



Bürgerengagement im Wandel der Zeit

ein Aufsatz von Martin Müller

Bürgerengagement im Wandel der Zeit

ein Aufsatz von Martin Müller

Inhalt

1. Ein kleiner Blick zurück und nach vorn
 - 1.1. Vom Traditionellen Ehrenamt zur neuen Engagementkultur
 - 1.2. Ein neues Arbeitsfeld beim Städtetag – Fachberatung Bürgerengagement
 - 1.3. Vom Bürgerengagement zur Bürgerbeteiligung –
Gemeinsamkeiten und Abgrenzung
2. Kernbereiche und Grundprinzipien des Ansatzes
 - 2.1. Formate und Kleine Checkliste
 - 2.2. Strukturen in der Kommunalverwaltung
 - 2.3. BE-Unterstützungsstrukturen in Bund – Land – Kommunen
3. Aktuelle Themen
 - 3.1. BE mit und für geflüchtete Menschen –
ein neues Miteinander in der Mehrheitsgesellschaft
 - 3.2. BE zwischen Digitalisierung und Social Media
 - 3.3. BE und die Bedürfnisse der jungen Generation
 - 3.4. BE und die neuen Bedürfnisse der älteren Generation
4. Die Zukunft des BE
 - 4.1. Unternehmerisches Engagement: CSR
 - 4.2. Neue Engagementformen im Quartier
 - 4.3. Bürgerengagement im inklusiven Gemeinwesen: Mit und für alle

1. Ein kleiner Blick zurück und nach vorn

1.1. Vom Traditionellen Ehrenamt zur neuen EngagementKultur

Das Traditionelle Ehrenamt und das Bürgerengagement haben sich verändert. Schon die letzten Jahre hat sich viel getan, im sog. „Traditionellen Ehrenamt“ und in den mannigfaltigen Initiativen des Bürgerengagements in Baden-Württemberg. Beispielhaft in Qualität und immer noch quantitativ spitze, bundesweit. Drei, auch politisch relevante Themen mindestens sehen wir, die auch an unserer Fachberatung Bürgerengagement nicht vorüber gehen, die uns vor Ort immer wieder erreichen:

1. Es gibt immer mehr soziale und monetäre Ungleichheit
2. Menschen sind immer mehr verunsichert, fühlen sich „nicht gehört“ und haben Angst vor der Zukunft
3. Es gibt viele neue Gruppierungen, Zielgruppen, Initiativen, traditionell und innovativ, „demokratisch gesehen“ grenzwertig und auch wundervoll interessant. Alle wählen immer mehr das Internet als Plattform.

Nun geht es darum, kurzfristige und mittelfristige Perspektiven dieser gesellschaftlich so wichtigen Arbeit zu erörtern. Welche Rolle spielen dabei die Komponenten des „Quadrologs“ von Verwaltung, Politik, Zivilgesellschaft und Wirtschaft?

Was bedeutet das für die Arbeit im Traditionellen Ehrenamt und Bürgerengagement?

Formate mit Online-Anteilen sind sicherlich sinnvolle Optionen. Die durch einen Virus in die digitale Transformation gedrängte Gesellschaft musste im Frühjahr 2020 regelrecht sofort reagieren. Wichtig ist aus unserer Sicht deshalb folgendes: Keine adhoc-Aktionen. Wir müssen Dinge entwickeln, die tragfähig sind. Deshalb ist es sinnvoll, festzustellen, welche Zielgruppen zum jetzigen Zeitpunkt ungenügend oder überhaupt nicht mehr erreicht werden. Um wen handelt es sich. Daraus ergibt sich die Fragestellung, ob einzelne Inhalte durch Online-Tools wie z.B. „Padlet“, Webinare, Interaktive Kurzanwendungen analog und digital und z.B. Motivations- bzw. Erklär-Videos vermittelt werden können. Wir suchen dauerhafte und qualitätsorientierte Angebote für die bestehende, große Community und auch Formen, die die „Vergessenen“ (vgl. Artikel im Newsletter des BBE) erreicht und „mitnimmt“, ohne die anderen zu verprellen. Es geht um eine gemeinsame Vision und eine adäquate Mission.

Dass wir uns richtig verstehen: Nichts geht über ein gutes persönliches Gespräch, bei dem man sich persönlich gegenüber sitzt und nichts geht über einen Austausch, während einer Konferenz, einem „WerkStadtGespräch“ etc., quasi „Open Space“, bei dem man seine persönliche Anerkennung erfährt, sich zugehörig und geborgen fühlt und auch etwas Neues, fachlich und auch an Formaten, erfährt. Die „Überbegriffe dafür sind „Gesellschaftliche Verantwortung“ und Demokratie bzw. Demokratiebildung.

Spätestens in den letzten 3 Jahrzehnten kam zum sog. „Traditionellen Engagement“ das „Bürgerschaftliche Engagement“, von meist zeitlich befristeten Projekten für eine bestimmte Sache, in einer gewissen Ungebundenheit dazu. Es sind so Initiativen entstanden, die sich nicht gleich in Vereinen konstituiert haben. Eine neue „EngagementKultur“ ist entstanden, die sich selbst neue „EngagementRäume“ geschaffen hat.

1.2. Ein Arbeitsfeld bei den kommunalen Landesverbänden – Fachberatung Bürgerengagement

Seit nunmehr 25 Jahren fördert das Sozialministerium die Fachberatungen Bürgerengagement jeweils im Gemeindetag, Landkreistag und Städtetag.

Die Fachberatung Bürgerengagement steht mit dem StädteNetzWerk Bürgerengagement unter dem Dach des Städtetags Baden-Württemberg und hat sich zu einer bewährten Struktur mit vielen Aufgaben und Funktionen entwickelt. Diese darf hier exemplarisch dargestellt werden:

Eine Aufgabe dabei ist, Zukunftsthemen bürgerschaftlichen Engagements und des Traditionellen Ehrenamtes zu bearbeiten und im kollegialen Austausch Erfahrungen „aus der Praxis für die Praxis“ zu verbreitern. In den Mitgliedstädten können die Netzwerkmitglieder die Kommunikation zwischen Bürgerschaft, Kommunalpolitik, Kommunalverwaltung und Wirtschaft kompetent intensivieren.

Knapp 130 Mitgliedstädte, darunter auch Initiativen wie z.B. die ARBES, sind zum heutigen Stand Teil des StädteNetzwerks. Durch die Arbeit und die unterschiedlich angelegte Beratung in bestimmten Fällen vor Ort und die Projektbegleitungen erhöht sich die Zahl auf derzeit 220

Ansprechpartner*innen, mit denen wir analog und digital kommunizieren. Erfahrungsgemäß muss man diese Möglichkeiten stets pflegen, da es öfter zu Veränderungen, strukturell und personell kommt. Unsere Plattformen werden ebenso, nun mit den Auswirkungen des Corona-Virus verstärkt, genutzt.

Die persönliche Ansprache, das Treffen „Face to Face“ wird nach wie vor bevorzugt und sehr wertgeschätzt.

Eine Funktion dabei ist, die Zivilgesellschaft in der Korrelation zu Verwaltung, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft im weitesten Sinne im Auge zu haben und die Herausforderungen für die Kommunen daraus zu lesen, im Querschnitt im Städtetag zu diskutieren und zu reflektieren, sowie in unsere Mitgliedsstädte zu transportieren.

1.3. Vom Bürgerengagement zur Bürgerbeteiligung – Gemeinsamkeiten und Abgrenzung

Bürgermitwirkung bei kommunalpolitischen Entscheidungsprozessen ist seit Bestehen des Landes Baden- Württemberg in dessen Kommunalverfassung verankert. Somit gehört Beteiligung in der Gemeindeverfassung zum Repertoire der Städte und Gemeinden.

Mit gebührendem Aufwand betriebene Partizipation oder besser Bürgerbeteiligung in der Kommunalpolitik ist spätestens seit „Stuttgart 21“ geradezu selbstverständlich und hat dabei stets mit der Zivilgesellschaft im Allgemeinen und dem Bürgerengagement vor Ort und somit im Besonderen zu tun. Eine Entwicklung, die sich, wenn sie gut gemacht ist und „nachhaltig“ begleitet wird, positiv für den jeweiligen Prozess auswirken kann. Ergebnisse, die die Akteure so gar nicht auf dem Plan hatten, können entstehen und geradezu weiterwachsen. Dabei ist der Blick auf den Quadrolog zwischen Verwaltung, Politik, Zivilgesellschaft und Wirtschaft gerichtet.

Man sollte aber auch von gescheiterten Aktivitäten lernen dürfen, die es mindestens genauso oft gibt. Wenn es gelingt, eine „worst practise“ Mentalität ja fast schon zu kultivieren, wenn es eben auch Power-Point-Präsentationen gibt über das Scheitern, die Betroffenen sich darüber austauschen

und dabei voneinander lernen, dann haben wir einen großen Schritt in Richtung Bürgerkommune gemacht.

Dann folgt diese Entwicklung nicht nur einer „Dienstleistungs- und Warenideologie“ und die Bürgermitwirkung gehört nicht nur zum versprochenen „Produkt“.

Beteiligung heißt in diesem Fall, Teil von Politik und Verwaltung werden zu können, die handelnden Strukturen zu kennen und sie aber auch zu korrigieren, verändern, beauftragen zu können. Das Baugesetzbuch erzwingt die Teilhabe dort, wo Eigentumsrechte durch Stadtplanung betroffen sind und ermöglicht einen positiven Verlauf dort, wo ganze Viertel oder Stadtteile möglichst mit den Nutzern zu verändern sind. Die Städtebauförderpolitik bezieht dabei engagierte Bürger in solche Planungen mit ein.

