

foco - Rundbrief

Dezember 2002

Forum Community Organizing e.V.



Schwerpunkte:

Selbstorganisation und Macht

Sich selbst organisieren mit...

—THE—
CITIZEN'S
Handbook

PETER SZYNKA: ZUR DEFINITION VON MACHT.....	3
ERNESTO CORTES: POWER	5
WOLFGANG GOEDE: MACHT IST MACHEN.....	6
ROSIE DIVIVIER: WIE BÜRGERINNEN MACHT GEWINNEN	10
MICHAEL ROTHSCHUH: BRAUCHEN WIR „FÜHRERINNEN“?	12
WALTER HÄCKER: DEN <i>SCHMETTERLING</i> ORGANISIEREN!	13
OLIVER FEHREN: GEMEINWAS BITTE...?	16
MICHAEL ROTHSCHUH: ACORN- BERICHT VOM NOVEMBER 2002	18
MICHAEL ROTHSCHUH: „DIRECT ACTION ORGANIZING PROZESS“ DER MIDWEST ACADEMY ...	19
THE CITIZEN'S HANDBOOK, VORGESTELLT VON MICHAEL ROTHSCHUH	23
RAINER NEUBAUER- VORSCHAU	42
KÖRBER-STIFTUNG: ÜBER DAS COMMUNITY ORGANIZING PROJEKT KRAFTWERK MITTE.....	42
TRAINING APRIL 2003	44

Zu diesem *foco*- Rundbrief:

Im November 2002 hatten wir eine spannende Tagung in Berlin. Wir diskutierten intensiv Thesen von *foco*-Mitgliedern zum Thema „Selbstorganisation und Macht in der Bürgerinnen- /Bürgergesellschaft“. Fast alle Referate sind in diesem *foco*-Rundbrief zu finden.

Zu dem spannenden Referat von Rainer Neubauer, bei dem wir uns mit dem Verhältnis zur Wirtschaft auseinander gesetzt haben, gibt es eine Vorschau.

Ein bisschen umgesehen habe ich mich in den amerikanischen (USA und Kanada) Angeboten, Community Organizing zu lernen. Ein Handbuch aus Kanada, dem ich sehr angetan bin, habe ich auszugsweise übersetzt; als Service für Bürgergruppen.

Aus dem letzten Drittel des Sabbatjahrs grüßt als Redakteur dieses *foco*- Rundbriefs
Michael Rothschuh
Knutzenweg 4, 22041 Hamburg,
Tel. 040-652 0296, rothschuh@t-online.de,
Homepage: rothschuh.bei.t-online.de

www.fo-co.info

Unsere Webseite entwickelt sich, z.B.:

Die kleine *foco*- Bibliothek

Schauen Sie mal rein.

Und schreiben Sie selbst etwas dafür.

auch
www.forum-community-organizing.de

ZUR DEFINITION VON MACHT

Beitrag zur *foco*-Tagung *Selbstorganisation und Macht in der BürgerInnengesellschaft* Nov.2002

von Peter Szyuka

Im folgenden werden eine Reihe von Machtdefinitionen vorgestellt. Sie sind in zwei Kategorien aufgeteilt. Die erste Kategorie enthält herkömmliche Machtdefinitionen, die nicht hinreichend zwischen Macht und Gewalt unterscheiden. In der Kritik herkömmlicher Macht kommt man immer mehr dazu, zwischen Macht und Gewalt unterscheiden (vgl. Hannah Arendt, *Macht und Gewalt*). In der zweiten Kategorie sind deshalb Machtdefinitionen aufgenommen, die tendenziell vom Begriff einer relationalen Macht ausgehen.

Der dritte Abschnitt enthält die Frage, welcher dieser beiden Kategorien die Machtdefinition zuzuordnen ist, die der Reifenhersteller Pirelli in seiner Werbung benutzt.

1. HERKÖMMLICHE MACHTDEFINITIONEN

„Macht ist ein Vermögen, welches großen Hindernissen überlegen ist.“

I.Kant

„Macht bedeutet jede Chance innerhalb einer sozialen Beziehung, den eigenen Willen auch gegen Widerstände durchzusetzen, gleichviel worauf diese Chance beruht.“

(„Herrschaft ist die Chance, für einen Befehl bestimmten Inhalts bei angebaren Personen Gehorsam zu finden.“)

Max Weber, Soziologische Grundbegriffe, Tübingen, S. 42

„A hat Macht über B in dem Ausmaß, als er B veranlassen kann, etwas zu tun, was er sonst nicht tun würde.“

Roald A. Dahl

„Macht ist die Möglichkeit, durch eigene Entscheidung für andere eine Alternative auszuwählen, für andere Komplexität zu reduzieren.“

Niklas Luhmann

Wirksame Macht ist der Grad von Wahrscheinlichkeit, mit dem ein System, das seinem internen Programm gemäß handelt, eine bestimmte Mengen von Veränderungen in seiner Umwelt bewirken kann.

Wirkliche Macht bezeichnet die Differenz zwischen dem Grad von Wahrscheinlichkeit, mit der diese Veränderungen in der Außenwelt bewirkt werden, und dem Grad von Wahrscheinlichkeit, mit dem die Außenwelt Veränderungen in der internen Struktur des Systems (d.h. Anpassung an neue Erfordernisse) bewirkt.

K.W. Deutsch, Politische Kybernetik, 1973

„Macht kann als das Hervorbringen beabsichtigter Wirkungen definiert werden.“

Formen der Macht bei Bertrand Russell:

„Ein Individuum kann beeinflusst werden : a) durch direkte physische Gewalt über seinen Körper, das heißt, wen es gefangengesetzt oder getötet wird; b) durch Belohnung oder Strafen als Mittel der Veranlassung, zum Beispiel durch das Vergeben oder Nichtvergeben von Arbeit; c) durch Beeinflussung der Meinung, das heißt durch Propaganda im weitesten Sinne“

„Wenn ein quiekendes Schwein also mit einem Strick um den Leib in ein Schiff gehoben wird, unterliegt es direkter physischer Gewalt über seinen Körper.

Wenn andererseits der sprichwörtliche Esel der sprichwörtlichen Mohrrübe folgt, verleiten wir ihn, nach unserem Wunsch zu handeln, indem wir ihn überzeugen dass dieses sein Handeln in seinem Interesse läge.

Zwischen diesen beiden steht der Fall abgerichteter Tiere, in denen wir durch Belohnungen und Strafen Gewohnheiten gebildet haben; in wieder anderem Sinne auch der Fall von Schafen, die man dazu bringt ein Schiff zu besteigen: der Leithammel muß mit Gewalt über das Fallreep gezogen werden, worauf die übrigen willig folgen.“

„Der Fall des Schweines bezeichnet militärische und polizeiliche Macht. Der Esel mit der Mohrrübe versinnbildlicht die Macht der Propaganda. Ausführende Tiere beweisen die Macht der Erziehung.“

Bertrand Russell, Macht, Wien 2001

2. WEITERENTWICKELTE MACHTDEFINITIONEN

„Macht kommt von unten, das heißt, sie beruht nicht auf der allgemeinen Matrix einer globalen Zweiteilung, die Beherrscher und Beherrschte einander entgegengesetzt und von oben nach unten immer beschränktere Gruppen in die letzten Tiefen des Gesellschaftskörpers ausstrahlt.“(...) „In den Produktionsapparaten, in den Familien, in einzelnen Gruppen und Institutionen“ (werden Kräfteverhältnisse ausgebildet, die Macht erschaffen und dem Mächtigen erlauben, bestimmte Verbote, Gebote und Regeln durchzusetzen.) „Die Machtbeziehungen sind gleichzeitig intentional und nicht subjektiv.“
Michel Foucault, *Sexualität und Wahrheit*, Frankfurt 1997, S 115 f

„Macht entspricht der menschlichen Fähigkeit, nicht nur zu handeln oder etwas zu tun, sondern sich mit anderen zusammenzuschließen und im Einvernehmen mit ihnen zu handeln.“
Hannah Arendt, *Macht und Gewalt*, München, 1970, S. 45

„Macht ist also eine Beziehung und nicht ein Attribut der Akteure.“

„**Quellen der Macht**“ bei Friedberg/Crozier: (Kontrolle von Ungewissheitszonen)

1. Expertise
2. Kontrolle der Beziehungen zwischen der Organisation und ihrer Umwelt
3. Kontrolle der Kommunikation zwischen Einheiten und Mitgliedern einer Organisation
4. Benutzung organisatorischer Regeln (Stellung im Organigramm)

Friedberg Crozier, *Macht und Organisation*, Königsstein/Ts. 1979, S.39

„Macht ist die Fähigkeit zu Handeln“
“Ability, whether physical, mental or moral, to act”

Saul D. Alinsky 1972, S. 50

„Macht ist die Fähigkeit zu Handeln“
Webster's Unabridged Dictionary

“What is a power, but the ability or faculty of doing a thing? What is the ability to do a thing, but the power of employing the *means* necessary to it's execution.”(Alinsky 1971, 52, Hervorhebung von Alinsky)
Alexander Hamilton in den *Federalist Papers*

3. QUIZ

Zu welcher Kategorie gehört die folgende Machtdefinitionen?

“Power is nothing without control.”
Pirelli

POWER

von Ernesto Cortes, Jr.,

aus : Reweaving the Fabric: The Iron Rule and the IAF Strategy for Power and Politics,
http://www.cpn.org/cpn/sections/topics/community/civic_perspectives/cortes-reweaving.html

POWER

Understanding politics requires understanding the nature of power. Frequently people shy away from the discussion of power. "Power tends to corrupt," said Lord Acton, and few people want to appear power-hungry and corrupted. What we must realize is that powerlessness also corrupts--perhaps more pervasively than power

It is important to recognize that there are two kinds of power. **Unilateral power** tends to be coercive and domineering. The use of unilateral power is that in which one party of authority treats the other party as an object to be instructed and directed.

Relational power is more complicated. It involves a personal relationship, subject to subject, developing the relational self. ...

In this context, relational power involves becoming calculatingly vulnerable--understanding that a meaningful exchange involves getting into other people's subject and allowing them to get into yours--in a word, empathy.

There is no power without **relationships**: two or more people come together, express and argue their concerns, develop a plan and the intention to exercise that plan, and take some sort of action. The challenge is how to teach them to get enough power to do the things they think are important. ...

Two or even ten people by themselves may not be able to do much, but if they begin to build coalitions with other people and learn the rules of politics, including relational power and reciprocity, then they begin to learn the process through which they can take advantage of the opportunities presented by economic, social, and political change.

Ernesto Cortes ist Supervisor der Industrial Areas Foundation Südwest,
<http://www.tresser.com/ernesto.htm>

MACHT

Um Politik zu verstehen muss man die Natur der Macht verstehen. Oft hüten sich die Leute, über Macht zu sprechen. „Macht neigt dazu zu korrumpieren“ sagt Lord Acton und nur wenige wollen als machthungrig und korrupt erscheinen. Wir müssen feststellen, dass Machtlosigkeit auch korrumpiert, vielleicht tiefergehend als Macht.

Es ist wichtig zu erkennen, dass es zwei Arten von Macht gibt. **Einseitige Macht** neigt zu Zwang und zum Dominieren. Der Gebrauch von einseitiger Macht geschieht, wenn eine Gruppe, die Autorität hat, die andere Gruppe als Objekt behandelt, das angewiesen und geführt wird.

„**Beziehungs-Macht**“ ist viel komplizierter. Sie bezieht persönliche Beziehungen ein, Subjekt zu Subjekt, und entwickelt das „Beziehungs-Selbst“. ...In diesem Kontext hat Beziehungs-Macht zur Folge, dass man bewusst verletztbar wird- indem man versteht, dass ein sinnvoller Austausch auch dazu führt, dass man in das Subjekt einer Person hinein geht und ihm erlaubt, in das eigene zu gehen- in einem Wort: Empathie

Es gibt keine Macht ohne **Beziehungen**: zwei oder mehr Leute kommen zusammen, drücken ihre Anliegen aus und treten für sie ein, entwickeln einen Plan und die Absicht, diesen durchzuführen und beginnen irgend Aktion. Die Herausforderung ist, ihnen beizubringen, genug Macht zu bekommen um zu tun, was sie für wichtig halten. ... Zwei oder zehn Leute können von für sich vielleicht noch nicht viel tun, aber wenn sie Koalitionen aufbauen mit anderen und die Regeln der Politik- auch Beziehungsmacht und Wechselseitigkeit- lernen, dann erlernen sie den Prozess, durch den sie die Gelegenheiten nutzen können, die sich für ökonomische, soziale und politische Veränderung bieten.

Übersetzung Michael Rothschuh

MACHT IST MACHEN

Zehn Thesen vom *foco*-Standort München/ Bündnis zur Erneuerung der Demokratie (BED)
Beitrag zur *foco*-Tagung *Selbstorganisation und Macht in der BürgerInnengesellschaft* Nov.2002

von Wolfgang C. Goede

Für die Tagung hatte ich aufgrund unserer Münchner Erfahrungen – siehe auch den Bericht aus München unten – zehn Thesen zusammengestellt, die ich bei meiner Präsentation ad hoc auf drei übersichtliche und pointierte Kernforderungen zusammenschmolz:

Erstens:

Dem Motto der Sitzung „Lust auf Macht“ stellte ich „Macht ist Machen“ entgegen und verlangte einen aktivischen und pragmatischen Zugang zu CO. Wenn von nicht zum engeren Kreis gehörenden *foco*-Aktiven immer wieder die Frage komme, wofür wir denn überhaupt stünden, dann betrieben wir möglicherweise zu viel graue Theorie sowie Nabelschau und nicht genug Praxis. Wir müssten alle Möglichkeiten ergreifen, die Idee von Community Organizing so undogmatisch und einfach wie möglich zu formulieren, anzuwenden und damit „die Graswurzeln zu gießen“. So entsteht ein plastisches Bild, das für sich selber spricht und potenzielle Mitmacher lustvoll anspricht.

