn, nicht nur von der öffentlichen Hand Maßnahmen zu fordern, sondern auch die übrige Bürgerschaft einzubeziehen und so auch den gesellschaftlichen Druck auf der Verbesserung der politischen Rahmenbedingungen dieser Art und Weise zu organisieren. Es darf angenommen werden dass Bürger die bei so einer Aktion mitmachen, auch die Forderungen des Bündnisses unterstützen, die auf Besserung der Rahmenbedingungen für Ärmere abzielen.