Die repräsentative, parlamentarische Demokratie hat immer mehr Schwierigkeiten in der Präsenz, Transparenz und Überzeugungskraft, da sie sehr formal und rational aufgebaut ist. Vielen erscheint sie als fast nicht mehr zeitgemäß, obgleich diese gewachsene Struktur das entscheidende Prinzip in unserer Demokratie ist.

Direktdemokratische Elemente wie unterschiedlichste Beteiligungsprozesse sind wichtiger geworden und Bürgerbegehren nehmen zu.

Bürgerengagement gehört zur Bürgerbeteiligung und ist längst eine **Querschnittsaufgabe** in den Verwaltungen geworden, die am besten weit oben im Organigramm oder gar beim Oberhaupt der Stadt angesiedelt sein muss. Immer wichtiger dabei wird, dass sich die Mitarbeiter der Verwaltungen nicht als „innen“ und die Bürger als die da „draußen“ sehen. Entsprechende Kompetenzen und Netzwerke sind von Nöten. Der demokratische Prozess in einer Kommune benötigt die Summe unendlich vieler individueller, sozialer, fruchtbarer Prozesse, deren Regelwerk und Kompetenzen sowie Machbarkeit und damit mögliche „Durchschlagskraft“ vorher festgelegt werden und somit allen Beteiligten klar sein muss. Es braucht dabei auch die soziale Kompetenz und Empathie sich mit anderen Menschen auseinanderzusetzen, sich zusammensetzen, zu verbinden oder sich abzugrenzen.

Das Lernen demokratischer Spielregeln im Prozess ist dabei nur ein kleiner Lernvorgang. Die Kompetenz mit Kompromissen umzugehen erfordert sehr viel mehr Kraft und die strategische Teilhabe auf komplex gewordene Entscheidungsvorgänge geradezu eine Art von „Bildung“ und Humanressourcen, die was ganz Besonderes darstellt und nicht unmittelbar mit dem „Bildungshintergrund“ zu tun hat.

Welche Energien für derartige Prozesse benötigt werden, zeigt ein Einblick in die Mechanismen der „Basisdemokratie“. Wird diese in der „basisdemokratischen Reinform“ auf die Spitze getrieben, dauern Willensbildungsprozesse ähnlich wie bei großen Wohngemeinschaftsprojekten Jahrzehnte, Ehekrise und Grabenkämpfe in alle Richtungen mit einbezogen. Jeder Vorgang bedarf der Abstimmung mit dem Ziel auf Konsens und hat oft Auswirkungen auf den eigenen Lebensstil. Dabei sind verschiedenste Methoden notwendig und somit hilfreich. Würde man dies nicht tun, würden viele vitale Vorgänge der „modernen Urbanität“ absterben, das Nebeneinander und die Gettos sind dann das Resultat. Partizipation, Beteiligungsprozesse, die gut organisiert und lokal individuell abgestimmt sind, die auf das Engagement der Bürgerinnen und Bürger ehrlich setzt, stellen eine (neue) Möglichkeit des Zusammenlebens- und Zusammenwirkens dar.

Leitgedanken von Beteiligung

Für uns wichtige Impulse in der politischen Diskussion sind die Leitgedanken, die wir auf Bundesebene als „Allianz für Vielfältige Demokratie“ entwickelt haben:

1. Die Demokratie in Deutschland ist vielfältiger geworden. In der deutschen Gesellschaft spielen direktdemokratische und dialogorientierte Beteiligungsformen eine immer größere Rolle. Viele Bürger*innen möchten nicht nur wählen, sondern auch mitdiskutieren und mitentscheiden. Umgekehrt wächst aber auch der Anteil in der Bevölkerung, der sich an demokratischen Prozessen nicht beteiligt.
2. Ein besseres Zusammenwirken von repräsentativer, direktdemokratischer und dialogorientierter Beteiligung stärkt die Demokratie in Deutschland.
3. Eine besser gestaltete vielfältige Demokratie stärkt und aktiviert die Teilhabe der Bürger*innen und erhöht die Chance auf gemeinsam getragene politische Lösungen.
4. Damit die vielfältigen partizipativen Elemente ineinandergreifen und sich gegenseitig bereichern, bedarf es einer intensiven gesellschaftlichen Auseinandersetzung sowie der Erarbeitung und Erprobung konkreter Lösungen für die demokratische Praxis.

Ziele:

1. Wir wollen einen Beitrag leisten zu einem besseren konstruktiven Zusammenwirken von repräsentativer, direktdemokratischer und dialogorientierter Beteiligung.
2. Wir setzen uns für mehr Transparenz über Entscheidungsprozesse und Beteiligungsmöglichkeiten ein.
3. Wir wollen die Qualität dialogorientierter Beteiligungsverfahren für Bürger*innen verbessern und konkrete Lösungen zur Implementierung in der Praxis finden.
4. Wir wollen zum Aufbau von Partizipationskompetenzen in Politik und Verwaltung sowie in der Zivilgesellschaft *und Wirtschaft* beitragen.
5. Wir wollen eine inklusive und breite Beteiligung aller Bevölkerungsgruppen, um damit der sozialen Spaltung unserer Demokratie entgegen zu wirken.

Unsere 10 Grundsätze für die Qualität von Beteiligung:

Gute Beteiligung lebt...

- von der Bereitschaft zum Dialog (*Quadrolog*)
- beachtet die Themen, die Akteur*innen und die Rahmenbedingungen.
- braucht klare Ziele und Mitgestaltungsmöglichkeiten.
- beginnt frühzeitig und verpflichtet alle beteiligten Personen.
- braucht ausreichende Ressourcen.
- ermöglicht vielfältige Mitwirkung.
- erfordert die gemeinsame Verständigung auf Verfahrensregeln.
- braucht eine sorgfältige und kompetente Prozessgestaltung.
- basiert auf Transparenz und verlässlichen Informationsaustausch.
- lernt aus Erfahrung.

Bürgerengagement und Bürgerbeteiligung gehören unmissverständlich zusammen und bedingen einander. Beide haben viel mit Haltung zu tun, „bedienen“ sich doch beide ähnlicher Formate und stehen für „Demokratie“ im Denken und im Handeln. Beide benötigen professionelle Strukturen.

2. Kernbereiche und Grundprinzipien des Ansatzes

2.1. Formate und Kleine Checkliste

Die Fachberatung Bürgerengagement hat sich in den letzten 25 Jahren als Alleinstellungsmerkmal herausgebildet, die Qualität garantiert und erfordert ein hohes Maß an Fachkenntnissen, theoretisch reflektiertes Wissen und ganz konkrete praktische Erfahrungen in den Bereichen Bürgerschaftliches Engagement, Traditionelles Ehrenamt, Sozialraumtheorie und Bürgerbeteiligung. Diese gilt es dann in Relation zu Verwaltungswissen, Gesetze, Verordnungen sowie übliche Abläufe in Kommunen zu bringen. Den „Quadrolog von Verwaltung, Politik, Zivilgesellschaft und Wirtschaft“ gilt es zu „spielen“ und die verschiedensten Techniken und Formate in der Moderation, Mediation, Motivationsarbeit (Empowerment) und Coaching zu kennen und anzuwenden. Dabei ist es wichtig, allen 4 Komponenten zugleich gerecht zu werden und dabei deren jeweilige Eigenheiten zu verstehen, untereinander zu vermitteln, gegenseitig verständlich zu machen, zu moderieren. Thematische Schwerpunkte gilt es dabei ebenfalls aufzugreifen, wie auch aktuelle Tendenzen in der Stadtgesellschaft. Dies alles geschieht in der Auseinandersetzung mit dem zuständigen Ministerium, zum Teil auch mehreren Ministerien, für die die Fachberatung Bürgerengagement die Kompetenz schlichtweg für diesen Bereich darstellt und diese auch stets abrufen. Zusätzlich sind Fachkenntnisse in Inklusion und Integration erforderlich. Die große Herausforderung der Flüchtlingshilfe mit all' seinen Akteuren, sowie die Rolle und die Intention des Ministeriums muss fachlich fundiert begleitet werden. Die Fachberatung Bürgerengagement des Städtetags lebt von einem großen persönlichen Bezug, von seinem Alleinstellungsmerkmal, von seiner Wirkung in ziemlich alle Bereiche des „Quadrologs“ und der damit verbundene ständige Austausch. Gleichzeitig wird die Relevanz in den Verwaltungen oft sehr unterschiedlich eingeschätzt, für die, je nach Haltung der Verwaltungsspitze und seiner Vertretungen, geworben, gestritten und überzeugt werden muss. Ein strategisches Vorgehen ist ebenso wichtig, wie auch ein Pflegen von Beziehungen und ein Wissen um aktuelle Strömungen in der Gesellschaft. Es ist ein großes vielschichtiges Netz auf vielen Ebenen entstanden. Bei der Fachberatung Bürgerengagement handelt sich um mündliche, fernmündliche, Einzel und in Gruppen Treffen und Gespräche, die fachlicher und strategischer Art sind. Folgende „Checkliste“ dient als Hilfestellung:

Kleine Checkliste der Fachberatung Bürgerengagement:

Prozess - Qualitäten:

- eine Auftragsklärung
- Teil der Beratervereinbarung
- Klare Fragestellung (Gesamtvorhaben)
- Alles: schriftlich, nachvollziehbar überprüfbar