Zweitens:

Unsere Zielrichtung ist nicht das „Top down“ der Funktionäre, sondern das „Bottom up“ der Aktivisten und Bürgergesellschafts-Akteure. Hier gibt es ganz viele Felder, die zum Teil noch unbesetzt sind oder von einem Selbsthilfegedanken getragen werden, der nicht auf der Höhe des Empowerment/Ermächtigungskonzepts ist. Insofern stellt sich immer wieder die Frage nach dem Sinn unserer Aktivitäten in verschiedenen Verbänden auf insgesamt ziemlich hohem hierarchischem Niveau, wenn unten noch so viel zu beackern ist.

Drittens:

Wir dürfen nicht wie das Kaninchen vor der Schlange in Starre verfallen und wie gebannt auf die US-Szene blicken, sondern selbstbewusst eine eigene deutsch-europäische CO-Kultur entwickeln, insbesondere nachdem viele Menschen mit dem Fremdwort nichts anfangen können oder auf einen US-Import eher ablehnend reagieren, wie ich es oft bei meinen Veranstaltungen an der Volkshochschule erfahre.

Diskussion:

These 1 stellte Michael Rothschiuh ein differenzierenderes „do - reflect - do“ entgegen, bei dem jeder Aktion eine Evaluation folgt, so wie auch die beiden Foco-Jahrestagungen dieser Reflektion dienen sollen; bei These 2 war es allgemeiner Konsens, dass es für Foco wichtig ist, auf allen Ebenen der Gesellschaft präsent zu sein, um die Diskussion u.a. um die „Soziale Stadt“ in unserem Sinne mitzusteuern; auf These #3 antwortete Walter Häcker mit einem Satz, den ihm IAF-Chef Ed Chambers nach einem Zehn-Tage-Training ans Herz gelegt hatte: „Tut so, als ob Ihr es erfunden hättet und kleidet es selber aus.“

BASIS : 10 THESEN

1. JA, ES GIBT EINEN PLURALISMUS DER ANSÄTZE

im Sinne von Michael Rothschiuh mit vielen verschiedenen Vehikeln unterschiedlichster Motorgröße, Antriebsart, Designs, Entwicklungszeit und finanzieller Ausstattung unterwegs auf dem CO-Highway -- aber mit verbindlicher Methode und Ziel: Laien mischen sich ein aufgrund ihrer Betroffenheit, exponieren sich auf der öffentlichen Bühne mit ihrer Expertise und Forderungen und etablieren sich als alternativer Machtfaktor außerhalb des Parteienspektrums / Establishments / der traditionellen Machteliten.

2. ES GIBT EINEN PLURALISMUS DER GESELLSCHAFTLICHEN EBENEN,

also nicht nur die klassisch nachbarschaftlich-kommunale (die sich in den USA oft über ihre kleinste Zelle, die Block Clubs in urbanen Gebieten definiert) oder den reinen Sozial-/Gemeinwesen-/Wohlfahrtsbereich (dessen Verbände im traditionellen Verständnis sich viel häufiger als Stopper denn Förderer des Ermächtigungsgedanken gerieren); der CO-

Gedanke lässt sich anwenden auf fast alle sozialen Gruppierungen (so bin ich derzeit beteiligt an einer Organisationskampagne für eine Weltföderation der Wissenschaftsjournalisten, die für eine bürgernähere Wissenschaft und Wissenschaftskommunikation eintritt: <http://www.mwm-vermittlung.de/aktuwfsj.html>

3. WIR SOLLTEN UNS ALS DIEJENIGEN VERORTEN, DIE EIN KONKRETES INHALTLICHES KONZEPT FÜR DIE GESTALTUNG DER ZIVILGESELLSCHAFT HABEN,

insbesondere auch deshalb, weil Rot-Grün, Parteien und Verbände vor dem Reformprozess kapituliert haben, wie es scheint.

4. BEIM ORGANISIEREN IM ENGEREN SINNE IST ES WICHTIG, DASS DEN ORGANISIERTEN DAS VORGEHEN UND DIE AKTION SPAß BRINGEN

und dass beides aus ihren Erfahrungen herauswächst; der Organisierer ist Coach, der koordiniert und fokussiert, Strategiedenken herausfordert und zum Torspiel hinführt.

5. ONE-TO-ONES BLEIBEN ZWEIFELLOS DAS ERSTREBENSWERTE ZIEL,

sind aber sehr zeitaufwendig, weshalb auch das nicht ganz so systematische Rekrutieren neuer Leute im Sinne von Networking praktikabel ist.

6. DESGLEICHEN IST EINE SOLIDE UND LÄNGERFRISTIGE FINANZIERUNG AUF JEDEN FALL EMPFEHLENSWERT,

bevor eine Bürgerorganisation in die Startlöcher geht, aber auch hier sind andere Formen denkbar, bei denen z.B. von Aktion zu Aktion die Mittel „gefundraist“ werden, so wie auch im Mutterland von CO, den USA, unterschiedlichstes Finanz-Handling üblich ist; hinzu kommt, dass im deutschen Sozial-/Wohlfahrtsstaat die Kunst des Fundraisings noch eine junge Disziplin ist, sodass das ausschließliche Fixieren darauf in der Anfangsphase entmutigen könnte. Auch hier gilt wie bei These #1: Nicht jedes Vehikel wird wie ein Benz mehrere Jahre lang geplant, sondern es gibt in der Welt der Innovationen viele erfolgreiche Beispiele für spontaneres und auf mehreren Ebenen gleichzeitig voranschreitendes Vorgehen.

7. OHNE MEDIEN NIX LOS:

Sie sind das Fenster zur Öffentlichkeit, verbreiten zum einen das Anliegen, bauen zum anderen das

Selbstvertrauen der Akteure auf, müssen also in die Planung von Anfang an eingebaut werden.

8. PROFESSIONALISIERUNG TUT NOT:

Es sollte ein Berufsbild von **einem kommunalen Empowerment-Coach für CO** entwickelt werden, der an den Fachhochschulen für Sozial- und Gemeinwesenarbeit ausgebildet wird als konstruktiver Beitrag zum bürgerschaftlichen Engagement und Zivilgesellschaft -- hier sollte Foco vermehrt tätig werden.

9. DIE DEUTSCHE CO-AUTOBAHN IST ANDERS STRUKTURIERT ALS DIE MEHR PRAGMATISCH ORIENTIERTE US-AMERIKANISCHE INTERSTATE,

führt mehr durch theoretisch-philosophische Niederungen und wird viel mehr vom tradierten Obrigkeitsdenken und seit 50 Jahren gewachsenen Parteienstaat überwölbt -- das kann keiner kurzschließen und erfordert eine längere Anlaufzeit.

10. NEBEN DEM DEUTSCHEN GIBT ES DEN -- NOCH WICHTIGEREN -- EUROPÄISCHEN WEG, DOCH WO GEHT DER ENTLANG?

Eines der nächsten Foco-Treffen sollten wir mit ausländischen CO-Kollegen teilen und einen Keim für Euro-CO bilden!

BERICHT AUS MÜNCHEN

Im Mai 1999 veranstaltete eine Koalition Münchner Bürgergruppen einschließlich der Volkshochschule zum 50. Jahrestag des Grundgesetzes eine Bürgerwoche, bei der bei einer Reihe von Vorträgen und Diskussionen unsere Verfassung auf den Prüfstand gestellt wurde .

Ergebnis: zu viel Parteienstaat, zu wenig Bürgerbeteiligung, mithin ein Verstoß gegen das Grundgesetz, welches verlangt: "Alle Staatsgewalt geht vom Volke aus", (Art. 20) und "Die Parteien wirken bei der politischen Willensbildung des Volkes mit." (Art. 21). Obwohl nur 3,4 Prozent der 60 Millionen Wahlberechtigten Mitglieder politischer Parteien sind und die Nichtwähler bei allen Wahlen die größte Gruppierung darstellen, haben die Parteien in "oligarchischer Weise Besitz von der Demokratie ergriffen", kritisierte Staatsministerin a.D. Dr. Hildegard Hamm-Brücher (nach der BT-Wahl 2002 aus der FDP wg. „Wester-Möller“ ausgetreten); (BED-Profil siehe auch <http://www.casa-luz.de/co/presse-01.htm>)

Ich selber stieß zu dieser Gruppe aufgrund meiner VHS-Dozenten-Tätigkeit erst Anfang 2000, als es um Followup-Aktionen ging. Es folgten etliche Sitzungen, in denen es um Positionierung und Konsolidierung ging, begleitet von theorielastigen Diskussionen, Selbstzerfleischung. Schließlich blieben fünf Gruppen übrig, die den BED aus der Taufe hoben, darunter das Internationale Familien- und Empowerment-Zentrum CASA LUZ. Als Aufgabe wurde formuliert, Münchner Bürgergruppen durch Fokussierung auf lokale Probleme zu vernetzen und zum Akteur der Bürgergesellschaft zu machen.

Unsere erste Aktion erfolgte im Herbst 2001, als wir unter dem Motto „**Starke Schule - Starke Schule - Starke Demokratie**“ einen Bildungsgipfel von unten veranstalteten, auf dem Eltern, Schüler, Bildungspoliker und Pädagogen 21 wegweisende Reformen zur Reform der Schulen verabschiedeten (<http://www.casa-luz.de/co/21thesen.htm>). Diese wurden am Reformationstag am Bayerischen Kultusministerium öffentlichkeitswirksam angeschlagen und im Internet verbreitet. (http://www.forumbildung.de/bip_launch02/templates/forumbildung.php?start=40). Die kurz darauf über unser Land hinwegfegende PISA-Katastrophe gab dem BED mit seiner Bildungsaktion nicht nur Rückenwind, sondern die Reformthesen lieferten auch ein

Gerüst für Auswege aus der Misere. Insofern hatten wir uns als Ansprechpartner profiliert und erhielten einen Gesprächstermin im Bayerischen Kultusministerium auf Ministerialratsebene, wo wir unsere Thesen vortrugen und die Zusage erhielten, dass sie in eine Reformkommission einfließen werden.

Unsere zweite Aktion lief parallel zu den Bundestagswahlen 2002. Wir entwickelten einen **Fragebogen über die Zufriedenheit der Münchner Bürger** mit ihren Bundestagsabgeordneten, der auch Reformen im Sinne der Bürgergesellschaft abfragte. Dann sprachen wir die Münchner Abendzeitung an und konnten sie für eine gemeinsame Aktion am Dienstag vor den Wahlen auf dem Münchner Marienplatz gewinnen. Dort sollten die Kandidaten für den Bundestag mit den Ergebnissen des Fragebogens bekannt gemacht werden und Stellung nehmen zu den sich daraus ergebenden demokratiepolitischen Forderungen. Tatsächlich versammelten sich fast alle Kandidaten der großen Parteien, und wir konnten ihnen das Versprechen abnehmen, 100 Tage nach Vereidigung des neuen Bundeskanzlers auf einer öffentlichen Veranstaltung in München Stellung zu den BED-Forderungen zu nehmen. Diese konzentrieren sich auf regelmäßige Rechenschaftsberichte der Abgeordneten und Einrichtung eines **parteionabhängigen Bürgerforums**, (vgl. Forderungen unten). Die Aktion war insofern ein voller Erfolg, als wir mit einem relativ einfach und bewusst „mit eigenen Bordmitteln“ erstellten Fragebogen die Aufmerksamkeit eines wichtigen Mediums gewinnen konnten, dieses vor unser Anliegen spannen konnten und wir in einer Art Heimspiel in einer absolut sensiblen und entscheidenden Wahlkampfphase Zugriff auf alle Politiker erhielten, die uns nolens volens auch nichts abschlagen konnten. Gleichzeitig bescherte uns das Medienpräsenz in der AZ, im Lokalfernsehen sowie eine einstündige Sendung im Lokalradio -- für alle Mitstreiter eine hervorragende Exposition, die nicht nur das öffentliche Auftreten schulte, sondern dem Anliegen auch medial-öffentliche Wichtigkeit zuwies und jedem Teilnehmer die Erkenntnis vermittelte: Wir mischen mit und begegnen unseren Volksvertretern auf gleicher Augenhöhe. Das Ganze war strategisch gut eingefädelt, weil das Vorgehen im Gegensatz zur ersten Aktion relativ wenig Arbeit verursachte, und bewirkte bei den Beteiligten einen Empowerment-Schub. Für die „Elefantenrunde“ Ende März 2003 werden wir die Vernetzung weiter vorantreiben, mehr

Gruppen wie das Münchner Selbsthilfezentrum und andere ins Boot holen. Das Planungstreffen Ende Januar wird spannend und knifflig zugleich. Dramaturgisch stelle ich mir eine Vielzahl von persönlich eingefärbten Zeugenaussagen Betroffener vor, die Stück für Stück das Paket für mehr Bürgerdemokratie bündeln. Einen starken Moderator, der die ego-starken Bundestags-abgeordneten auf Abstand hält, sollten wir idealerweise aus den eigenen Reihen rekrutieren - Talente gibt es; auch Recherchen über Finanzierung/Sponsoring laufen bereits.