Ziele

- Klarheit in den Zielen, Ziele vereinbaren
- Schriftliche Zielvereinbarung
- Ist-Analyse
- Indikatoren / Messwerte für Zielerreichung
- Um was geht es wirklich: Offene Ziele und heimliche /verdeckte Ziele

Prozess

- Transparenz des Prozesses
- Flexibilität im Prozess

Akteure

- Klärung: Wer kann welchen Beitrag leisten
- Rollen-Klärung

Vorgegebene Auftraggeber*in

- Feste Ansprechperson in der Verwaltung (mit Entscheidungskompetenz)
- Politischer Wille / Mandat
- Feedbackmöglichkeiten Kommune / Berater*in
- Und: Auswahl der Prozessbegleitung/Beratung verantwortet allein die Kommune

Wirksamkeit

- Verstetigung von Strukturen, Erfahrung, Ergebnissen
- Anschlussfähigkeit
- Umsetzung des Geplanten
- Organisations- Strukturwandel

Evaluation

- Erfolgsüberprüfung, Abgleich Zielerreichung
- Messbarer Output
- Haltung verändert
- Controlling, auch der Erfolg

Berater*innen - Qualitäten

- Persönlichkeit, Haltung, Professionalität, Kompetenzen
- Haltung der Berater*in: Empathie, Hartnäckigkeit, Individualität, Anschlussfähigkeit
- Werkzeugkoffer: Methoden der Beratung Einzelner und von kleinen und großen Gruppen
- Einlassen, commitment auf / mit den Zielen im Prozess
- Passung zum beratenden System: Thema, Erfahrung, Persönlichkeit
- Zugriff auf Ressourcen + Potenziale
- Erfahrungen in der Beratung von Kommunen, Landkreisen und öffentlichen Verwaltungen, Feldkompetenz
- Verbindung mit der Region
- Erfahrungen und Vertrautheit mit dem Beratungsthema, Fachlichkeit
- Erfahrungen in Bürgerengagement und Bürgerbeteiligung!
- Beratungserfahrung, positive Rückmeldungen / Evaluationen aus früheren Projektbegleitungen
- Zeit
- persönlichkeits-, themen- und marktgerechter Preis
- Begleitendes Controlling

Beratungsformen

Beratungsformen mit Relevanz für die Prozessberatung...

- Fachberatung (Bürgerengagement, Inklusion, Flüchtlingshilfe, Digitale Transformation...)
- Prozessberatung
- Einzelberatung, Coaching
- „peer to peer“ - Beratung
- Projekt- / Förderberatung
- Strategische Beratung / Organisationsentwicklung
- Change-Prozesse
- Konfliktberatung
- Motivationsberatung

2.2. Strukturen in der Kommunalverwaltung

126 Kommunen der Mitgliederstädte bilden das StädteNetzWerk. Mindestens 50%-Stellenanteil steht für das Bürgerengagement zur Verfügung. Je nach Organigramm der jeweiligen Stadt befindet sich diese Fachberatung in der Linie oder findet sich in einer Matrixorganisationsform wieder. Manche Oberbürgermeister wählen die Stabstelle als geeignete Koordinierungsform des vielfältigen Engagements in der Kommune. Die Bedeutung der Zivilgesellschaft und die Auseinandersetzung damit, wird eher zunehmen. Eine entsprechende Anerkennungskultur muss gepflegt werden und man sollte den Puls an der Zeit haben. Soziale Medien nehmen dabei immer mehr Raum ein.

2.3. BE-Unterstützungsstrukturen in Bund – Land – Kommunen

Sämtliche Bürgerengagement-Strukturen sind in einem Bundesnetzwerk organisiert. Dass BBE bietet Fachlichen Austausch, Fortbildungen, Qualifizierungen und ist politisch tätig. Die von der derzeitigen Bundesregierung initiierten „Engagementstiftung“ befindet sich nun im Aufbau und wird nicht nur in der Wahl des Standortes (Neustrelitz ist etwas weit ab) sehr kritisch betrachtet.

Das Land Baden-Württemberg ist nach wie vor das „Engagementland“ mit dem nachgewiesenen, quantitativ größten Engagement und einer Staatsrätin für Zivilgesellschaft und Bürgerbeteiligung. Seit nunmehr 25 Jahren gibt es die Kooperationsvereinbarung zwischen den kommunalen Landesverbänden und der Landesregierung.

Vor 4 Jahren hat man es geschafft, die gesamte Bandbreite in der „Engagementstrategie des Landes“ zu dokumentieren und auch entsprechende Perspektiven zu formulieren. So einige Projekte werden daraus regelmäßig gebildet mit jeweils unterschiedlichen Schwerpunkten.

Das „Forschungs- und Entwicklungs-Team des Unternehmerischen Engagements (Corporate Social Responsibility)“ wurde vom Städtetag moderiert.

So existieren mittlerweile gut ausgebaute Netzwerke von Hauptamtlichen und ehrenamtlichen Engagierten. Daraus auch herausgebildet hat sich die „Allianz für Beteiligung“, die vor allem die Initiativen selbst im Blick hat. Dabei sind die Beurteilung und die Beteiligung der Kommune vor Ort ein unbedingtes Muss für eine fachliche, wie auch monetäre Förderung.

Mindestens in den Ministerien Bildung, Umwelt, Ländlicher Raum, Wirtschaft und Finanzen, Innen- und Sozialministerium ist das Bürgerengagement Thema.

Stiftungen, wie die Bertelsmann-Stiftung, die Baden-Württemberg-Stiftung, Robert-Bosch-Stiftung, Jugendstiftung Baden-Württemberg, um nur einige zu nennen, fördern und begleiten noch dazu. Besonderes Augenmerk gebührt der von der Bertelsmann-Stiftung initiierte „Allianz für Vielfältige Demokratie“, in der Bürgerengagement und Bürgerbeteiligung als nicht mehr wegzudenkende Einheit sehen. In diese Richtung darf man weiterdenken.

3. Aktuelle Themen

3.1. BE mit und für geflüchtete Menschen – ein neues Miteinander in der Mehrheitsgesellschaft

Grundlage in den letzten Jahren ist der „Pakt für Integration“: Diese Vereinbarung knüpft an die Kooperationsvereinbarung vom 13.11.2015 und die Ergänzungsvereinbarung vom 06.12.2016 über die Zusammenarbeit beim Landesprogramm „Flüchtlingshilfe durch Bürgerschaftliches Engagement und Zivilgesellschaft“ an. Das Landesprogramm „Integration durch Bürgerschaftliches Engagement und Zivilgesellschaft“ ist eine Weiterentwicklung des im Jahr 2015 aufgelegten Landesprogramms „Flüchtlingshilfe durch Bürgerschaftliches Engagement und Zivilgesellschaft“. In mehreren Förderprogrammen werden besondere Projekte mit unseren Mitgliedsstädten initiiert, begleitet und ausgewertet.

Die gelebte Vielfalt findet in den Städten bereits statt. Es bedarf einer Koordination und oft auch einer fachlichen Begleitung verschiedenster Initiativen und die Pflege einer Anerkennungskultur.

Die Demokratiebildung spielt dabei ebenso eine große Rolle, wie auch die Wahrung von Sicherheit und Ordnung. Die Stadtverwaltung hat stets eine koordinierende Rolle inne.

Die Stadtgesellschaft arbeitet dabei sinnvollerweise mit einem „erweiterten Inklusionsbegriff“, der Integration und die Teilhabe aller Menschen als Haltung voraussetzt. Eine Differenzierung macht nur in der konkreten Zielgruppenarbeit Sinn. Dies gilt es ebenso politisch zu transportieren, wie immer wieder an allen Orten, zu jeder Zeit, für eine Mehrheitsgesellschaft und ein Miteinander zu werben sowie gute Beispiele adäquat in Szene zu setzen. In der Anlage finden sie eine Auflistung der Ansprechpartner*innen für sehr gute Ideen und deren Umsetzung (Anlage StädteNetzwerk und Projekte).

3.2. BE zwischen Digitalisierung und Social Media

Nicht erst, seit ein Virus die Welt auf den Kopf stellte, gewinnen Soziale Medien und die Grundlagen der digitalen Transformation an Relevanz und Einflussnahme. Das schlichte Know-How müssen zunächst in der Einstellung dazu und im täglichen Umgang damit, erfahren und gelernt werden. Die jüngere Generation geht damit sichtbar und wahrnehmbar ganz anders um, als Ältere 50+, die bisher vornehmlich im Bürgerengagement zu finden sind. Das finden wir in vielen Teilen und Feldern der Gesellschaft wieder. Ein Austausch- und Lernfeld über die Generationen hinweg. Diese Entwicklung bewirkt zunehmend weitere **EngagementRäume** und auch Akteure, die es vorher gar nicht gab oder zumindest nicht bekannt waren. Angesichts dieser „Digitalisierungswelle“, die viel mehr als eine „Welle“ ist und die bleiben wird, brauchen Kommunen eine **Digitalisierungsstrategie** bzw. einen „**Digital-Kompass**“, einen Handlungskorridor, innerhalb dem sie nachhaltig und zielgerichtet vorangehen. Dazu rücken wir einen zentralen Baustein einer Strategie in den Mittelpunkt: Die Bürgerbeteiligung. Wir sehen neue Dimensionen der Beteiligung, die für die soziale Ausgestaltung der Digitalisierungsstrategie grundlegend sind.

Traditionell übliche Beteiligungsformen reichen nicht mehr aus

Der demokratische Prozess in einer Kommune benötigt die Summe unendlich vieler individueller, sozialer, fruchtbarer Prozesse. Deren Regelwerk, die Kompetenzen, die Machbarkeit und die mögliche „Durchschlagkraft“ müssen vorher festgelegt werden und allen Beteiligten klar sein. Es braucht dabei auch die soziale Kompetenz und Empathie sich mit anderen Menschen auseinanderzusetzen, sich zusammenzutun, zu verbinden oder sich abzugrenzen. Die Herausforderung ist: Die Beteiligung der Bürger*innen im Rahmen eines Digitalisierungsprozesses wird gemeinhin auf die Information und die Bedarfsermittlung in Form von diskursiven Befragungen reduziert – analog wie online. Das ist die „traditionell übliche Form“ der Bürgerbeteiligung, die ohne Zweifel wichtig ist und ihren Stellenwert hat. Zur Bürgerbeteiligung zählen wir aber drei weitere Dimensionen, die berücksichtigt werden müssen, und zwar Beteiligung

1. als Wissenstransfer,
2. als das Überwinden einer neuen Form sozialer Armut und
3. als Teilhabe.

Beteiligung als Wissenstransfer in die Verwaltung

Die zweite Dimension, die des Wissenstransfers, folgt einem pragmatischen Gedanken. Die Bürger*innen können ein großer Wissenspool sein. Warum werden Kommunen nicht Nutznießer und transferieren das Wissen ihrer Bürger*innen in die Verwaltung. Oberbürgermeister Czisch hat in Ulm das „Verschwörhaus“ gegründet, das mittlerweile Leuchtturmprojekt ist. Unter der Trägerschaft der Stadt forschen interessierte Bürger*innen an digitalen Projekten und geben ihr Wissen weiter. Die Vorteile für die Stadt sind groß: Wissen wird transferiert, neue Zielgruppen gewonnen und passgenaue digitale Tools entwickelt. Weitere gute Beispiele lassen sich im StädteNetzWerk des Städtetags Baden-Württemberg und in der „Allianz für Beteiligung“ finden.

Der neuen „sozialen Armut“ vorbeugen

Der digitale Fortschritt birgt auch eine Gefahr, der – zumindest derzeit – viel zu wenig Beachtung geschenkt wird. In 2017 hatten lt. statista sieben Prozent aller deutschen Haushalte kein Internet. Der Digital-Index von D21 hat Anfang 2018 ermittelt, dass es ca.12 Mio. „digital Abseitsstehenden“ gibt. Gerade diese Zielgruppe muss aktiv beteiligt werden. Was nicht passieren darf ist, dass Menschen aus finanziellen, technischen oder Bildungsgründen nicht an der „digitalen Kommune“ teilnehmen können. Das kann unter bestimmten Voraussetzungen zu einer neuen „sozialen Armut“ führen. Die kommunalen Digitalisierungsprozesse müssen für alle transparent und nachvollziehbar sein, alle müssen Zugang haben und alle müssen digitale (Weiter-)Bildungs-möglichkeiten haben. Das ist das Gebot der Daseinsvorsorge. Wir sind gespannt, in wie weit „Corona“ hier positiv gewirkt hat.

Teilhabe betrifft auch Digitalisierung

Die Digitalisierung in den Gemeinden und Städten wird auch neue Kommunikationsformen und neue Formen der Vergemeinschaftung mit sich bringen. Gerade gehandicapte Menschen sind von der Gefahr betroffen, nicht mehr daran teilhaben zu können. Auf der anderen Seite bietet gerade die Digitalisierung große Möglichkeiten, diese Menschen einzubinden und mitzunehmen: telemedizinische Angebote, neue Formen der Betreuung, bedarfsgerechte und automatisierte Services, die im alltäglichen Leben und im Bedarfsfall auch in der Not unterstützen. Die Chancen eine gerechte Teilhabe zu sichern sind da, es gilt nur sie in der „Digitalisierungsstrategie“ zu bedenken, da betreffende Zielgruppen leider nicht auf eine so potente Lobby zurückgreifen können wie andere Stakeholder.

Digitalisierung ganzheitlich, nachhaltig, gemeinsam und für alle

Die zentrale Frage lautet: Alle müssen beteiligt werden, aber wie? Es scheint ein steiniger Weg zu sein, den es zu beschreiten gilt, wenn „digital Vergessene“ teilhaben können und sollen. Klingt dies nicht von „vorne herein“ ein wenig paradox oder gar naiv? Oder ist es nicht gar zynisch, ausgerechnet Menschen, denen der Zugang zu gesellschaftlich bedeutsamen Ressourcen fehlt, aufzufordern, an allgemeinen politischen Entscheidungsprozessen mitzuwirken? So kommt die Stadtverwaltung als zentrale Koordinierungsstelle ins Spiel. Eine zugehende, sozialraumorientierte Arbeit wird wichtig. Die sog. „stillen Gruppen“ müssen aufgespürt werden, z. B. durch „Nachbarschaftsgespräche“ und die Schaffung von weiteren „Orten der Begegnung“ in den Quartieren - und das digital unterstützt. Auch inszenierte Prozesse, wie der „Bürgerrat“, über „Zufallsbürger*innen“ bestückt, sind spannende Vehikel für alle. So muss es sein!

Der Städtetag bietet insoweit seinen Beitrag durch den Kompetenzbereich Bürgerengagement, der den Mitgliedsstädten und den damit verbundenen Initiativen der Stadtgesellschaft mit Rat und Tat zur Seite steht.

3.3. BE und die Bedürfnisse der jungen Generation

Klima, Migration und Gerechtigkeit

Die Jugendlichen von heute zeichnen sich durch eine "neue Ernsthaftigkeit" aus. Das ist das Fazit der Sinus-Jugendstudie 2020. Die Studie erforscht seit 2008 alle vier Jahre die Lebenswelten von 14- bis 17-Jährigen in Deutschland. Auftraggeber ist unter anderem die Bundeszentrale für politische Bildung. Nach Einschätzung der Forscher resultiert diese Haltung zu einem guten Teil aus der Sorge um die Umwelt und das Klima. Daneben seien auch Migration und soziale Gerechtigkeit große Themen. Forschungsdirektor Marc Calmbach sagt dazu: "Es ist eben nicht mehr die Spaßgesellschaft wie in den 90ern." Man stehe vor großen Herausforderungen, und die würden sensibel wahrgenommen. Der frühere Hedonismus sei stark zurückgegangen. Calmbach erklärt, die Forscher gingen davon aus, dass der Einsatz der Jugend für den Klimaschutz nicht abebben werde. Es sei manchmal eine ziemlich arrogante Erwachsenenhaltung, die Jugend daran zu bemessen, wie lange sie mit den Fridays-For-Future-Demonstrationen durchhalte. Das werde einer Generation nicht gerecht, die sich dieses Thema sehr effektiv und kreativ angeeignet habe.

Teenager fühlen sich nicht ernst genommen

Generell glauben der Untersuchung zufolge viele Jugendliche, dass weder sie noch die Klimakrise von den Verantwortlichen in Politik, Wirtschaft und in der älteren Generation ernst genommen würden. Mögliche Problemlösungen würden verschleppt oder sogar hintertrieben, zudem werde der Jugend die Teilhabe an Entscheidungen erschwert und die Politik vor allem von „alten weißen Männern“ dominiert.

Sinus-Jugendstudie Die Sinus-Jugendstudie wird alle vier Jahre erstellt. Die qualitative Untersuchung ist nicht repräsentativ. Befragt wurden nur 72 Jugendliche zwischen 14 und 17 Jahren. Die langen und persönlichen Interviews erlauben Forschern aber einen guten Einblick in das Denken der Jugendlichen. Wegen der offenen Herangehensweise und der daraus resultierenden Tiefenschärfe ist die Methode in der Sozialforschung anerkannt.

Gute Noten für Politik in Corona-Zeiten

Im Umgang mit der Corona-Krise stellen die Jugendlichen der Politik hingegen ein gutes Zeugnis aus: Den Studienautoren zufolge vertrauen sie den Akteuren und sehen die Anti-Corona-Maßnahmen als nachvollziehbar und verhältnismäßig an. Die Teenager seien zwar genervt von den Einschränkungen, aber zugleich mitfühlend und verantwortungsbewusst. Die Befragten zeigen demnach wenig Angst vor einer eigenen Ansteckung, befürchten aber, andere Menschen anzustecken. Kritisiert wird aber eine verfrühte Öffnung der Schulen.

3.4. BE und die neuen Bedürfnisse der älteren Generation

Immer mehr Kommunen machen sich Gedanken über eine mögliche Strategie einer lebendigen Entwicklung für eine möglichst inspirierende Atmosphäre für jegliches Engagement, für hohe Lebensqualität und eine optimale Beratungslandschaft Senioren und Pflege heute und in der Zukunft.