DEMOKRATIEPOLITISCHE FORDERUNGEN AN DIE MÜNCHNER KANDIDATEN DER BUNDESTAGSWAHL 2002

BÜNDNIS ZUR ERNEUERUNG DER DEMOKRATIE –BED- INITIATIVKREIS MÜNCHEN

**präsentiert am AZ-Bürgerbus
am Dienstag, 17.9.02 auf dem Marienplatz**

RECHENSCHAFTSBERICHT:

Jeder Abgeordnete soll einen regelmäßigen Rechenschaftsbericht veröffentlichen, am besten halbjährlich. Mindestinhalt:

- Abstimmungsverhalten in wichtigen Fragen
- lokalpolitisch relevante Initiativen
- Stand der Aktivitäten zur Erneuerung der Demokratie.

BÜRGERVERSAMMLUNG:

Dieser Rechenschaftsbericht soll auch bei einer öffentlichen Veranstaltung (Bürgerversammlung) vorgestellt werden.

DIREKTE DEMOKRATIE:

Plebiszitäre Elemente (Volksbegehren, Volksentscheid) müssen noch einmal auf die Tagesordnung im Bundestag.

BÜRGERFORUM:

Neben dem Parlament soll ein Bürgerforum entstehen, das als parteiunabhängiges Sprachrohr der Zivilgesellschaft Themen aufgreifen und einbringen kann, die vom Parlament oder den Parteien nicht hinreichend gewürdigt werden. Die Abgeordneten werden aufgerufen, sich Gedanken zu machen, wie eine solche institutionalisierte Einbindung der Zivilgesellschaft in die parlamentarischen Prozesse aussehen kann.

PARTEIENFRAGEN:

Die Parteien sollten in eigener Sache nicht tätig werden oder zumindest unabhängige Schiedsrichter benennen, wenn es um ihre Interessen geht (z.B. bei der Parteienfinanzierung).

PARTEIENGESETZ:

§ 1 des Parteiengesetzes muss geändert, der Anspruch der Parteien reduziert werden. An die Stelle der paternalistischen Konzeption muss eine Konzeption treten, die den mündigen Bürger in den Mittelpunkt der politischen Partizipation stellt. Nicht die Parteien, sondern die Bürger sind das Herzstück der Demokratie.

OFFENE LISTEN:

Die Parteien verpflichten sich, auf ihre Listen auch parteiunabhängige Kandidaten zu plazieren. Was auf kommunaler Ebene - bei einigen Parteien - bereits möglich ist, muss auch auf Bundesebene gelten.

FRAKTIONSZWANG:

Jeder Abgeordnete ist nur seinem Gewissen verantwortlich und muss in Abstimmungen seiner Fraktion frei entscheiden dürfen - alles andere widerspricht dem Geist der repräsentativen Demokratie.

WAHLKAMPF:

Die Wahltermine müssen zusammengelegt werden auf ein bis zwei Termine, damit weniger Wahlkampf die politische Arbeit behindert. Die Legislaturperioden können im gleichen Zug verlängert werden.

WAHLRECHT:

Es muss weniger Listenplätze geben und stärkeren Einfluss der Bürgerinnen und Bürger bei der Kandidatenaufstellung, etwa durch Urwahl der Kandidaten in den Wahlkreisen. Aufgrund des Monopols der Parteien bei der Kandidatenaufstellung sind die meisten der 598 Kandidaten bereits gewählt (in NRW 76%, in Bayern 81%, Hamburg 92%) Diese Entmachtung des Bürgers durch das Parteienkartell ist verfassungswidrig.

100-TAGE-FRIST:

Hundert Tage nach Vereidigung des neuen Bundeskanzlers wird das BED nachfragen, welche demokratiepolitischen Forderungen die neuen Volksvertreter in Berlin bereits auf die parlamentarische Tagesordnung gesetzt haben und sie bitten, über ihre Bemühungen und Fortschritte auf einer öffentlichen Veranstaltung in München ausführlich zu berichten.

THESEN ANHAND EINES BEISPIELHAFTEN VERLAUFS IN SAARBRÜCKEN

Beitrag zur foco-Tagung Selbstorganisation und Macht in der BürgerInnengesellschaft Nov.2002

von Rosemarie Divivier

THESEN

1. In sozialbenachteiligten Stadtteilen gibt es immer wieder Missstände und **Verbesserungsnotwendigkeiten, die von BewohnerInnen benannt** und erfolgreich verändert werden können.
2. Sowohl für Aktivierungsprozesse die (zunächst) auf ein Thema/Problem (z.B. die Neugestaltung eines Spielplatzes) angelegt sind als auch Aktivierung, die von Beginn an auf dauerhaftes Engagement zielt (z.B. der Nachbarschaftsverein für das Wohngebiet) ist entscheidend ob **im Alltag erlebbare Erfolge** erzielt werden können.
3. Gemeinwesenarbeit, die Ansatz und Regeln des Community Organizing explizit verfolgt, oder Elemente integriert hat, stellt die weitgehende Selbstorganisation und den **Machtgewinn** der BürgerInnen zur Durchsetzung ihrer Interessen in der Vordergrund.
4. Die Beschaffung von **Ressourcen** (z.B. geeignete Räume) für eine Initiative kann eine Voraussetzung /Bedingung für erfolgreiches Handeln sein. Die Auseinandersetzung im Konfliktfall ist bei erfolgreichem Abschluss Motivation für weitere Vorhaben.
5. Aufgrund der Ökonomisierung aller Lebensbereiche und der Mittelverknappung im unteren Einkommensbereich ist mit steigenden **Konflikten um Ressourcen** zu rechnen.
6. **Geschulte** und von kompetenten GemeinwesenarbeiterInnen beratene und begleitete BewohnerInnen haben bessere Durchsetzungsmöglichkeiten.
7. Interessant wird in dieser Auseinandersetzung um Ressourcen, aber prinzipiell auch um demokratische Aushandlungsprozesse, gesellschaftliche Teilhabe, echte Betroffenenmitwirkung ect. das Verhalten der freien Träger sein.
Sie haben von ihrem Selbstverständnis her die Chance Selbstorganisation und Machtausübung von BürgerInnen zu fördern und zu unterstützen sowie hierdurch ihr entsprechendes Profil zu stärken oder dies zu unterlassen.
8. Bei den freien Trägern beschäftigte Fachkräfte sollten darauf abzielen ihre **ArbeitgeberInnen für ein entsprechendes Engagement gewinnen** – wenn dies gelingt kann ein wichtiger Beitrag zur demokratischen Selbstorganisation, BürgerInnenmacht und Streitkultur geleistet werden.

VERLAUF/ BEISPIEL SPIELPLATZINITIATIVE LEIPZIGER WIESE (SAARBRÜCKEN)

Nach einer aktivierenden Befragung des Stadtteilbüros Malstatt (Gemeinwesenprojekt) bildet sich eine Initiativgruppe. Konsolidierung der Gruppe, Aufbau weiterer Nachbarschaftskontakte und die Mitwirkenden sehen sich als Ansprechpersonen im Wohngebiet. Schwerpunkt des Interesses ist die Neugestaltung der Spielplätze im Wohngebiet. Rundfahrten zu anderen Plätzen, Mitwirkung bei der Neugestaltung und Übernahme einer Patenschaft folgen. Im Laufe des Prozesses Namensfindung: Spielplatzinitiative Leipziger Wiese.

Die Initiative möchte weitere Probleme im Wohngebiet angehen. Es fehlt ein Treffpunkt und Standort im Wohngebiet. Aufgrund von Sanierungsarbeiten in einzelnen Wohnblöcken, Um- und Auszügen von MieterInnen gibt es im Wohngebiet eine geeignete Wohnung, die voraussichtlich erst in 3-5 Jahren saniert wird.

Die Initiative macht Lobbyarbeit. Die Siedlungsgesellschaft benennt einen (über Spenden) unbezahlbaren Mietpreis – ein Jahr

laufen die Verhandlungen. Die Siedlungsgesellschaft besteht auf dem Preis und nennt schließlich rechtliche Bedenken (insbesondere Haftungsfragen). Die Initiative erwirkt die Zusage, dass bei Anmietung durch eine rechtsfähige Person/Institution eine Nutzung durch die Initiative gestattet wird.

Auf Antrag der Initiative und fachliche Befürwortung durch die Gemeinwesen-arbeiterInnen des Stadtteilbüros Malstatt wird die Sache beim Diakonischen Werk an der Saar (einer der Träger des SBM) geprüft. Auch hier zunächst rechtliche/ haftungsrechtliche Bedenken. Nach fachlicher Stellungnahme durch die zuständige Referentin sowie Risiko-/Nutzenabwägung Entscheidung für die Anmietung.

Weitere Verhandlungsrunde mit der Siedlungsgesellschaft, Initiative und DWS. Ziel: bezahlbarer Preis. Ergebnis: er konnte für ein Jahr vereinbart werden mit der Option der Verlängerung. Mietvertrag zwischen SGS und DWS, Nutzungsvertrag zwischen DWS und Initiative wurde abgeschlossen. Bei der Eröffnung der Räume formuliert der Geschäftsführer der SGS: „aufgrund der Hilfe „von oben“ sah sich die SGS gezwungen der Initiative die Räume zur Nutzung zu überlassen“. Ein erforderlicher PC, bei der Eröffnung als „fehlend“ benannt, wurde der Initiative von der SGS anschließend zur Verfügung gestellt. Weiteres Ziel: Vereinsgründung.

ANMERKUNGEN

Die Thesen wurden von den TeilnehmerInnen der Arbeitstagung im wesentlichen bestätigt. Betont wurde die positive Seite eines fortschrittlichen Engagements der freien Träger und die Wichtigkeit für die Fachbasis die Unterstützung des Trägers auch in Konfliktfällen zu erhalten. Angesprochen wurde die Schwierigkeit in der Praxis bei inkompatiblen Interessen einzelner Gruppen im Stadtteil (z.B. Jugendliche/ältere Menschen) in Diskussions- und Aushandlungsprozessen zu akzeptablen Lösungen zu kommen. Ins Gespräch zu kommen ist dabei bereits als erster Schritt anzusehen. Diskutiert wurde in Verbindung mit den Thesen von Birgitta Kammann auch die Frage bei welchen Themen/Interessen aus ethischen Gründen nicht organisiert wird (z.B. Verdrängung ausländischer Bevölkerung).

Das Wunder 'Recht schafft
Macht' will, dass zuerst
einmal dem Recht die Macht
dazu verschafft werden möge.

Hermann Broch
(gefunden von Walter Häcker)

Gerechtigkeit ohne Macht ist
impotent; Macht ohne
Gerechtigkeit ist Tyrannei.

Plaise Pascal
(gefunden von Walter Häcker)

Um eine Sache gut
auszuführen, braucht der
Mensch Macht und
Kompetenz.

St. Ignatius von Loyola
(gefunden von Walter Häcker)

BRAUCHEN WIR „FÜHRERINNEN“?

Beitrag zur foco-Tagung Selbstorganisation und Macht in der BürgerInnengesellschaft Nov.2002

von Michael Rothschuh

Wir müssen uns einem schwierigen Thema stellen: der Frage nach dem "Leadership". Wie schwierig, zeigt sich schon daran, dass wir Leader angesichts der deutschen Geschichte kaum übersetzen können.

Die Entwicklung von "Leadern" hat im Community Organizing eine herausragende Rolle, so z.B. bei der IAF (nach Dobson, in Citizens Handbook, 2002 <http://www.vcn.bc.ca/citizens-handbook/iaf.pdf>):

IAF versucht möglichst viele "natürliche Führungspersonen" zu identifizieren. In der Begrifflichkeit von IAF ist eine Führungsperson jemand, dem die Leute folgen. Führungspersonen müssen z.B. zusagen, dass sie eine bestimmte Anzahl von Menschen zu öffentlichen Aktionen mitbringen.

IAF z.B. hat drei Stufen von Führungspersonen mit unterschiedlicher Verantwortlichkeit und Entscheidungsbefugnis:

- Auf der dritten Stufe sind es normalerweise Gemeindemitglieder, die Freunde, Familienmitglieder, Nachbarn und Arbeitskollegen zu den IAF Aktionen bringen.
- "Sekundäre" Führungspersonen sind die Führer der Mitgliedsorganisationen, oft Pastoren oder einflussreiche Gemeindemitglieder. Sie sind mehr involviert in spezielle Kampagnen und streben an, die Bedürfnisse ihrer eigenen Organisation zu realisieren. Sie bestätigen die Entscheidungen des Exekutivkomitees.
- Die Entscheidungen des Exekutivkomitees werden von den erfahrensten "primären" Führungspersonen getroffen werden.

IAF zeichnet sich dadurch aus, dass es sehr viel Wert auf die Identifizierung, Entwicklung und das auch persönliche Wachstum der Führungspersonen legt; Trainings und one-to-one-Meetings haben gerade dieses Ziel.

Aber auch in den anderen Organisationen des CO spielen die "Leader" und ihre Förderung eine zentrale Bedeutung. Geschieht diese nicht, brennen die vorhandenen Aktiven schnell aus, die Basis verbreitert sich nicht und verliert an Power;

zugleich besteht die Gefahr, dass eine "Clique" faktisch das Geschehen beherrscht, ohne Rechenschaft ablegen zu müssen.

In deutschen Bürgerinitiativen ebenso wie in der Gemeinwesenarbeit sprechen wir kaum von Führungspersonen (geschweige denn von Führern und Führerinnen).

Wir wollen keine Machtzusammenballung (zu Recht), aber ohne die Identifikation von "Leadern" geschieht sehr wohl Machtzusammenballung, in Händen einiger weniger oder öfters noch bei den Professionellen.