Ziel dieser Prozesse ist es, die vorhandenen Ressourcen in der Stadtgesellschaft und den dazugehörenden Ortsteilen zu nutzen, indem die Schlüsselpersonen und „Stakeholder“ im Bereich Engagement, Senioren und Pflege schon von Anfang an mit einbezogen werden. Es geht um einen Über- und Ausblick auf die meist nächsten 10 Jahre für die Handlungsfelder Begegnung, Beratung und Beteiligung, ganz explizit für Senior*innen und den Bereich Pflege. Die Stadtverwaltung übernimmt dabei eine koordinierende Rolle. Die Generationenübergreifende Strategie impliziert Felder des Engagements, Orte von Lebensqualität, Möglichkeiten der Gesundheitsbewahrung und der Fitness, Beratung für Leistungen der Pflegeversicherung, Häusliche Pflege, ergänzende Unterstützungsformen, Entlastungsmöglichkeiten für pflegende Angehörige, Rund-um-die-Uhr-Betreuung, finanzielle Unterstützungsmöglichkeiten, psychosoziale Angebote, um nur ein paar wichtige zu nennen. Eine möglichst optimale Beteiligungs- und Beratungslandschaft im Bereich für Senioren und Pflege hat somit mit Sozialraumtheorie zu tun, mit Wohnumfeldgestaltung, mit Atmosphäre, mit gesellschaftlicher Verantwortung, ganz konkret mit Nachbarschaftlichen Hilfen sowie „neue Formen des Hilfemixes“, Ressourcen im Quartier, in der Zivilgesellschaft allgemein zu tun. So fügen wir dieser „Senioren Strategie“ die Begriffe „Begegnung“ und „Beteiligung“ ganz bewusst hinzu. Wir gehen dabei von einem Start in einen Prozess aus, der jedes Jahr mindestens neu in seiner Handlungsplanung überprüft, reflektiert und spezifisch ausgerichtet gehört. Er sollte für die nächsten 10 Jahre angelegt werden. Ein Papier mit relevanten Eckpunkten kann nur mit Beteiligung von verschiedensten Akteuren gelingen. Auch während dieses Prozesses müssen wir wach sein und stets schlaue Ideen entwickeln. Eine wahrlich spannende Herausforderung. Dazu können weitere, niederschwellige „Orte der Begegnung, Beteiligung und Beratung“ entstehen. Auch ist neben der so wichtigen „analogen“ Begegnung, Beratung und Beteiligung auch eine ebenso digitale Strategie sinnvoll. Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen (BAGSO) fordern aktuell zurecht den „Digitalpakt-Alter“. Der Zugang zum Internet muss für alle Bürgerinnen und Bürger unabhängig von ihrem Alter gewährleistet sein. Das ist das zentrale Ergebnis des 8. Altersberichtes der Bundesregierung. Teilhabe und Teilnahme am konkreten Leben bedeuten Lebensqualität. Und die neuen Medien sind dabei eine zusätzliche Chance und Hilfe auch bei Krankheit und Immobilität.

4. Die Zukunft des BE

4.1. Unternehmerisches Engagement: CSR

Eine Priorität der Zukunft des Bürgerengagements liegt im Engagement von Unternehmen.

Zum Begriff “Corporate Social Responsibility (CSR)“:

Der Begriff Corporate Social Responsibility - kurz CSR - ist seit einigen Jahren in der Breite der Gesellschaft und in der politischen Debatte angekommen. In Deutschland setzt die Nationale Strategie zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility-CSR) und die in Form eines "CSR-Aktionsplanes" von der Bundesregierung verabschiedet wurde, einen ersten institutionellen Meilenstein. Ihr ging ein mehrjährigerer breiter Diskussionsprozess zahlreicher gesellschaftlicher Gruppen und Akteure voraus. Einem gemeinsamen Verständnis folgend steht CSR danach für verantwortliches unternehmerisches Handeln im eigentlichen Kerngeschäft. CSR umschreibt damit ein integriertes Unternehmenskonzept, das alle sozialen, ökologischen und ökonomischen Beiträge eines Unternehmens zur freiwilligen Übernahme gesellschaftlicher

Verantwortung beinhaltet, die über die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen hinausgehen und die die Wechselbeziehungen mit den gesellschaftlichen Anspruchsgruppen (Stakeholdern) einbeziehen. Die praktische Umsetzung des CSR-Gedankens ist demzufolge wichtiger Bestandteil einer sozialen und ökologischen Marktwirtschaft und zugleich Beitrag zur Bewältigung der Herausforderungen einer globalisierten Welt. In vergleichbarer Weise definiert auch die Europäische Union CSR als ein System, das Unternehmen als Grundlage dienen soll, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit sowie in die Wechselbeziehungen zu ihren Stakeholdern zu integrieren. Gemäß einer EU-Richtlinie aus dem Jahre 2011 ist CSR „die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft“. Auch die EU sieht in der CSR-Förderung ein geeignetes Instrument, um auf mittlere und lange Sicht günstige Bedingungen für nachhaltiges Wachstum, verantwortungsvolles unternehmerisches Verhalten und die Entstehung dauerhafter Arbeitsplätze zu schaffen.

Welchem Verständnis von CSR folgen wir?

Der Begriff CSR umschreibt, dass der langfristige wirtschaftliche Erfolg eines Unternehmens auch die Berücksichtigung von sozialen Belangen und Umweltaspekten bei unternehmerischen Aktivitäten erfordert. Dazu gehört, Forderungen von Kunden zu erfüllen und berechnete Interessen anderer Anspruchsgruppen – z.B. der Angestellten, der Lieferanten oder von Interessengruppen aus der Umgebung zu berücksichtigen. Es bedeutet ferner, positiv in die Gesellschaft zu wirken und Umweltauswirkungen des Unternehmens zu begrenzen. CSR hilft den Unternehmen, Reputation aufzubauen und seine langfristige Wettbewerbsfähigkeit sicherzustellen. CSR ist somit kein "Gutmenschentum", es ist kein "Sahnehäubchen", sondern Ausdruck einer zeitgemäßen und nachhaltigen Unternehmensführung, die Unternehmensrisiken minimiert. Dabei spielen bekannte Werte, wie Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit sowie der faire Umgang mit den Beschäftigten eine wichtige Rolle. Was früher also für viele Unternehmen selbstverständlich war (Stichwort: der "ehrbare Kaufmann"), wird heute von Stakeholdern und der Gesellschaft erwartet. Von Unternehmen wird erwartet, dass sie diese Werte nicht nur schätzen, sondern diese Werte in ihre Geschäftspraxis strategisch einbauen und auch real einhalten. Von verschiedenen Seiten wird dazu die Forderung erhoben, verantwortliches Handeln solle heute überprüfbar sein. CSR liefert Spielregeln zur planbaren Übernahme solcher gesellschaftlicher, unternehmerischer Verantwortung, beispielsweise im Rahmen von Leitfäden oder best-practise-Modellen. CSR beschreibt dabei nicht nur die Spielregeln zur Verantwortungsübernahme für Unternehmen, sondern genauso für Organisationen und Institutionen, die freiwillig gesellschaftliche Verantwortung übernehmen (Stichwort ISO 26000). Die Umsetzung des CSR-Gedankens erfordert daher ein Zusammenwirken von Wirtschaft, Gesellschaft und Politik.

CSR-Themenfelder im Überblick

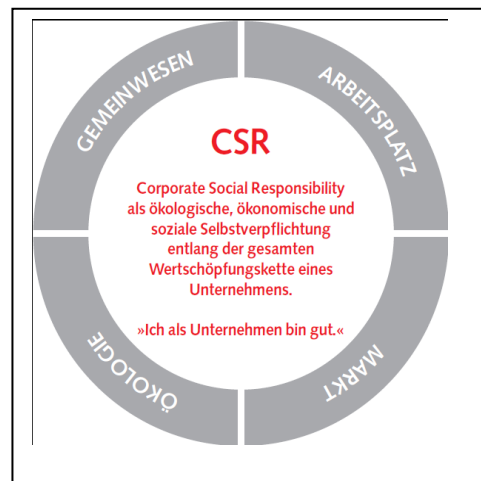


Abb 1: Institut für Social Marketing

Corporate Social Responsibility wird in die Handlungsfelder: Arbeitsplatz, Ökologie, Markt und Gemeinwesen eingeteilt:

Handlungsfeld Gemeinwesen

Der Schwerpunkt in diesem Handlungsfeld liegt auf den Beziehungen des Unternehmens in sein direktes gesellschaftliches Umfeld. Dabei stellen Unternehmen gemeinwohlorientierten Organisationen und Projekten aus der Region Unternehmensressourcen zur Verfügung. Sie investieren Zeit, Geld, Know-how und Sachmittel. Spenden, Sponsoring, Mitarbeiterfreistellung (Volunteering), Unternehmenskooperationen und Unternehmensstiftungen sind die tragenden Säulen dieses Handlungsfeldes. Als Ziel der Einbringung eines Unternehmens in sein gesellschaftliches Umfeld wird der Begriff „win-win-Situation“ genannt. Diese doppelte Gewinnsituation bezieht sich einerseits auf die Vorteile gesellschaftlicher Anliegen, die durch das unternehmerische Engagement entstehen. Zum anderen auf die positive Auswirkung des Engagements auf die Unternehmensentwicklung, beispielsweise im Bereich der Mitarbeitermotivation und der Unternehmensreputation.

Handlungsfeld Arbeitsplatz

Der Umgang des Arbeitgebers mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bestimmt das Handlungsfeld Arbeitsplatz. Die eigene Erwerbstätigkeit ist die wesentliche Grundlage gesellschaftlicher Teilhabe. Die persönliche Arbeitsstelle prägt die Lebensqualität maßgeblich mit. Themen wie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten, faire Bezahlung, Mitarbeitergesundheit oder die Art und Weise des kollegialen Umgangs sind die Kernthemen dieses Arbeitsfeldes.

Handlungsfeld Ökologie

Nachhaltiges Wirtschaften und Umweltmanagement sind relevante Kriterien für die ökologische Verantwortung von Unternehmen. Zwei anerkannte Richtlinien für nachhaltiges und ökologisches

Wirtschaften sind die internationale Umweltnorm ISO 14.001 als weltweit anerkannte Grundlage für ein Umweltmanagementsystem und das „Gemeinschaftssystem für das freiwillige Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung“, genannt EMAS (Eco-Management and Audit Scheme).