Tatsächlich sind in Bürgerinitiativen und in der GWA durchaus nicht alle "gleich", die Arbeit hängt oft an der Aktivität einiger zentraler Personen. Neue Aufgaben werden häufig auch auf diese Personen geschoben- oder sie ziehen diese an sich

Es gibt selten eine gezielte Förderung von möglichen neuen Führungspersonen oder aber Personen werden funktionalisiert und auf Aufgaben verpflichtet werden, ohne dass wirklich nach ihren Eigeninteressen und eigenen Motivationen gefragt wird.

Nur der gezielte Aufbau von "Leadership" führt dazu, dass die BürgerInnen nicht nur "beteiligt" werden, sondern wirklich die Richtung bestimmen.

Nur die gezielte Suche nach "Leadern" in den Gruppen z.B. der MigrantInnen bezieht diese wirklich als aktiven Faktor ein.

Finden, "Rekrutierung", Training und Begleitung von "Leadern" ist eine Aufgabe, der sich FOCO verstärkt stellen sollte.

Dazu zählt für mich

- theoretische Arbeit (Analyse dessen, was in Projekten und Initiativen faktisch geschieht, Entwicklung eines Begriffs von "Leadership" in Bürgerorganisationen) und
- praktische Arbeit (Weiterentwicklung und Verbreiterung von Trainings, Darstellung von "best practices").

DEN SCHMETTERLING ORGANISIEREN!

Beitrag zur foco-Tagung Selbstorganisation und Macht in der BürgerInnengesellschaft Nov.2002

von Walter Häcker

Kann Kunst Selbstorganisation fördern? Kann „Organizing“ ein zum Zwecke der sozialen Wirkung geschaffenes Gesamtkunstwerk wirksamer machen? Während der November-Arbeitstagung in Berlin stellten sich zwei von

PROJEKT 1: WORKSTATION, RAW-TEMPEL UND IDEENWERKSTATT

Die Teilnehmenden der Tagung waren eingeladen worden von der „workstation“. Auf einem 8 ha großen Areal der Bahn, dem früheren RAW (Reichsbahnausbesserungswerk), mitten im boomenden Bezirk Friedrichshain, führt Frauke Hehl mit vielen Menschen den Gründerimpuls der wiener Künstlergruppe „Wochenklausur“¹ aus dem Jahr 1998 weiter: Jeder soll nicht nur so leben, sondern auch so arbeiten können wie er es „wirklich, wirklich will“. In seltener Konkretheit werden dabei Ideen von Frithjof Bergmann zur „Neuen Arbeit“ lebendig. Eine heilsame Wirkung geht von diesem RAW-Projekten auf Sozialstruktur und Stadtentwicklung des Bezirkes aus. Bewusst wird bisher keine öffentliche Förderung oder Finanzierung gewünscht und in Zukunft soll auch nur akzeptiert werden, was keine „goldenen Zügel“ anlegen kann. Die Entstehungsgeschichte, das Programm und die soziale Wirkung dieser Initiativen ist im Internet² authentisch dokumentiert.

PROJEKT 2: Mariposa AUF TENERIFFA

Mariposa ist das spanische Wort für Schmetterling und auch für dieses Projekt gilt die Frage (samt Antwort) von Werner Mitsch: „**Raupe oder Schmetterling? - Eine echte Falternative!**“

Über die Wirkung des auch weltweit gesehen hervorragenden Gesamtkunstwerkes MARIPOSA kann vermutlich nur reflektieren, wer wenigstens einen optischen Eindruck davon hat. Seit vielen Jahren gibt es in der Kunstszene³ über die Entwicklung dieser Idee Publikationen und

Künstlern geschaffene Projekte dieser Fragestellung, die in ihrem Erscheinungsbild vom kaum zu überbietender Unterschiedlichkeit sind.

Diskussionen, auch das Internet⁴ kann einen schwachen Eindruck davon verschaffen. Daher empfehle ich dringend, vor dem Weiterlesen einige Zeit mit den beiden unten angegebenen URLs zu verbringen. Unter der ersten findet sich schlicht eine wunderschöne Seite, die den Geist von MARIPOSA atmet und seine Absichten schildert (lohnt einen längeren Besuch). Die zweite stellt eher sachlich die Verknüpfung des Projekts mit dem Club of Budapest dar. Mein wichtigstes Organizing-Projekt derzeit ist, ein Planungs- und Werkstatttreffen vom 19.-26. Januar 2003 in MARIPOSA zustande zu bekommen. Wir wollen dort den Schmetterling organisieren.

• Was ist dort zu organisieren?

Alle meine Gesprächspartner, die MARIPOSA selbst kennen, stimmen darin überein: Der schöne und starke Raum MARIPOSA hat das Potential, für das er geschaffen wurde. Er ist außergewöhnlich gut geeignet, entscheidende Menschen aus Wirtschaft und Politik mit Wissenschaftlern, Künstlern und Querdenkern zusammenzuführen. Im Ergebnis ihrer Begegnungen entstehen neue Ideen für ethisch begründete Entscheidungswege, die im Alltag weiter wirken. Dies fördert den notwendige Wandel hin zu einer lebenswerten Zukunft.

Doch wiesen nicht zuletzt die Eigentümer und Schöpfer von MARIPOSA darauf hin, dass die intensive Nutzung dieses machtvollen Ortes noch nicht effektiv genug organisiert ist, es finden weit weniger MARIPOSIEN⁵ statt, als es möglich und wünschenswert ist. Ich vermutete daher: Für die erfolgsträchtige Nutzung des herausragenden Kunstwerkes MARIPOSA muss noch eine adäquate „soziale Skulptur“ entwickelt werden.

¹ <http://wochenklausur.t0.or.at>

² <http://www.workstation-berlin.org>

und <http://www.raw-ev.de/html/RAWframeset.htm>

³ noch im Buchhandel ist der wunderschöne Kunstband „Zukunftswerkstatt Mariposa“

⁴ siehe <http://www.mariposa-projekt.de> und <http://www.club-of-budapest.de/projekte/mariposa1.htm>

⁵ ein von Müllers @registriertes Label für die spezifischen, der Wirkung Mariposas entsprechende und noch weitgehend zu entwickelnde, Veranstaltungsformen.

Entsprechend meiner Erfahrung in der Moderation von Zukunftswerkstätten und den darauf folgenden Organisationsentwicklungen habe ich vorgeschlagen, im Sinne einer Zukunftskonferenz „das ganze System“, das zu dieser Planungsüberlegung gehört, „in einen Raum zu bringen“. Menschen, die etwas wollen, die eine Vision teilen und die alles dafür notwendige Wissen mitbringen, arbeiten in einem Raum ein realisierbares Ergebnis aus. Müllers haben mich davon überzeugt, dass dieser Raum nur MARIPOSA selbst sein kann und den Termin dafür vorgeschlagen.

- **Wer gehört zu dem System „den SCHMETTERLING organisieren“**

In einer Serie von 4-Augen-Gesprächen wurden folgende „Planstellen“ für Engagement und Fachwissen identifiziert.

Helga und Hans-Jürgen Müller, die Gründer und Besitzer von MARIPOSA
Public-Relations-Erfahrung auch in gehobenen Medien
Kommunikationsfähigkeit in der direkten persönlichen Ansprache von Zielpersonen

Autor und Filmemacher

Siegfried Pater wird ein Buch über MARIPOSA schreiben, eventuell ergänzt durch einen Film.
Selbstorganisation und Freiwilligenarbeit im Non-Profit-Sektor („organizing“)

Betriebswirtschaft, geeignete Rechtsformen

Das Ziel muss m.E. sein, dass sich die MARIPOSIEN, eventuell nach einer Anschubfinanzierung, selbst tragen.

Stiftungserfahrung bzw. Stiftungsmarkt-Überblick

Es gibt in Deutschland u. A. zwei Typen von Stiftungen, auf die man Hoffnungen besser nicht setzen sollte: Solche, die nicht viel Geld haben, und solche, die dazu neigen Projekte, die ihnen gefallen, übernehmen zu wollen.

Systemische Entwicklungsprinzipien

Die MARIPOSIEN-betreibende Organisationsform muss systemisch stimmig aufgebaut werden. Neue Menschen werden ihre Erfinderkraft und ihr Engagement dem Projekt hinzufügen und das soll auf eine Weise geschehen, dass die Arbeit der „Eltern des Projektes“ nicht nur gewürdigt bleibt, sondern deren Qualitätsvorstellungen, die mit diesem "Impuls der bildenden Kunst" verknüpft sind, fortbestehen bleiben.

Freie Elemente

Aus der systemischen Aufstellungsarbeit ist bekannt: Hilfreich beim Selbstfinden von Gruppenstrukturen sind so genannte „freie Elemente“, Menschen, die spielerisch beitragen, ohne feste Gruppen-Planstellen zu besetzen: Partnerinnen und Partner der engagierten Personen, aber auch junge Menschen, Kinder- und Enkelkinder können das sein. Es kann so deutlicher sichtbar werden, für wen wir das Ganze machen.

Moderation von Gruppen

**Bisherige Erfahrung mit MARIPOSIEN
Vertreter der Zielgruppe**

Wenigstens eine Person, die zur Zielgruppe, den entscheidenden Menschen aus Wirtschaft und Politik, gehört, muss mitberaten können, ob die entwickelten Vorstellungen, wie argumentiert und eingeladen wird, verstanden werden können.

Querdenker

sind hoffentlich alle ein wenig. Es sollten aber auch ausformulierte Denkansätze an MARIPOSION teilnehmen.

Künstler

Gestalter und aktives Mitglied aus dem CLUB OF BUDAPEST

Die Verbindung mit MARIPOSA gehört zu den Kreativposten dieser Organisation. Peter Spiegel, der Generalsekretär des Clubs, wird teilnehmen er will ein renommiertes Clubmitglied mitbringen.

- **Auf der Hand liegende Ideen**

Ich verzichte in den 4-Augen-Gesprächen bewusst darauf, die hochinteressanten Ideen über mögliche Formen von Mariposien zu referieren, die in den Gesprächen bisher entstanden sind. Doch es soll nichts davon vergessen werden und es ist alles im Januar in MARIPOSA einzubringen. Es liegt z.B. die Idee auf der Hand, dass hervorragende Künstler oder Denker Mit-Einladende von MARIPOSIEN sind und so entscheidenden Menschen aus Politik und Wirtschaft als Gesprächspartner, als „Lotsen“ die Wissen und Fähigkeiten weiter geben, zur Verfügung stehen. Es gab zu dieser Idee auch die entgegengesetzte Position: Um so etwas zu erreichen, sollten Menschen einige Zeit in die Wüste gehen, jedenfalls wird die sittliche Wirkung einer

Begegnung mit „berühmten Menschen“
bezweifelt. Ich denke: Was nun wie wirkt, kann
nur durch Handeln, während der Durchführung
sorgfältig vorbereiteter und designter
MARIPOSIEN erfahren werden.

- **Mögliche Arbeitsform für das
Planungstreffens**

Die Zukunftswerkstatt MAROPOSA soll als Open
Space genutzt werden, in dem die Teilnehmer
eine traumhafte Woche unter Menschen erleben,
die in Verbindung mit ihrem persönlichen
Potential stehen und sich öffnen für eine erweiterte
Wahrnehmung der Welt und ihrer Möglichkeiten
bei der Gestaltung der Zukunft. Dies wird durch
die Kunst, den Freizeitcharakter, das Wetter und
die hoffentlich anwesenden freien Elemente und
Kinder stark gefördert. Mehr und mehr in
Gruppenarbeit werden die Teilnehmenden sich
auf das Thema fokussieren und einen Aufbauplan
für die „Organisation des Schmetterlings“
erarbeiten und sich, jeder nach seinem Vermögen,
auf die weitere Mitarbeit darin verpflichten.

Wissen ist Macht! -
Wir wissen nichts,
macht auch nichts.

Dieses Graffito auf einer Bahnhofsbank in
Karlsruhe kontrastiert merkwürdig mit der
folgenden Aussage

Wir haben zu viel zu wissen
bekommen, und
fangen zu wenig damit an.
von Sören Kierkegaard
(gefunden von Walter Häcker)

Alle ding sind gift und nichts
ist ohn gift; allein die Dosis
macht, das ein Ding kein Gift
ist.
Paracelsus
(gefunden von Walter Häcker)

Wer Menschen führen will,
muss hinter ihnen gehen.
Laotse
(gefunden von Walter Häcker)

Das Leben ist wie eine Brille:
Man macht viel durch.
Heinz Erhardt
(gefunden von Walter Häcker)

GEMEINWAS BITTE...?

von Oliver Fehren

Wenn Sie selbst Gemeinwesenarbeiter sind, kennen Sie bestimmt die Situation: nach längerer Zeit ist Tante Frieda zu Besuch und erkundigt sich wieder mal ahnungslos: „Was ist das denn noch mal, was Du da arbeitest mit Gemeinde?“. Dabei haben Sie es ihr schon dreimal ausführlich erklärt. Auch meine langjährige Bekannte, die übrigens beruflich in der Jugendhilfe beheimatet ist, bittet immer wieder um eine genaue Erläuterung meiner Tätigkeit, scheinbar bleiben meine Erklärungsversuche nicht haften. Mehr als einmal haben mich Bewohner im Stadtteil für einen Pfarrer gehalten. Und das nicht, weil ich einen kirchlichen Anstellungsträger habe, sondern aufgrund dieses merkwürdigen Wortes „Gemeinwesenarbeit“. Da ich, wie heutzutage üblich, meist in befristeten Beschäftigungsverhältnissen stehe, schneiden meine lieben Eltern mir in gutgemeinter Absicht Stellenanzeigen aus, die nach ihrer Ansicht meinem Profil entsprechen. Ihre Auswahl verdeutlicht mir, dass sie nicht wirklich wissen, was ich arbeite. Und vor ca. einem Jahr prägte ein Bewohner folgenden Begriff für uns GWA Profis: „Die Gemeingefährlichen“. Seitdem setzt sich dieses Wort bei den Bürgern unserer Stadt, die mit GWA in Berührung kommen, durch. Bald wird er das Wort GWA verdrängt haben, was natürlich auch nicht deutlicher macht, welche Aufgabe wir erfüllen.