Handlungsfeld Markt

In diesem Handlungsfeld steht der faire Umgang mit den Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie den Geschäftspartnern von Unternehmen im Mittelpunkt. Es geht um die Erhöhung positiver und die Senkung negativer sozialer, ökonomischer und ökologischer Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen. Ein gut funktionierendes Beschwerdemanagement, transparente Produktbeschreibungen, ein offener Dialog und die transparente Darstellung der Unternehmensentwicklung finden n.a. in diesem Handlungsfeld ihren Raum. Das Handlungsfeld Markt wird häufig als zusammenfassendes Handlungsfeld beschrieben, da es Themen der drei weiteren Handlungsfelder miteinander verbindet und wieder aufgreift.

Worauf stützen sich die CSR Handlungsfelder?

Grundlagen, auf denen das heutige CSR-Verständnis aufbaut, sind mehrere internationale Leitlinien und Kodices: Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, der Global Compact der Vereinten Nationen und die Dreigliedrige Grundsatzerklärung der Internationalen Arbeitsorganisation über multinationale Unternehmen und Sozialpolitik. Sie bilden gemeinsam einen Kanon von Grundsätzen, Werten und Mechanismen der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen und stellen die wichtigsten internationalen Bezugsdokumente für CSR dar.

Der United Nations Global Compact wurde als eine weltweite Allianz zwischen den Vereinten Nationen und der Privatwirtschaft auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos vom damaligen Generalsekretär der Vereinten Nationen, Kofi Annan, begründet. Der Global Compact versteht sich als ein Dialog- und Lernforum für Unternehmen, das den Austausch über die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, deren Vernetzung und die Förderung von sozialem und gesellschaftlichem Engagement zum Ziel hat.

Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen sind Handlungsempfehlungen der 34 OECD-Mitgliedsstaaten sowie 8 weiterer Staaten an international tätige Unternehmen. Dieser Verhaltenskodex wurde von den OECD-Mitgliedsstaaten in Zusammenarbeit mit Unternehmen, Gewerkschaften und der Zivilgesellschaft entworfen, um so weltweit verantwortliche Unternehmensführung (Corporate Social Responsibility) zu verwirklichen. Sie bieten Unternehmen einen Handlungsrahmen in den Bereichen Grundpflichten, Informationspolitik, Menschenrechte, Beschäftigungspolitik, Umweltschutz, Korruptionsbekämpfung, Verbraucherinteressen, Wissenschaft und Technologie, Wettbewerb und Besteuerung.

Die Grundsatzerklärung der IAO stellt einen internationalen Konsens zwischen Regierungen, Gewerkschaften und Unternehmensverbänden dar. Die Erklärung, die 1977 verabschiedet wurde und seit 2006 in einer revidierten Fassung vorliegt, formuliert umfassende Anforderungen an multinationale Unternehmen im Bereich Arbeits- und Sozialstandards.

Aktuelle CSR-Debatte

Auf nationaler und internationaler Ebene wird die Debatte zu CSR von nachfolgenden Fragestellungen dominiert:

Die fehlende Überprüfbarkeit der unternehmerischen Verantwortung von unabhängiger Seite und die damit einhergehende Kritik des „greenwashing“.

Der Mangel an klar definierten Richtlinien und Erfolgskontrollen macht deutlich, dass CSR eher zu den weichen Faktoren der Unternehmensführung gehört. CSR dient folglich zurzeit vorwiegend der Imagebildung, was auch die Art der Kommunikation widerspiegelt: Sie richtet sich vor allem an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Geschäftskunden und Verbraucherinnen und Verbraucher. Mit Greenwashing bezeichnen Kritiker eine Methode der unternehmerischen Öffentlichkeitsarbeit, die dem Unternehmen ein verantwortliches und umweltfreundliches Image gibt, obwohl es dafür keine hinreichende Grundlage gibt.

Die fehlende, absolute Messbarkeit von CSR-Maßnahmen und der damit unsichere Beitrag verantwortlichen Handelns für den unternehmerischen Erfolg.

CSR werden zwar positive Auswirkungen auf unternehmerischen Erfolg und unternehmerische Entwicklung zugeschrieben. Trotz verschiedener methodischer Ansätze lassen sich jedoch längst nicht alle CSR-Maßnahmen konkret quantifizieren. Hierin sehen Kritiker noch dringenden Handlungsbedarf bei der Etablierung und Weiterentwicklung von CSR.

Die Frage der Freiwilligkeit von CSR

Die Einführung von CSR in die Unternehmenstätigkeit ist grundsätzlich freiwillig und obliegt der Entscheidungshoheit der Unternehmen. Geht es nach dem Willen u.a. der EU-Kommission, müssen Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern künftig jährlich Angaben über Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange, Menschenrechte und die Bekämpfung von Korruption und Bestechung veröffentlichen. Damit soll eine höhere Verbindlichkeit der CSR-Aktivitäten erreicht werden. Die Bundesregierung und die deutsche Wirtschaft stehen dieser Maßnahme kritisch gegenüber. So kann sich nach einer Umfrage des DIHK Ende 2012 jedes fünfte Unternehmen vorstellen, sein Engagement bei einer verbindlichen Berichtspflicht zurückzufahren. Der Grund: steigende Kosten durch erhöhten Bürokratieaufwand.

Was ist bisher gelaufen?

Nationale Strategie zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility – CSR) Aktionsplan CSR der Bundesregierung

Am 06. Oktober 2010 hat die Bundesregierung den Aktionsplan CSR veröffentlicht. Herausgeber ist das Bundesministerium für Arbeit und Soziales. Mit der Entwicklung einer Nationalen Strategie zur Förderung der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility, CSR) soll ein Beitrag zur Bewältigung der zentralen Herausforderungen in einer globalisierten Welt des 21. Jahrhunderts geleistet werden. Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen gehört in Deutschland zu den Grundelementen der Sozialen Marktwirtschaft. Eine Nationale CSR-Strategie soll jetzt einen Rahmen entwickeln, der auf die Entfaltung der Marktkräfte setzt, dabei jedoch anstrebt, Handlungsfreiheit mit aktiver Verantwortungsübernahme in Einklang zu bringen. Damit soll eine

nachhaltige, wirtschaftlich stabile, sozial ausgewogene und umweltverträgliche Entwicklung der Wirtschaft unterstützt werden. CSR ersetzt dabei nicht politisches Handeln. Die unternehmerische Verantwortung ergänzt vielmehr die politische und zivilgesellschaftliche Verantwortung und geht über den notwendigen gesetzgeberischen Rahmen hinaus. Denn zur Erschließung des Potenzials von CSR bedarf es einer gesamtgesellschaftlichen Anstrengung. Weder Politik, noch Wirtschaft oder Zivilgesellschaft sind in der Lage, die gewaltigen Herausforderungen unserer Zeit alleine zu lösen. Die Grenzen des eigenen Handelns sind in einer zunehmend globalisierten Welt schnell erreicht. Corporate Social Responsibility steht für verantwortliches unternehmerisches Handeln im eigentlichen Kerngeschäft. CSR bezeichnet ein integriertes Unternehmenskonzept, das alle sozialen, ökologischen und ökonomischen Beiträge eines Unternehmens zur freiwilligen Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung beinhaltet, die über die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen hinausgehen und die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern einbeziehen.

Parallel zur Nationalen CSR-Strategie – „Aktionsplan CSR“ wird von der Bundesregierung eine Nationale Engagementstrategie vorgelegt, die die Förderung des bürgerschaftlichen Engagements zum Ziel hat.

Mit dem „Aktionsplan CSR“ verfolgt die Bundesregierung die strategische Intention,

- CSR in Unternehmen und öffentlicher Verwaltung besser zu verankern
- verstärkt kleine und mittlere Unternehmen (KMU) für CSR zu gewinnen
- die Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit von CSR zu erhöhen
- politische Rahmenbedingungen für CSR zu optimieren
- einen Beitrag zur sozialen und ökologischen Gestaltung der Globalisierung zu leisten.
- Corporate Social Responsibility - Strategie der Europäischen Kommission

Am 25. Oktober 2011 hat die Europäische Kommission eine neue EU-Strategie für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR) vorgestellt.

In ihrer Begründung bezieht sich die Kommission unter anderem auf die Wirtschaftskrise und ihre sozialen Folgen. Diese hätten das Vertrauen in die Wirtschaft bis zu einem gewissen Grad erschüttert. Dadurch wurde die Öffentlichkeit für die Leistungen der Unternehmen auf sozialem und ethischem Gebiet sensibilisiert. Die Kommission erneuert ihre Anstrengungen zur CSR-Förderung jetzt, um auf mittlere und lang Sicht günstige Bedingungen für nachhaltiges Wachstum, verantwortungsvolles unternehmerisches Verhalten und die Entstehung dauerhafter Arbeitsplätze zu schaffen.

Mit der neuen EU-Strategie legt die Kommission auch eine neue Definition vor, wonach CSR „die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft“ ist.

Damit die Unternehmen ihrer sozialen Verantwortung in vollem Umfang gerecht werden, so die Kommission weiter, sollten sie auf ein Verfahren zurückgreifen können, mit dem soziale, ökologische, ethische, Menschenrechts- und Verbraucherbelange in enger Zusammenarbeit mit den Stakeholdern in die Betriebsführung und in ihre Kernstrategie integriert werden. Aus Sicht der Kommission sollen

die Unternehmen bei der Entwicklung von CSR selbst federführend sein. Behörden sollten eine unterstützende Rolle spielen und dabei eine intelligente Kombination aus freiwilligen Maßnahmen und nötigenfalls ergänzenden Vorschriften einsetzen, die etwa zur Förderung der Transparenz und zur Schaffung von Marktanreizen für verantwortliches unternehmerisches Handeln beitragen und die Rechenschaftspflicht von Unternehmen sicherstellen sollen. Unternehmen müssen die nötige Flexibilität erhalten, damit sie innovativ sein und ein auf ihr Umfeld abgestimmtes Konzept entwickeln können. Für den Zeitraum von 2011 – 2014 hat die EU Kommission einen Aktionsplan vorgelegt, der folgende Aufgabestellungen in den Vordergrund rückt:

- CSR ins Blickfeld rücken und bewährte Verfahren verbreiten
- Das den Unternehmen entgegengebrachte Vertrauen verbessern und dokumentieren
- Selbst- und Koregulierungsprozesse verbessern
- CSR durch den Markt stärker belohnen
- Die Offenlegung von sozialen und ökologischen Informationen durch die Unternehmen verbessern
- CSR stärker in Aus- und Weiterbildung sowie Forschung integrieren
- Die Bedeutung von CSR-Strategien auf nationaler und subnationaler Ebene hervorheben
- Europäische und globale CSR-Konzepte besser aufeinander abstimmen

Wie ist der Stand heute?

Die Aufgabe von Unternehmen ist in der Regel die Erstellung von Gütern und Dienstleistungen. Ziel ist es dabei, die Bedürfnisse und Wünsche der Konsumenten bestmöglich zu befriedigen. Weitere Aufgaben und Ideen leiten sich aus diesem Ziel stets ab. Unternehmen haben erkannt, dass Betriebsklima, Familienfreundlichkeit, innovative Personalentwicklungskonzepte ebenso wichtig sind wie Gemeinwohl sowie Engagement und somit Reputation des Betriebes in der Region.

Die Wirtschaftskrise und somit die damit verbundene Skepsis für eine „reibunglose“ Zukunft und mangelnde Glaubwürdigkeit der agierenden Strukturen haben zu einem großen Ansehens- und Vertrauensverlust des Systems Marktwirtschaft, der Unternehmen sowie des Finanzsystems und der Banken in Deutschland geführt. Nach wie vor haben Unternehmen in Familienbesitz, die meist eigentümergeführt sind und dem Mittelstand angehören, einen guten Ruf durch ihre feste Verankerung im Gemeinwesen und ihren guten und transparenten Beitrag am Gemeinwohl. Meist sind sie nicht mehr wegzudenken aus dem alltäglichen Geschehen in einer Kommune. Themen wie Nachhaltigkeit und Stadtentwicklung fließen mehr denn je ein. Es bleibt nicht beim Sponsoring oder bei der Zurverfügungstellung von Ressourcen. Es entsteht geradezu ein Corporate Design einer Kommune mit seinen Unternehmen und andersrum.

Wir nennen dies zusammengefasst „unternehmerisches gesellschaftliches Engagement“, gerne auch „Corporate Social Responsibility“, im Einklang des Triumvirats Ökologie, Ökonomie und Soziales.

PLANET

Ökologie

CSR

Arbeitsplatz, Umwelt, Gemeinwesen, Markt

PROFIT

PEOPLE

Ökonomie

Soziales

In welcher Weise, mit welcher Motivation, mit welchen Zielen und mit welcher Strategie Unternehmen sich über ihr Kerngeschäft hinaus bürgerschaftlich engagieren, ist mittlerweile ein wichtiger Bestandteil vieler Unternehmensphilosophien. Man kann es sich fast schon nicht mehr leisten, diese Aspekte nicht auch zu betrachten, bis hin schon die Rede von „Gemeinwohlbilanz“ und ähnlichen Ansätzen ist.

Grund dafür ist auch, dass der Staat in manchen Bereichen an seine Grenzen stößt und den Unternehmen als Institutionen auch im Hinblick auf ethisches und mitverantwortliches Handeln eine immer wichtigere Rolle zukommt. Denn eine Unternehmenskultur, welche die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ermuntert und belohnt, wenn sie sich gesellschaftlich engagieren, fördert auch das ethische Verhalten der Einzelnen. Für Unternehmen, die im Wettbewerb stehen ist es jedoch nicht immer einfach sich über die gesetzlichen Vorschriften hinaus für die Gesellschaft zu engagieren. Bürgerengagement lohnt sich nicht unbedingt materiell für das einzelne Unternehmen. Schließlich muss das Unternehmen dieses Engagement aus seinem Kerngeschäft finanzieren, während der Nutzen daraus nicht nur der Gesellschaft, sondern womöglich auch den Mitbewerbern um Kunden zugutekommt.

Was heißt das für Baden-Württemberg?

In Baden-Württemberg blickt man auf viele interessante Netzwerke zwischen den Handlungsräumen „Staat“ und „Markt“. Neben dem Bereich „Privatheit“ hat sich ein großer Teil an „Assoziativen Initiativen“ entwickelt, der für die ganze Bundesrepublik einmalig ist und ein Bestandteil einer sich entwickelnden Bürgergesellschaft darstellt.

Assoziative Initiativen

Staat

Zivilgesellschaft

Markt

Familie/Private

Zwischen den beiden für Deutschland so typischen „Polen“ Staat und Markt hat sich die Zivilgesellschaft entwickelt, die einfach viel mehr ist als nur das was in der Familie und im Privaten sich abspielt. Menschen engagieren sich in „assoziativen Initiativen“.

Handlungsfelder aus Sicht des Städtetags

1. Man ist sich einig, dass CSR erlebnisorientiert und emotionalisiert sein sollte. Das muss sich im aktiven Handeln widerspiegeln.
2. Die breite Öffentlichkeit nimmt das Engagement von Unternehmen nicht genügend bzw. nicht positiv wahr. Deshalb sollte dazu mehr veröffentlicht werden. Dabei haben die Medien eine Schlüsselfunktion.
3. Aufklärungskampagnen sind somit notwendig, dass CSR mehr als reines Sponsoring ist.
4. Der Staat sollte dazu Fakten noch mehr kommunizieren
5. Die Politik sollte noch mehr öffentlich kundtun, dass CSR wichtig und interessant ist, welche die Unternehmen aufgreifen können.
6. Eine Idee kann auch sein, Anlaufstellen in Kommunen oder Kammern zu installieren, die gerade für kleinere Unternehmen eine wichtige Rolle übernehmen könnten.
7. Es sollten Wege gefunden werden, die nicht nur für große Unternehmen von Nutzen sind, sondern auch für KMU, dass sie leichter den Zugang zum CSR finden.
8. Netzwerke sollten zudem aufgebaut und auf Unternehmen zugeschnitten werden, die z.B. für derartiges Engagement Zeit und Personaleinsatz sparen helfen. Diese könnten auch regional zugeschnittene Netzwerke sein. Träger können Kommunen, Kammern, Mittlerorganisationen wie Wohlfahrtverbände, Non-Profits etc. sein.
9. Ein Mentoring für Unternehmen, entweder durch kommunale Anlaufstellen oder ggf. Kammern könnte sich daran anschließen.
10. Eine Art „Botschafter“ könnten die CSR-Überzeugungen nach außen tragen.

11. Wir schlagen die Entwicklung eines Leitfadens/einer Handreichung für den Mittelstand in einfacher und verständlicher Sprache vor, mit Best-Practice-Beispielen, ebenso ein Flyer.
12. Auch im schulischen Alltag sollten Freiräume für gemeinsame CSR-Aktivitäten von Schulen und Unternehmen angestrebt werden
13. Das „Produkt CSR“ sollte als „Marke“ legitimiert werden, so dass auch jeder dasselbe darunter verstehen kann. Die Kriterien werden dabei klar kommuniziert, ebenso der Mehrwert und der Nutzen von CSR.
14. Schließlich muss der Begriff CSR nochmal klar erläutert, veranschaulicht und übersetzt werden, damit ein gemeinsames Verständnis entsteht und weiterwachsen kann, denn einen neuen Begriff wird und muss es unserer Meinung nach national und international nicht geben.

4.2. Neue Engagementformen im Quartier

Bürgerengagement und die Beteiligung der Stadtbevölkerung, sowie Interessensvertreter vor Ort, erfordern Ideen und gezielte Maßnahmen, um konkrete und tragfähige Lösungen für die zunehmend vielschichtigen Planungsprozesse zu finden. Die Lebensräume einer Stadtgesellschaft definieren sich in der Regel oberhalb der reinen Wohnstrukturen (Wohnumfeld einer Familie) und unterhalb der verfassten Gesamtgemeindestruktur in Quartieren, in denen es über Infrastruktur, Kultur und Arbeit ein Gleichgewicht aus Wohnen, Leben und Begegnung gibt, das täglich gestaltet wird. Gerade Engagierte nehmen dabei eine wichtige Rolle ein. Die Mitgliedstädte des Städtetags verfügen mittlerweile über genügend Beispiele erfolgreich funktionierender Quartierspraxis. Im interkommunalen Erfahrungsaustausch werden Erkenntnisse gesammelt und regelmäßig ausgewertet. Es werden Erfahrungen und Bausteine aus der Praxis zu den Themen: Inklusion im Quartier (Ebene des ganzen Quartiers), Inklusion unter einem Dach (Ebene Gebäude), Inklusion im öffentlichen Raum (Plätze, Straßen, Orte), Inklusion im Handeln (Quartiersplanung und -strategien) und Inklusion im Alltag (z.B. beim Einkaufen, Arbeiten, bei Veranstaltungen) im Projekt „Inklusive Quartiere“ regelmäßig evaluiert. Eine interdisziplinär besetzte Projektgruppe begleitet das Projekt und diskutiert das Thema übergreifend. Mitwirkende sind Fach- und Führungskräfte aus folgenden Bereichen der Kommunalverwaltung: Stadtentwicklung, Stadtplanung, Bauen, Integration, Umwelt, Familie, Jugend und Soziales, Vertreter des Netzwerks Inklusion, Vertreter des Beirats der Kommunalen Beratungsstelle Inklusion. Baden-Württemberg greift einen interdisziplinären Ansatz auf. Bei weiteren strategisch bedeutsamen Themen kann an diese Erfahrungen angeknüpft werden. Am Beispiel der Inklusion wird der Umgang mit Querschnittsthemen innerhalb der kommunalen Verwaltung deutlich.