Bitte verstehen Sie mich nicht falsch: Ich will hier auf keinen Fall eine Debatte über die unterschiedlichen Entwürfe von GWA lostreten. Diesen Streit über die „richtige Form“ der GWA überlasse ich lieber anderen Kolleginnen und Kollegen, die anscheinend mehr Freude daran haben sich gegenseitig vors Schienbein zu treten, anstatt sich auf gemeinsame Grundlinien zu verständigen. Lieber sich durch Lagerkämpfe gegenseitig schwächen, als in strategischer Partnerschaft (von Freundschaft ist ja nicht die Rede) gemeinsame Interessen zu verfolgen. Und das in einer Profession, die im Prinzip seit über 20 Jahren mit dem Rücken zur Wand steht. Hier werden ja die einfachsten Grundweisheiten unsere Zunft missachtet.

Nein, mir geht es um den Begriff „Gemeinwesenarbeit“. Denn damit verneble ich mehr, als das ich erhelle. Mit diesem Wort kann ich einfach keinem Laien (und dazu zählen in diesem Falle auch Sozialpädagogen anderer

Provenienz sowie die von meiner Arbeit betroffenen Bewohner im Stadtteil) erklären, was mein Job ist.

Dies trifft mich auch in meiner Eitelkeit. Ich möchte in meiner professionellen Tätigkeit von meinen Mitmenschen „erkannt“ werden. Damit meine ich aber ausdrücklich nicht das biblische „und sie erkannte ihn“! Ich hätte nur gerne, daß bei meinem Gegenüber eine grobe Vorstellung über meine Arbeit hervorgerufen wird, wenn ich meine Berufsbezeichnung nenne. Bei aller begrüßenswerten Unterschiedlichkeit der Konzepte zur Gemeinwesenarbeit plädiere ich für einen Oberbegriff, der eindeutig genug ist, um den Gegenstand, den er beschreiben soll, auch zu treffen. Auch der scheinbar unendliche Streit über die unterschiedlichen Wahrnehmungen der Menschen (z.B. von der Farbe Rot) wurde vom Sprachphilosophen Wittgenstein damit beendet, dass er feststellte: wer „Rot“ sagt, weiß was „Rot“ ist. So wie „Rot“ alle unterschiedlichen Spektralfarben die im Auge rot erscheinen zusammenfasst, wünsche ich mir einen Begriff, der das für die GWA leistet.

Damit will ich keiner alltagssprachliche Verkürzung das Wort reden. Mir geht es um eine Berufsbezeichnung, die im deutschen Sprachgebrauch des 21. Jahrhunderts „anschlussfähig“ ist. Nach den von mir geschilderten Erfahrungen besitzt „Gemeinwesenarbeit“ diese Anschlussfähigkeit nicht. Wenn ich aber die meiner Meinung nach großartige Potential birgenden GWA Konzeptionen zu größerer Verbreitung führen will, dann ist es doch auch wichtig einen Namen dafür zu haben, mit dem die Menschen etwas (und zwar möglichst das „Gemeinte“) verbinden können!

Warum nun besitzt der Begriff „Gemeinwesenarbeit“ diese Anschlußfähigkeit nicht? „Arbeit“ kennen wir alle (auch wenn über 4 Millionen in Deutschland das derzeit nicht mehr zum Broterwerb tun können). Sperrig und mysteriös ist wohl eher der Begriff „Gemeinwesen“. Dieses Wort wird im deutschen Sprachraum, wenn überhaupt, dann vor allem in politischen Sonntagsreden verwendet. Z.B. wenn wieder mal gefordert wird, dass ein „Ruck“ durchs Gemeinwesen gehen soll. Gemeinwesen wird in solchen Fällen als Synonym für Volk, Nation oder Gesellschaft benutzt. Es hat dann also weder eine lokale noch eine kategoriale

Dimension, wie sie für die Beschreibung meiner Arbeit unabdingbar ist.

Früher hatte das Wort „gemein“ die Bedeutung „öffentlich“ also „allgemein“. Heutzutage verbinden die Leute damit jedoch entweder das „Gemeine“ im Sinne von „fies“ oder fühlen sich schnell an die „Gemeinde“, und damit eine Kirchengemeinde erinnert.

Wieso hat sich der Begriff der Gemeinwesenarbeit bei uns überhaupt etabliert? Ich kann hier nur spekulieren, vermute aber, dass es sich dabei um ein sowohl kulturelles wie auch sprachliches Übersetzungsproblem gehandelt hat. Als community work Mitte des letzten Jahrhunderts aus Nordamerika nach Europa importiert wurde, musste der Begriff „community“ ins Deutsche übertragen werden. Ein schwieriges Unterfangen, beschreibt doch „community“ im amerikanischen Verständnis sowohl eine lokale Dimension (Nachbarschaft, Quartier, etc) als auch eine kategoriale Dimension (z.B. ethnisch: chinese community oder religiös: jewish community) von **Zugehörigkeit**, die in dieser Form bei uns gar keine Tradition hat. Das ist wohl vor allem mit dem grundsätzlich anderen Verhältniss des Bürgers zum Staat zu erklären, das sich in Nord Amerika vorfinden lässt, soll hier aber nicht weiter Thema sein. Festzuhalten bleibt, das die naheliegensten Übersetzungsmöglichkeiten Kommune (erinnert uns entweder an Gebietskörperschaften oder an WGs Ende der 60er Jahre) und Gemeinschaft (s. hierzu Ferdinand Thönnies) nicht in Frage kamen. Daher erfolgte dann wohl der Kunstgriff „Gemeinwesenarbeit“. Dieses Wort vermeidet zwar die Assoziationen mit Kommune, bleibt aber rein sprachlich doch sehr in der Nähe von „Gemeinschaft“. Damit haben wir es weiterhin mit einem Begriff zu tun, der ideologisch hochgradig aufgeladen ist. Irritiert bin ich darüber, dass sich mir gegenüber noch kein einziger Mensch als zugehörig zu Gemeinwesen X oder Y bezeichnet hat. Mir scheint, dass hauptsächlich nur unsere eigene „Zunft“ mit diesem Begriff arbeitet. Das heißt, „Gemeinwesen“ bleibt erst mal eine reine **Zuschreibung** durch uns Fachleute!

Nun hat es ja in der Vergangenheit Versuche gegeben neue Begriffe für meine Tätigkeit zu platzieren. Da ist die Rede von Sozialraumorientierung, stadtteilorientierter Sozialer Arbeit, Quartiersmanagement etc. All diesen Wortschöpfungen bleibt jedoch eine gemeinsame Schwäche: Es gelingt ihnen auch nicht, das Handlungsfeld meiner Arbeit zu

beschreiben. Denn dieses Handlungsfeld hat eben nicht nur eine räumliche Dimension (Stadtteil), sondern ist genauso geprägt von tatsächlichen oder vermuteten gemeinsamen Interessenlagen und Betroffenheiten der Menschen.

Fazit: Schon Sokrates bestand darauf, dass zu Beginn eines Gesprächs eine Klärung der verwendeten Begriffe vorgenommen wird. Wenn das bei „Gemeinwesenarbeit“ nicht möglich ist und dieses Wort sowohl im beruflichen Alltag als auch professionspolitisch mehr verwirrt, als das es erklärt, dann hat es seine Berechtigung verloren. Wir sollten ein Besseres finden.

Anmerkung: Der Text ist entstanden auf einer „Schreibwerkstatt für Sozialpädagogen“ am Rande der Frankfurter Buchmesse. Dieses von Sabine Gieschler und C.W. Müller angebotene Schreibseminar findet meines Wissens auch im nächsten Jahr statt. Ich empfehle es ausdrücklich!

Kennen Sie die Fabel von der Steinsuppe? Esther Dyson hat sie erzählt. Ein hungriger Soldat kommt während des dreissigjährigen Krieges in ein ebenso hungriges Dorf. Er entfacht ein Feuer, leiht sich einen grossen Topf, füllt ihn mit Wasser und setzt ihn auf. Unter den schon etwas neugierigeren Augen der Dorfbewohner klaubt er einen Stein aus der Tasche, riecht entzückt an ihm und wirft ihn ins Wasser. Dann und wann probiert er einen Löffel. Die verwunderten Dorfbewohner erklärt er, dass er eine Steinsuppe koche. Aber leider fehle ihm ein kleinwenig Salz. Nachdem ihm einer eine wenig Salz gebacht hatte, meinte er: "Mmmh, wenn ich nur noch ein klitzekleines Stück Karotte hätte, dann wäre die Suppe wohl perfekt". Und so weiter und so weiter. Bis zum Schluss jeder beigetragen hatte, was er eben konnte und man gemeinsam eine besonders wohlschmeckende Mahlzeit teilte. Community Organizing hat glaube ich etwas mit Steinsuppenkochen zu tun. Februar 1997, von Norbert Specker. www.catchup.ch/catchup2001/news003.html (gefunden von Michael Rothschuh)

ACORN- BERICHT VOM NOVEMBER 2002

von Michael Rothschuh

Die **Association of Community Organizations for Reform Now (ACORN)** gibt jeden Monat einen Bericht vor allem über ihre Erfolge heraus. Er ist ein guter Einblick in die Themen, denen sich Community Organizing derzeit widmet - nicht nur bei ACORN.

Im Bericht vom November 2002 schlagen sich auch die auf die Zwischenwahlen nieder, bei denen es ja nicht nur im Gouverneure, Senatoren und Abgeordnete ging, sondern auch um viele lokale Abstimmungen und Wahlen für verschiedenste Ämter. ACORN gehört zu den Community Organisationen, die versuchen, Menschen aus ärmeren Regionen zum Wählen zu bringen und sie für ihre Interessen bei den Wahlen zu mobilisieren. Ein gewollter zweiter Effekt solcher Mobilisierung ist, dass ACORN selbst stärker bekannt wird, mehr Mitglieder und damit mehr Macht bekommt.

In Chicago und anderen Orten ist der **living wage** (der Lohn, der es ermöglicht zu leben) angehoben, in Chicago um \$1.45 auf \$9.05. Das bedeutet für Tageslöhner, Parkwächter, Kassiererinnen, Wachleute, ArbeiterInnen in der Gesundheitsfürsorge und Haushaltshilfen eine Steigerung von etwa \$3000 je Jahr.

In Baltimore wurde eine u.a. von ACORN lancierte Änderung der **Wahlbezirke** angenommen. Es gibt jetzt mehr und kleinere Wahlbezirke; dadurch gibt es jetzt auch in den ärmeren Wahlbezirken, die dort leben und den WählerInnen Rechenschaft schulden.

Berichtet wird über teilweise gelungene **Gesetzesinitiativen** und Abstimmungen, z.B.: über Zwangsräumungen zur Vergabe von fairen Krediten für den Hausbau, gegen Steuerreduzierungen, weil diese den Abbau von Dienstleistungen zur Folge hätten. (*Wann gibt es in Deutschland endlich Protest gegen die Reduzierung von Steuern für Wohlhabende?*)

Eine Finanzdienstleistungsgesellschaft, die von ACORN Praktiken des „**räuberischen Verleihens**“ beschuldigt wird, ist verkauft worden. ACORN schreibt sich einen Anteil an

dem Niedergang der Gesellschaft zu. Jetzt hofft ACORN, dass die angestrebten Reformen bei dem neuen Eigentümer durchgesetzt werden können, weil die Opfer von Household in einer hoffnungslosen finanziellen Situation sind.

In Florida ist ein Referendum verabschiedet, das **kleinere Klassen** in öffentlichen Schulen vorsieht.

ACORN hat zur Registrierung und Beteiligung von 100.000en neue WählerInnen beigetragen in einer unparteiischen Kampagne „**Geht zur Wahl**“ .

Bei den Haustürgesprächen findet ACORN **Themen** heraus, die die Menschen bewegen: Hauseigentum, höhere Löhne, Gesundheitsfürsorge für die Kinder, teure Elektrizität, überfüllte Schulen.

ACORN verklagt einen „predatory lender“ . Plakate: „Vorsicht: **Kredithai** in der Nachbarschaft!“

Bostons Hausmeister siegen nach einem **Streik** mit ihren Forderungen; Löhne werden um \$3 erhöht auf bis zu 13.15\$.

ACORN in Washington DC fordert **erschwingliche Wohnungen** und führt ein öffentliches Forum gegen die Entwicklung von Luxuswohnungen in Capitol Hill durch. Für den 21.11. kündigt ACORN eine Demonstration an, worauf die Entwicklungsgesellschaften lt. Washinton Post tatsächlich reagieren mit dem Versprechen, erschwingliche Wohnungen zu bauen.

Für in den USA lebende Menschen aus der Dominikanischen Republik wird eine ACORN-Abteilung gegründet, die auch soziale Veränderung in der **Dominikanischen Republik** unterstützen soll.

In 9 großen Städten gibt es zum Tag der Kinder ACORN- Aktionen für **Geschwindigkeitsbegrenzungen** auf den Straßen..

ZUR MIDWEST ACADEMY: „DIRECT ACTION ORGANIZING PROZESS“

von Michael Rothschuh

Kim Bobo, blitzschnell, blitzgescheit, überzeugt, gewandt und klar, so haben wir sie erlebt, als wir 1995 in Chicago zu Besuch in ihrer Midwest Academy waren.


Ein Schaubild an der Wand: die Skala der Macht von der Sozialarbeit bis zu CO, einige farbige Arbeitsplätter in die Hand: Auswahl eines Issues, Strategien, Taktiken. Ein Blitzkurs in CO.

Training für Gruppen, die etwas bewegen wollen, ist nach wie vor die Kernaufgabe der MWA. Eine Arbeitsgrundlage bietet das Buch „Organizing for Sozial Change“: A Manual for Activists, von Kim Bobo, Jackie Kandall, Steve Max, Hrg. Midwest Academy, 3. Auflage 2001) Das Buch habe ich mit Übersetzungen von Anne Schröter im foco-Rundbrief 18/1999 vorgestellt.

Die Midwest Academy führt Seminare durch und berät Organisationen im konkreten Aktionsprozess, wie Judy Hertz, Organizing for Change, 2002 (referiert in Rundbrief Juli 2002, S.30f) zeigt. Dabei wird sie unterstützt von PraktikantInnen, die sich auch aus Deutschland über Judy Hertz bewerben können. Ich stelle den Ansatz vor anhand www.mindspring.com/~midwestacademy/Organize/page5.html.

ARTEN DES CO

Es gibt unterschiedliche Methoden des Organizing oder Wege, soziale Veränderungen herbeizuführen, und alle haben sie ihren Nutzen. Tatsächlich sind oft viele Arten des Organisierens erforderlich, die Midwest Academy konzentriert sich auf das Organisieren über direkte Aktionen (Direct Action Organizing).

METHODE	BEISPIEL: Obdachlose in der Community	
Dienstleistung	Der Organisator überzeugt Kirchengemeinden, Feldbetten für die Obdachlosen in ihren Räumen aufzustellen. Organisator und Gemeinden erbringen eine direkte Dienstleistung für die Leute.	Akzeptiert bestehende Machtrelationen  Fordert existierende Machtrelationen heraus
Bildung	Der Organisator stellt Untersuchungen über die Ursachen und Lösungsmöglichkeiten zur Obdachlosigkeit an und verbreitet die Informationen. Menschen werden über soziale Themen unterrichtet.	
Selbsthilfe	Der Organisator hält Workshops für Obdachlosen dazu, wie sie eine Wohnung oder einen Job finden können. Idee: Die Leute können ihr Problem selbst lösen, am besten in Gruppen.	
Soziale Anwaltschaft (advocacy)	Der Organisator beeinflusst die Stadt, Unterkünfte zu eröffnen. Die Obdachlosen sind nicht notwendigerweise beteiligt oder wissen nicht einmal, was der Organisator tut.	
Direkte Aktion	Der Organisator redet mit Obdachlosen und organisiert sie. Sie entscheiden zuerst über angestrebte Lösungen und setzen die Stadt dann unter Druck, um diese Lösungen selbst zu erreichen. Organisieren über direkte Aktionen basiert auf der Macht (Power) der Menschen, die eine gemeinsame Aktion zu ihren eigenen Gunsten unternehmen.	

FUNDAMENTALE PRINZIPIEN DER DIREKTEN AKTION:

1. Gewinne reale Verbesserungen im Leben der Menschen, konkrete, hier und heute.
2. Lass die Menschen ein Gespür für ihre eigene Macht (Power) bekommen, in dem sie selbst gemeinsam gewinnen, was sie selbst erreichen wollen.
3. Verändere die Machtverhältnisse durch:
 - Aufbau von starken Organisationen / Veränderung von Gesetzen und Regelungen / indem „unsere Leute“ für Ämter gewählt werden.

SCHRITTE DES ORGANISIERENS ÜBER DIREKTE AKTIONEN

Eine Kampagne wird für eine spezielle Lösung zu einem Problem, für ein Issue, geführt. Diese Kampagne führt in der Regel durch bestimmte Stadien:

A. Die Leute identifizieren ein Problem und eine angestrebte Lösung

Mieter definieren z.B. eine „nahes“ Ziel: "Erreichen, dass der Hausbesitzer die Kautions zurück gibt, wenn wir ausziehen"; oder vielleicht weiterreichend: "Erreichen, dass der Stadtrat ein Gesetz zur Rückgabe von Kautionen erlässt."

B. Die Organisation macht das Problem zu einer konkreten Streitfrage, einem Issue.

C. Die Organisation entwickelt eine Strategie.

Eine Strategie ist der Gesamtplan für eine Kampagne.

DIE STRATEGIEKARTE				
Ziele	Überlegungen zur Organisation	Basis	Zielscheibe und Zielperson	Taktiken
langfristig mittelfristig kurzfristig	Welche Ressourcen könnt Ihr einbringen? Wie baut ihr die Organisation auf? Gibt es interne Probleme?	Wen betrifft das Problem? Wie sind die Betroffenen organisiert? Welche Macht haben sie?	Wer hat die Macht dir zu geben, was du willst? Zweitrangige Zielscheiben/ -personen : wer kann diese beeinflussen	Medienhöhepunkte Petitionen Boykotte Einfluss auf Abgeordnete Aktionen der Basis gegenüber den Zielscheiben, damit diese das Angestrebte geben

D. Die Organisation bringt viele Leute zusammen die dem Entscheidungsträger gegenüber treten.

Nutze große Versammlungen und Aktionen, damit die Person, die dir geben kann, was du willst, reagiert. Diese Decisionmaker (oder auch "Zielscheibe", target einer Kampagne) sind immer individuelle Personen oder eine Anzahl von Individuen, nie ein gewähltes Gremium insgesamt. Wenn zum Beispiel ein Beschluss den den Stadtrat passieren soll, sag nie, dass „der Stadtrat“ entscheidet. Notwendig ist vielmehr, dass spezifische Mitglieder des Rats für dein Anliegen stimmen. Wer sind sie? Benenne sie. Worin liegt deine Macht über sie? Hast Du Mitglieder in ihrem Wahlbezirk?

E. Der Entscheidungsträger reagiert auf dich.

Entweder bekommst du, was du willst oder du musst noch mehr Leute für eine zweite Runde des Kampfes organisieren. Manchmal braucht es mehrere Runden bevor ein Kampf gewonnen ist. Deshalb versteht die Midwest Academy Organisieren als eine zusammenhängende Kampagne, nicht nur als Serie von einzelnen Schnellschüssen.

F. Gewinne, reorganisiere die Gruppe und geh zur nächsten Kampagne

SEMINARE: ORGANISIEREN LERNEN

Struktur und Inhalte der Seminare, die regelmäßig zum Wochenpreis von etwa \$500 stattfinden, werden ausführlich auf der Internetseite der MWA dargestellt <http://www.mindspring.com/~midwestacademy/page8.html>, geladen 26.11.2002). Das dort angebotene Material, denke ich, könnten wir auch hier verwenden. Einige Elemente seien hier daraus knapp vorgestellt.

Die Machtverhältnisse verstehen

**Your Power Equals
Your Strength
Plus Their Weakness**



In einem Rollenspiel misst eine Community Organisation ihre Kräfte mit einer Chemiefabrik, die beschuldigt wird, dass sie giftige Abfälle in einem Gebiet ablagert wo Kinder spielen.

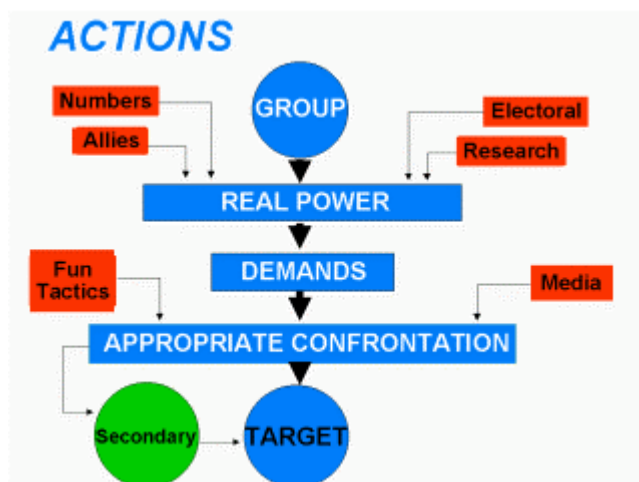
Ein Thema sind die verschiedenen Arten von Macht, die Bürgerorganisationen haben, bei Wahlen und der Legislative, ökonomisch, durch rechtliche Regelungen, und disruptive Formen (Stören des üblichen Ablaufs): welche Bedingungen jeweils notwendig sind, um Power umzusetzen.

Probleme und konkrete Themen (Issues) auswählen

EIN GEEIGNETES ISSUE:

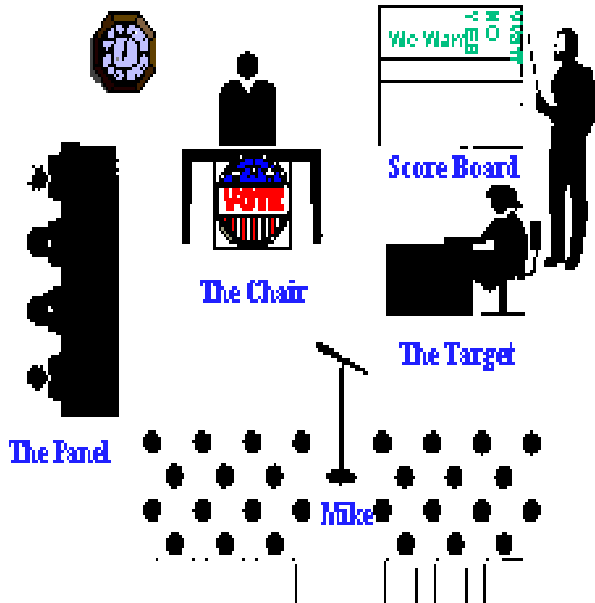
bringt konkrete Verbesserungen im Leben der Leute	lässt Leute ihre eigene Macht fühlen
verändert Machtverhältnisse	ist wert, dass man sich dafür einsetzt
ist gewinnbar	wird von vielen gefühlt
wird tief gefühlt	ist leicht zu verstehen
hat klare Zielpersonen	hat einen für dich günstigen Zeitrahmen
baut Leadership auf	löst eine nächste Kampagne aus
stärkt eure Organisation finanziell	stimmt mit euren Werten überein

Leitlinien für Aktionen



Während einer Aktion ist ein Entscheidungsträger oder "Zielscheibe" konfrontiert mit einer organisierten Gruppe von Leuten. Eine Forderung wird gestellt und die Gruppe erwartet an Ort und Stelle eine positive Antwort. Die Macht die Organisation gegenüber dem Entscheidungsmacher muss in der Aktion deutlich werden.

Rechenschaftssitzung, (Accountability Sessions)



Eine Accountability Session / Rechenschaftssitzung ist ein großes Treffen in der Community mit einem gewählten Amtsträger oder Abgeordneten (Stadtrat, Bürgermeister usw.).

Sie wird auf dem Boden deiner Organisation durchgeführt; es sollte nicht durcheinander gebracht werden mit einer offiziellen Bürgerversammlung, auf der alle Sichtweisen gehört werden. Dieses Treffen dient dazu, die Sichtweise **deiner** Organisation zu präsentieren.

Die FührerInnen deiner Gruppe und verbündeter Organisationen reden zunächst, und dann werden die gewählten Amtsträgern aufgefordert, zu ganz spezifischen Forderungen zu antworten, die von einer Reihe von Leadern vorgetragen werden.

Von dem Offiziellen wird erwartet, dass er den Forderungen der Gruppe nachgibt. Eine Rechenschaftssitzung macht die Unterstützung der Community deutlich, die hinter den Leuten im Raum steht.

UND NUN: DIE 99 CENT-FRAGE:

Ökonomische Sicherheit meint gute Arbeitsplätze. Gute Arbeitsplätze beginnen mit qualifizierten Schulen. Gute Arbeitsplätze hängen auch ab von zuverlässiger und erschwinglicher Energie, von ausgeweitetem Handel und einer vernünftigen Steuerpolitik. Gute Arbeitsplätze müssen das Ziel sein einer Reform der sozialen Sicherung und sollten zur Sicherheit im Ruhestand führen. Diese und andere Themen, wie Wohnungseigentum, Programme der Wohlfahrtsverbände und Religionsgesellschaften sowie eine saubere Umwelt, sie alle sind Elemente, um ökonomische Sicherheit zu garantieren.

VON WEM STAMMEN DIESE SÄTZE?

- | | |
|------------------|-----|
| Gerhard Schröder | () |
| Norbert Blüm | () |
| Georg W. Bush | () |
| John F. Kennedy | () |
| Saul Alinsky | () |

— THE — **CITIZEN'S** *Handbook*

Auszüge und freie Übersetzung
von **Michael Rothschuh**

A Guide to Building Community in Vancouver

Charles Dobson, Last updated Sept 5, 2002 Email: [Charles Dobson](mailto:Charles.Dobson@vcn.bc.ca)

Vancouver Citizens Committee, 3342 West 12th Avenue, Vancouver, B.C. Canada V6R 2M9 The Citizen's Handbook © 1996 Vancouver Citizens Committee. The Vancouver Citizens Committee seeks to promote community, citizen participation and local democracy.
<http://www.vcn.bc.ca/citizens-handbook/>

Ich danke Charles Dobson für sein Einverständnis, dass dieser Text im *foco*-Rundbrief und der Webseite www.forum-community-organizing.de veröffentlicht wird.