4.3. Bürgerengagement im inklusiven Gemeinwesen: Mit und für alle

Die Bemühungen um den „erweiterten Inklusionsbegriff“ auf den verschiedensten Ebenen und in sehr unterschiedlichen Handlungsfeldern beschreiben und dokumentieren zugleich Teilschritte eines Paradigmenwechsels.

Über die verbesserte Integration hinaus lässt sich Inklusion als themenübergreifender Prozess darstellen, der davon lebt, dass im Gemeinwesen soziale Verbindungen und Verbesserungen der Toleranz, Teilhabe und Selbstbestimmung möglich sind.

Die Bemühungen um Inklusion können Teilschritte der Stadt(-teil)entwicklung aufgreifen und zugunsten von Integration und Inklusion vielfältiger Lebensweisen beitragen.

Im Laufe der letzten Jahrzehnte sind dies beispielsweise folgende Entwicklungen:

- **Gemeinwesenarbeit**, beginnend mit den Arbeitervierteln, den Nachbarschaftsvereinen, der Kiezarbeit in „überalterten“ Quartieren
- Stärkung der Beteiligungsmöglichkeiten auf kommunaler Ebene wie **Bürgerausschüsse**, Bezirksbeiräte oder Fachbeiräte (Seniorenräte, Behindertenbeiräte, Integrationsbeiräte etc.)
- **Soziale Stadt**, beginnend mit den nationalen und europäischen Förderprogrammen, gegen „zerfallende“ Viertel (wegen Kriminalität, Deprivation, Chancenlosigkeit)
- **Integrierte Stadtentwicklung**, beginnend mit der Leipzig Charta 2007 für das Zusammenwirken aller städtischer Fachbereiche, der Bürgerbeteiligung und der Kooperation mit individuellen und privaten Investoren
- **Sozialraumarbeit** mit der **Dezentralisierung** sozialstaatlicher Versorgungs- und Dienstleistungsstrukturen z.B. in der Jugendhilfe und den Jobagenturen.
- **Quartiersarbeit** als Antwort auf übergreifende Veränderungen wie demografischer Wandel, Klima, Zuwanderung, Herausforderungen in Schule, Bildung und Betreuung (Bildungslandschaften)

Unter diesen Entwicklungstendenzen und Arbeitszugängen benötigt inklusives Arbeiten Strategien für die wichtigsten Erfahrungen, um erfolgreich die hohen Ansprüche der Leitbilder für integrierte Stadtentwicklung voranbringen zu können, z.B.

- wie können Menschen mit und ohne Behinderung in lokalen Gremien zusammenarbeiten?
- Wie können Integrationserfahrungen in Wirtschafts- und Wohnbereichen zusammengeführt werden?
- Wie dezentral/ambulant können Hilfeformen der Pflege werden bei welcher Art von Infrastruktur?
- Welche zivilgesellschaftlichen Selbstverwaltungsstrukturen sind bei der Gestaltung öffentlicher Räume, Grünzonen, Bau und Sanierungsgebieten förderlich für Inklusion?
- Welche Präventionserfahrungen (im Bereich Gender, Verkehr, Drogen) helfen bei inklusiver Planung eines Quartiers?
- Welche Wechselwirkung geht aus von veränderten Strukturen im Bereich der Schülerzahlen und Schulentwicklung, der Mitgliedsstrukturen bei Kirchengemeinden oder Sportvereinen in Bezug auf Netzwerke inklusiver Quartiere?

- Welche Veränderungen bringen Medienkonsum, Internet, Onlineshops, große Einkaufszentren für den inklusiven Sozialraum?
- In wie weit hält Bürgerengagement gesund bzw. was kann eine Stadtgesellschaft, was kann die Stadtverwaltung dazu beitragen, ganz im Sinne des Ansatzes der Salutogenese?

Lebensräume definieren sich in der Regel oberhalb der reinen Wohnstrukturen (Wohnumfeld einer Familie) und unterhalb der verfassten Gesamtgemeindestruktur, also in Bezirken, Quartieren, in denen es über Infrastruktur, Kultur und Arbeit ein Gleichgewicht aus Wohnen, Leben und Begegnung gibt. Am ehesten funktionieren hier Vereine und Kirchengemeinden, Bezirksbeirats- oder Stadtteilstrukturen.

In diesen Bezügen ist Urbanität noch gefasst ohne Anonymität aber hinreichend offen, um nicht unter Kategorien der sozialen Kontrolle und Dorfgemeinschaften beschrieben zu sein. Auf dieser Ebene lässt sich von einem Angebot und Nachfragepotential bei Ressourcen, Hilfe- und Pflegebedarf sprechen.

Es erscheint notwendig, die Weiterentwicklung der Inklusion als gelebte und auszuhandelnde Integration aller Sozialbelange einer Gesellschaft methodisch zu verbessern. Wie lassen sich Doppelstrukturen verhindern, allgemeine Appelle konkreter fassen, selbstbewusste originäre Lösungen finden, die dem Wertekanon der inklusiven Gesellschaft nahe sind. Künftige Wohn- und Unterbringungsformen werden dezentraler gedacht und gefördert, benötigen aber eine ausreichende Infrastruktur.

Ohne zielgerichtete Aktivitäten der kommunalen Akteure, können einzelne Maßnahmen und Projekte nicht wirken. Der Paradigmenwechsel wird erfolgreich sein, wenn die verschiedenen Angebote aller Träger im „inklusive Quartier“ zusammenwirken können auf der Grundlage integrierter Entwicklungskonzepte. Bauliche und Strukturelle Elemente (z.B. öffentliche Räume und Verkehrsmittel) sind förderlich. Immer mehr gewinnt dabei die Gesundheitsvorsorge an Bedeutung. Ein Aspekt, der sich lohnt, weiter zu verfolgen, ganz nach dem Ansatz der Salutogenese. Dabei geht es um die Prävention, die Beibehaltung, Pflege und die „Entstehung“ von Gesundheit. Es meint dabei die „soziale Balance“:

„Auf Dauer können die Städte ihre Funktion als Träger gesellschaftlichen Fortschritts und wirtschaftlichen Wachstums im Sinne der Lissabon Strategie nur wahrnehmen, wenn es gelingt, die soziale Balance innerhalb und zwischen den Städten aufrecht zu erhalten, ihre kulturelle Vielfalt zu ermöglichen und eine hohe gestalterische, bauliche und Umweltqualität zu schaffen“.

(vgl. Leipzig Charta 2007).

Die An-Sprache spielt dabei eine wichtige Rolle: Leichte Sprache – Einfache Sprache

Einfache Sprache hat den Anspruch, alle Bürger*innen zu erreichen. Im englisch-sprachigen Raum verwenden Unternehmen und Verwaltungen Plain Language, um mit Kund*innen und Beschäftigten in einfacher Form zu kommunizieren. In den USA weist der Plain Language Act seit zehn Jahren Bundesbehörden an, Bürger*innen so zu informieren, dass 85 Prozent der Bevölkerung einen Verwaltungstext beim ersten Lesen verstehen. Einfache Sprache ist eine Reaktion auf eine zurückgehende Lesekompetenz. In Deutschland haben Menschen mit einer geistigen/psychischen Behinderung Anspruch auf barrierefreie Kommunikation. Der Anspruch leitet sich aus der UN-Behindertenrechtskonvention Artikel 21 ab, der Menschen mit Behinderung ein Recht auf Informations- und Meinungsfreiheit zuspricht. Der Begriff **Leichte Sprache** wird seit 20 Jahren unautorisiert verwendet. Derzeit (2020/21) entsteht eine DIN SPEC Leichte Sprache.

In jeglicher Kommunikation ist auf die „richtige“ Sprache zu achten.

Wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen.

Stuttgart, den 15. Dezember 2020

Martin Müller

Ein herzliches Dankeschön gilt den Kolleginnen und Kollegen des Städtetags Baden-Württemberg, des Sozialministeriums, speziell dem StädteNetzWerk, dem Umwelt-, Wirtschafts- und Staatsministerium, der Landesnetzwerkkonferenz BE, den Kolleg*innen der Fachberatungen BE des Gemeinde- und Landkreistages, der ARBES und der FALBE, sowie Nachfolgeorganisationen, den Engagierten in der „Engagementstrategie Baden-Württemberg“, der Allianz für Beteiligung, dem BBE, dem Staatsanzeiger, der Allianz für Vielfältige Demokratie, sowie weiteren, vielfältigen Initiativen, Verbänden, Vereinen im Land und allen Akteuren im Quadrolog von Verwaltung, Politik, Zivilgesellschaft und Wirtschaft.



Lebenswerke GmbH, Jägerstraße 40, 70174 Stuttgart

Telefon: 0711 28468080

E-Mail: martin.mueller@lebenswerke-stuttgart.de

Internet: www.lebenswerke-stuttgart.de