VORWORT VON MICHAEL ROTHSCHUH.....	24
DO-IT YOURSELF- ORGANIZING	25
ANFANGEN.....	26
ERFORSCHEN	27
PLANEN UND HANDELN	28
BEKANNT WERDEN.....	29
EVALUATION	31
MENSCHEN GEWINNEN.....	32
LEUTE BEHALTEN.....	33
FÜHREN	34
VERSAMMLUNGEN	35
ENTSCHEIDUNGEN TREFFEN.....	36
MODERIEREN	37
GELDQUELLEN FINDEN (FUNDRAISING).....	38
STRUKTUR VON BASISGRUPPEN.....	39
BEISPIELE FÜR AKTIVITÄTEN DES COMMUNITY ORGANIZING.....	40
THE CITIZEN'S LIBRARY	41

VORWORT VON MICHAEL ROTHSCHUH

Es gibt ungezählte Gruppen von Menschen, die sich selbst organisieren. Menschen, die sich gegenseitig unterstützen, die Freizeit miteinander verbringen möchten, die ihre Interessen durchsetzen wollen, die miteinander diskutieren wollen und die etwas konkret verändern wollen.

Beim **Community Organizing (CO)** geht es auch um all dieses, aber darüber hinaus geht es um eine Veränderung der Machtbalance zugunsten derer, die in unserem gesellschaftlichen System wenig Macht haben, weil sie weder über viel Geld noch über machtvolle Institutionen verfügen.

Beim **Organizing** geht es um den Prozess, in dem Menschen sich in gemeinsamen Handeln Gehör verschaffen, ihre Basis verbreitern, ihre Beziehungen zueinander vertiefen, etwas in ihrem Lebensumfeld konkret verändern und sich einen Platz am Verhandlungstisch mit den Macht-Inhabern sichern – auf gleicher Augenhöhe.

Beim **Community Organizing** geht es zunächst um die Nachbarschaft, den Stadtteil, das Dorf, die Stadt, die Gemeinde, die Hochschule- all dies nicht nur als räumliche Einheit verstanden, sondern als ein sozialer Raum von Beziehungen. Es geht aber auch darum, von dieser Basis aus Koalitionen zu bilden für Probleme, die lokal, regional, national und global angepackt werden müssen, wenn die Menschenrechte und soziale Rechte Wirklichkeit werden sollen.

Community Organizing ist in einigen Großstädten der Vereinigten Staaten von Amerika entwickelt worden; dort sind auf der Grundlage der spezifischen Geschichte amerikanischer Großstädte wirkungsmächtige Gruppen und Bürgerorganisationen vor Ort entstanden ebenso wie Netzwerke, Fachinstitutionen und Koalitionen, die regional und auf der Ebene der Vereinigten Staaten agieren, manchmal auch in anderen Ländern außerhalb Nordamerikas.

Community Organizing ist aber nicht auf die USA begrenzt. Vergleichbares finden wir auch bei uns, nur eben kaum unter diesem Begriff. So kann ein „Bürgerverein“ z.B. eine Gruppe von Menschen sein, die zufrieden sind mit ihrem Stadtteil und gerne Traditionspflege betreiben, es kann aber auch eine Organisation von Menschen sein, die im Sinne des Community Organizing über soziale

Ungerechtigkeiten wütend sind und deshalb öffentliche Beziehungen aufbauen und eine machtvolle Organisation entwickeln.

Das **Citizen's Handbook** ist in Vancouver/Kanada entstanden; in Kanada gibt es eine Fülle von Organisationen und BürgerInnengruppen, die sich für lokale ebenso wie für globale Veränderungen engagieren, aber es gibt kaum Organisationen und Netzwerke des professionellen Community Organizing. Community Organizing im Sinne des Handbuchs ist mehr die Selbstorganisation der BürgerInnen von der Basis aus- den „grassroots“- als ein professioneller Prozess, wobei Selbstorganisation und professionelle Unterstützung durchaus ineinander verwoben sein können.

Gerade deshalb erscheint mir das Handbuch als äußerst hilfreich zu sein auch für Ansätze des Community Organizing in Deutschland. Es ist praxisnah geschrieben, sicherlich oft eine Zusammenstellung von Hinweisen, die wir irgendwo schon im Hinterkopf hatten, dann aber doch im konkreten Prozess übersehen haben– und es macht den Zusammenhang eines Prozesses erkennbar, der zu mehr führt als einer einzelnen Aktion.

Ich gebe das Handbuch in Ausschnitten wieder, z.T. sehr frei übertragen. Dies ersetzt nicht die Lektüre des englischsprachigen Handbuchs, wenn es darum geht, genau zu wissen, was die AutorInnen selbst gemeint haben.

Das Handbuch wird von einem Bürgerkomitee aus Vancouver seit herausgegeben, laufend aktualisiert, es ist über das Internet vollständig verfügbar und als Druckversion für 2003 geplant. Die einzelnen Kapitel sind jeweils sehr knapp gehalten, gut lesbar und sehr klar formuliert.

Den „Anleitungen“ für des CO im ersten Teil folgen Beispiele für Aktionen für die Entwicklung einer Community. Eine „Citizens Library“ kommentiert Bücher und fügt vollständige Texte hinzu (werden von mit teilweise skizziert).

DO-IT YOURSELF- ORGANIZING

Dieser Teil ist eine do-it-yourself Anleitung für Organizing der Basis, der „grassroots“. Der Fokus liegt darauf, Leute zusammen zu bringen, die gemeinsam an einem Ort, wie zum Beispiel einem Mietshaus, einem Wohnblock oder einer Nachbarschaft leben. Der Focus auf der Zusammenarbeit von Menschen vermindert nicht die Bedeutung dessen, dass Bürger alleine wirken, wie der Fokus auf dem Organizing um einen Ort herum nicht die Bedeutung des Organizing zu einem Thema vermindert.

LERNE SELBST ORGANIZING

Vor dem do-it-yourself steht das learn-it-yourself. Denn die meisten Provinzen in Kanada bieten keine vollständigen Trainings-Programme an. In Kanada hat unser Glaube an den Staat die Entscheidungen über unsere Communities in die Hände der Politiker und Professionellen gegeben.

WENN DU NICHT ALLES SELBST MACHEN KANNST

Ein bezahlter, erfahrener Organizer kann helfen, wenn die Aufgabe darin besteht, Bürger schnell zusammen zu bringen, oder Leute zu beteiligen, die normalerweise zuhause bleiben. Bezahlte Organizer beginnen oft damit, dass sie Informationen über die Nachbarschaft sammeln. Sie stellen sich selbst den Bewohnern vor, bringen Leute in Diskussionsgruppen zusammen, bauen Fähigkeiten zur Selbsthilfe auf und trainieren schließlich neue Leader (Führungs- oder Schlüsselpersonen), damit diese die Aufgabe des Organizing übernehmen.

DIE ELEMENTE DES ORGANIZING

Community Organizing wird oft dargestellt als ein Schritt-für-Schritt-Prozess. Die Bestandteile des Prozesses machen oft Sinn, aber die Schritt-für-Schritt Folge passt oft nicht zu den aktuellen Umständen.

Was wir mit diesem Handbuch tun, ist der Blick auf die verschiedenen Elemente des Community Organizing.

Welche von diesen du zur jeweils gegebenen Zeit anwendest, wird von deinen Umständen abhängen.

Ausgenommen des ersten („Anfangen“), werden regelmäßig Teile hinzugefügt oder weggelassen als Teil des Prozesses des Community Organizing. Alle Teile sind ebenso miteinander verwoben. Zum Beispiel: Planung braucht

Erforschung, dies hängt davon ab, dass man Leute gewinnt und behält, was wiederum beeinflusst ist durch den Entscheidungsprozess, der Evaluation braucht, und so weiter.

ANFANGEN

Wo beginnst Du, wenn du mehr in deine Nachbarschaft involviert sein willst? Hier sind einige Optionen.

BEGINNE MIT DEM ERFORSCHEN

Obwohl Professionelle oft mit der Forschung beginnen, musst Du nicht damit anfangen. Andererseits ist es sicher klug, mit Forschung anzufangen, wenn du ein Thema in Angriff nehmen willst, das Du nicht ganz verstehst.

FANG AN MIT EINER AKTIVITÄT ZUR BILDUNG DER COMMUNITY

Im zweiten Teil des Handbuchs sind viele informelle Gelegenheiten für die Nachbarn aufgeführt, sich zu treffen. Die üblichsten Aktivitäten (in Vancouver) sind das Organizing an einem brennenden Thema (Organizing Around a Hot Issue) und „Block Watch“, (das wechselseitige Aufpassen in einem Wohnblock).

FANG AN, IN DEM DU DICH EINER EXISTIERENDEN GRUPPE ANSCHLIEßT.

Die meisten Nachbarschaften haben sehr differenzierte Arten von Organisationen. Sich mit einer davon zu verbinden, kann ein einfacher Weg sein, einbezogen zu werden. Fang an, indem du die Stadtteilgruppen, die von der Stadtverwaltung (z.B. Homepage der Stadt) aufgelistet werden, durchsiehst.

FANG AN, INDEM DU EINE NEUE GRUPPE BILDEST.

Wenn die Arbeit mit einer existierenden Gruppe als schwierig erscheint, kannst du vielleicht eine neue Gruppe gründen. Neue Nachbarschaftsgruppen bilden sich normalerweise um einen Kern von drei bis fünf Leuten .in einer kleinen Gruppe, einem Ausschuss Einen Kern von erstklassigen Leuten zusammen zu bringen ist die Anstrengung wert.

Dann überlegt:

- Was versuchen wir zu tun?
- Was für ein Gebiet wollen wir organisieren (je kleiner, desto leichter)?,
- Wer kann unsere Bemühungen unterstützen?
- Was ist eine gute Idee für eine erste Aktion (einfach, auf ein lokales Anliegen bezogen, und: es soll die Sichtbarkeit der Gruppe erhöhen)?

- Wie erreichen wir andere Leute? Sollen wir ein großes Treffen organisieren und die Nachbarschaft einladen?

Pass auf, dass Ihr freundlich bleibt gegenüber den anderen existierenden Gruppen, die ähnliche Ziele haben. Freundlichkeit kann an die Stelle von der üblichen Tendenz zur Konkurrenz treten. Die Zusammenarbeit zwischen Gruppen ist der Motor von wirklichem Fortschritt für Basisorganisationen.

ERFORSCHEN

Städte funktionieren auf raffinierten Wegen. Was ein offensichtliches Problem zu sein scheint, oder eine offensichtliche Lösung, erscheint nach ein bisschen Forschung nicht mehr so sehr. Handeln vor der Erforschung kann Zeit verschwenden und Energie. Es kann auch das Stereotyp untermauern von aktiven Bürgern, die sehr lautstark, aber weithin uninformiert sind. Dies Stereotyp ist die häufigst zitierte Entschuldigung, wenn der Ruf nach größerer Bürgerbeteiligung bei lokalen Entscheidungen abgewiesen wird.

Eine typische Geschichte, was passieren kann, weil ein bisschen Forschung fehlt: Leute in einer ruhigen Nachbarschaft bekommen Nachricht von einem Vorhaben, ein Haus für psychiatrische Patienten zu nutzen. Furcht vor den „verrückten Leuten“, die Amok rennen, veranlasst sie, eine ad-hoc-Bürgergruppe zu bilden, die sofort agiert um das Vorhaben zu bekämpfen. Ohne Erforschung haben sie nicht entdeckt, dass die meisten derartigen Wohnmöglichkeiten keine Probleme schaffen und den Bewohnern vor Ort nicht einmal bekannt sind. Ohne diese Fakten geht die Gruppe zum Kampf. Für nichts.

SAMMLE EXISTIERENDE INFORMATION ÜBER DEINE NACHBARSCHAFT

Information zu deinem Teil der Stadt gibt es schon. Die Stadt und die Büchereien haben Profile des Stadtteils, Verkehrsstudien, Karten, Luftaufnahmen, vielleicht einen offizielle Planung für die Community. Mitteilungsblätter der Gemeinde und lokale Zeitungen beinhalten die jüngste Geschichte von vielen lokalen Themen.

FINDE HERAUS, WAS DIE LEUTE WOLLEN

Wenn es kein einzelne heraus ragendes Thema gibt, das die Community besorgt macht, muss deine Gruppe die Themen der Nachbarschaft heraus finden:

- Was mögen die Bewohner an ihrer Nachbarschaft und was wollen sie ändern?
- Wodurch kann Nachbarschaft interessanter, erkennbarer, hilfreicher und freundlicher werden?
- Was ist das Problem mit höchster Priorität? Wer ist davon betroffen?
- Wo ist es lokalisiert? Was muss, was kann getan werden? Wer kann helfen?

Nimm für die Erforschung genug Zeit. Die Frage „Was magst du an der Nachbarschaft, was willst du ändern?“ kann eine Gruppe einige Abende beschäftigten, um die Antworten aufzuführen, zusammen zu fassen und Prioritäten festzulegen.

ERWÄGE EINE UMFRAGE UNTER DEN BEWOHNERN

Jede Umfrage, die eine face-to-face- Interaktion verlangt, sorgt nicht nur für Informationen, sondern hilft dabei, eine Community aufzubauen. Geh dabei zu denen, die was wissen: Interviewe Leute mit Erfahrungen aus erster Hand. Eine kleine Fokus-Gruppe mit sechs Teenies kann dir mehr offenbaren über Teenager in der Community als eine Umfrage unter 500 Erwachsenen. Andere Quellen sind Aktivisten in der Community, und Kontaktpersonen für Organisationen im Stadtteil.

FINDE DIE KAPAZITÄTEN DER MENSCHEN IN DER COMMUNITY HERAUS

- Wer kann helfen?
- Welche Ressourcen hat die Community: Öffentliche Institutionen, Unternehmen, religiöse Organisationen, Bürgervereinigungen, Clubs, ethnische Gruppen, Sport- und Freizeitgruppen, kulturelle Vereinigungen, Dienstleistungsgruppen, Großeigentümer, Individuen?
- Wie, warum und wo kommen Leute zusammen?
- Wie finden die Leute heraus, was passiert?
- Wer beeinflusst am meisten lokale Entscheidungen, lokale Geldmittel und lokale Investitionen?
- Wer ist sehr aktiv in der Nachbarschaft?

ERFORSCH E LÖSUNGEN VON ANDEREN ORTEN

Ein Problem in deiner Nachbarschaft gibt es vielleicht auch in anderen Nachbarschaften und anderen Städten. Finde heraus, wie die Bürger an anderen Orten das Problem lösen. Bitte Bürger in anderen Städten um Unterstützung; versende email- Anfragen an andere Städten und vergleichbare Vorhaben.

PLANEN UND HANDELN

Planung ist erforderlich, wenn du verschwendete Aktivität vermeiden willst und führt dazu, dass eure gemeinsame Anstrengung wirklich zählt. Sie sollte sich bewegen von dem Allgemeinen zum Spezifischen, von dem großen Bild zum kleinen, von den Langzeitvorstellungen zu dem Aktuellen, vom „was“ zum „wie“?

Planung erfordert:

- ein Gesamtziel festsetzen
- Ersinnen von einzelnen Anliegen (objectives) oder Strategien, um das Ziel zu erreichen
- Ersinnen von Aktionen um die Ziele zu erreichen

SIEH ÜBER DAS AUGENFÄLLIGE HINAUS.

Z.B. Wenn dich mit einer steigenden Jugendkriminalität beschäftigt, mag die naheliegende Forderung sein, mehr Polizei zu bekommen. Wenn du hinter die Symptome siehst, auf die Ursachen, wirst du vielleicht stattdessen eher die Öffnung der Schulen an den Nachmittagen anzustreben. Forschung kann dir helfen, hinter das Augenscheinliche zu sehen.

WIE WIRST DU DEINE ANLIEGEN ERREICHEN?

Entwickle Ideen für einzelne Anliegen, die dich zum Gesamtziel führen und dann entscheide, welche du anstrebst.

Teste alternative Anliegen durch die Fragen:

- Hat es eine starke Unterstützung durch die Gruppe?
- Ist es spezifisch genug? („Verringerung der Kriminalität“ ist zu allgemein, „Straßenprostitution in der xx- Straße auflösen“ ist spezifisch)?
- Ist es leicht erreichbar?
- Wird es eine sofortige sichtbare Wirkung haben?
- Wie werden wir wissen, wann wir es erreicht haben? Wie messen wir den Fortschritt?

Um effektiv zu sein, sollte deine Gruppe sich nicht mehr als ein bis zwei Anliegen zur Zeit vornehmen.

Und dann mach mit Deiner Gruppe einen Aktionsplan mit einem Zeitrahmen, einer Liste der Aufgaben und der Personen, die für jede Aufgabe verantwortlich sind. Halte den Aktionsplan flexibel, damit Ihr auf das Unerwartete reagieren könnt.

Ein guter Weg, um die Prioritäten der Gruppe heraus zu finden:

Leute aufzufordern ihre Sichtweise mit dicken Markern auf große post-it- Notizen zu schreiben. Jede Person heftet ihre Notizen auf die Tafel oder ein großes Blatt, wo jeder sie sehen kann. Jemand hilft dann der Gruppe die Notizen in Cluster mit ähnlichen Inhalten zu ordnen.

AGIEREN

Hast du die notwendigen Grundlagen vervollständigt, musst du handeln.

Überraschenderweise kommen viele Gruppen nie dazu zu handeln.

Jahn Gardiner sagt: „Viele reden über Aktion aber sind wesentlich organisiert zum Studieren, Diskutieren oder Lehren. Andere halten Mitglieder beschäftigt mit der Führung der Kasse der Organisation, mit Arbeiten für's Komitee, interner Politik und dem Verabschieden von Resolutionen.“

Während viele Interessengruppen eben für Diskussion zusammen kommen, arbeiten Community-Gruppen meistens am besten, wenn Handeln das Reden beleitet. Andernfalls neigen sie dazu, zu schrumpfen zu ein paar Betonköpfen, für die die Anwesenheit bei Treffen ihr „way of life“ wird.

BEKANT WERDEN

Wenn du die Zahl der Leute, die wissen was du tust, erhöhen willst, musst du bekannt werden.

Dies bedeutet normalerweise Arbeiten mit den **Medien**.

Abgesehen davon, dass sie ein breiteres Publikum informieren, können die Medien die Bewohner stärken, Politiker anstoßen und der Basisinitiative weiteren Schwung verleihen.

Wenn du die Medien verstehst, kannst du auch ein Thema oder eine Streitfrage in die Öffentlichkeit bringen, die bisher ignoriert worden ist und du kannst Themen aus der Perspektive der BürgerInnen neu abstecken.

Sei aber sorgfältig, wenn du es nicht gewohnt bist mit den Medien umzugehen. Viele Journalisten suchen nach Geschichten, die in Konflikten Irrtümern und Unrecht ihren Ursprung haben. Sie können eine Konfrontation aufdrängen, die es dir sogar schwerer macht, dein Anliegen zu erreichen.

STELLE EINE LISTE MIT SYMPATHISIERENDEN JOURNALISTEN AUF

Wenn du eine positive neue Geschichte hast, kannst du vielleicht niemanden finden, der interessiert ist. Du kannst eine Liste von Journalisten entwickeln, die sich um den Aufbau einer Community kümmern. Notiere deren Redaktionsschluss und ruf sie danach an.

FINDE DIE PROFESSIONELLEN VON MEDIEN IN DEINER COMMUNITY

Suche Unterstützung von Leuten in der Community, die für Zeitungen, das Radio oder Fernsehen arbeiten. Sie können einen Ratschlag geben, was Nachrichtenwert hat, wie ihr Aufmerksamkeit bekommen könnt und wen ihr anrufen könnt. Die meisten wollen nicht im Vordergrund erscheinen, aber im Hintergrund ist ihr Wert unschätzbar.

DEFINIERE DEIN ANLIEGEN UND DANN DEINE BOTSCHAFT

Lauf nicht zu den Medien ohne eine klare Idee, was Du erreichen willst. Nutze dies, um eine Reihe von klaren Botschaften zu kreieren. Wenn du ein Problem darstellen willst, sollte eine deiner Botschaften der Vorschlag einer vernünftigen Lösung sein.

MACHT AKTIONEN WERTVOLL FÜR DIE NACHRICHTEN

Wenn du Aufmerksamkeit der Medien haben willst, brauchst du eine gute Geschichte mit einem Fokus auf die Menschen, die *jetzt* geschieht. Je kreativer, farbiger, humorvoller, desto bessere Berichterstattung. Wahrgenommen werden ist weithin eine Sache der Dramatisierung von Anliegen.

VERBINDE AKTIONEN MIT ANDEREN EREIGNISSEN IN DEN NACHRICHTEN

Deine Aktionen bekommen eine bessere Chance berichtet zu werden, wenn sie verbunden sind mit Ereignissen in den Nachrichten: Ankündigungen der Regierung, Ferien, Lokale Konferenzen, Weltereignisse, heiße Themen. Die Medien mögen Aufregung.

VERÖFFENTLICHE PRESSEMITTEILUNGEN

Veröffentliche mit dem Briefkopf deiner Gruppe Neuigkeiten, die du publizieren willst.

- An der Spitze steht: „Für sofortige Veröffentlichung“ und das Datum.
- Erfinde eine kräftige Überschrift im Zeitungsstil, die den Herausgeber interessieren wird, der sich jeden Tag durch Hunderte von Pressemitteilungen arbeiten muss.
- Der erste Satz muss das Wichtigste der Story enthalten.
- Der Rest der Veröffentlichung soll berichten über das Wichtigste des Wer, Was, Wann, Wo, und Warum. Unten dann der Kontaktname und die Telefonnummer: „zur weiteren Information“ .

Halte das ganze kurz, 1-2 Seiten. Vor großen Ereignissen sende eine neue Veröffentlichung sieben Tage vorher, dann eine telefonische Erinnerung 1-2 Tage vorher. Faxen ohne persönlichen Kontakt ist Zeitverschwendung.

ZIELE AUF DAS FERNSEHEN

Einige sehr effektive Bürgergruppen erreichen TV-Berichterstattung dadurch dass sie für Ereignisse mit Aktion und guten Bildern sorgen. Greenpeace z.B. bekommt Aufmerksamkeit, wenn es kleine Gummiboote losschickt, die um große Flugzeugträger schwimmen. Einige Gruppen nehmen auch ihr eigenes Video in Rundfunkqualität auf oder nehmen Veröffentlichungen auf Video auf, was ihnen hilft, die Kontrolle darüber zu haben, was gesendet wird.

Versuche die Aktionen zeitlich auf langweilige Nachrichtentage zu legen. Wähle eine SprecherIn aus, die gut beim TV ankommt. Beim Fernsehen wird ein wichtiger Teil nonverbal kommuniziert durch den Ton der Stimme, Gesichtsausdruck und Körpersprache.

ÜBE DEIN STATEMENT

Bei regulären TV- oder Radio-Nachrichten hast du 15-30 Sekunden für ein Statement. Übe vor dem Ereignis, was du sagen willst. Dein Statement oder eine leichte Variation kann benutzt werden als Antwort auf jede Frage. Keiner merkt den Unterschied.

SCHREIB EINEN LESERBRIEF

Das ist ein einfacher Weg, um veröffentlicht zu werden. Kleine Zeitungen und Newsletter veröffentlichen jeden vernünftigen Brief, weil sie dann nicht erst viele Fakten untersuchen müssen. Eine der größten Bürgergruppen in den USA hat eine Studie gemacht, wonach Leserbriefe einer der effektivsten Wege waren, Politiker zu beeinflussen.

VERLASS DICH NICHT AUF DIE MEDIEN UM ZU BILDEN UND ZU ERZIEHEN

Die Massenmedien bevorzugen Unterhaltung. Wenn du eine detaillierte Information herausgeben willst, musst du das wahrscheinlich selbst tun durch Rundbriefe, Bekanntmachungen usw..

ÜBERLEGE ANDERE FORMEN DER BEKANNTMACHUNG

Lokale Fernseh- und Radio- Sender, Berichterstattung der Kommune,

DENKE DIR ANDERE MEDIEN AUS

Bedruckte T-Shirts, Buttons, Poster, Sticker, öffentliche Projektionen, Transparente an Brücken und Häusern, Notizen in den Wachräumen von

Apartmenthäusern, Abkündigungen in der Kirche, Websites, Web- Netzwerken oder Newsletter von anderen Gruppen.

VERSUCHE DIE DIREKTE ANSPRACHE

Direkt die anrufen oder denen schreiben, die die Macht haben, dass Dinge „richtig“ geschehen. Wenn du ein Problem hast, dass die Stadt betrifft und dass du nicht klären kannst, auch nicht mit der Hilfe von Angestellten der Stadt, ruf ein Ratsmitglied an oder maile ihm.

EVALUATION

Deine Gruppe wird sowohl die Projekte als auch die Prozesse auswerten müssen, wenn du die Effektivität steigern willst und auf der Spur bleiben. Unglücklicherweise evaluieren viele Basisgruppen beides selten.

WERTE NICHT AUS, WENN DU VERSUCHST ETWAS ZU SCHAFFEN.

Vermeide Evaluation und Kritik, wenn du versuchst, Ideen zu erzeugen. Wenn gerade ein Treffen moderierst, verhindere Kritik, wenn die Gruppe beim Brainstorming ist.

MACH EHRLICHE AUSWERTUNG ZU EINEM TEIL DEINER GRUPPENKULTUR

Mach es zur Gewohnheit, zu fragen, was funktioniert hat und was besser sein könnte, für die Aktion wie für den Prozess.

Vielleicht machst du am Ende einer Sitzung eine Runde um den Gruppenprozess auszuwerten.

Wenn du nicht um ein ehrliches Feedback nachsuchst, wirst du es nicht bekommen. Unzufriedene Leute werden einfach aussteigen. Um das ehrlichste Feedback zu bekommen, mache die Antworten anonym und Sorge für Antworten von Leuten außerhalb deiner Kerngruppe.

INFORMIERE DICH ÜBER DEN NUTZEN FÜR DIE MITGLIEDER

Am Ende der Aktion frage die Teilnehmer über den Nutzen.

- Hast du etwas gelernt?
- Hattest du zu viel oder zu wenig zu tun?
- Hattest du dabei Spaß?
- Fühlst du dich als Teil der Gruppe?

VERGLEICHE DIE RESULTATE MIT DEN ANGESTREBTEN ZIELEN

Ist da eine Lücke zwischen dem was geschehen ist und dem, was du angestrebt hast?

Wenn da eine dauerhafte Lücke ist, musst du überlegen, ob die Hilfe bekommst von einem professionellen Organizer. Ein anderer Weg, mit einer permanenten Lücke umzugehen, ist die Revision der Ziele.

MENSCHEN GEWINNEN

Eines der wichtigsten laufenden Aktivitäten jeder Basisorganisation ist es, mehr Leute einzubeziehen.

Dies ist nicht einfach; die meisten Leute mögen die Idee nicht, „eingebunden“ zu werden und Community- Arbeit in ihrer knappen Zeit zu machen.

Die starke Betonung des Individuums durch die moderne kommerzielle Kultur hat die Partizipationsraten bei den meisten Aktivitäten in der Community unter 5 % gebracht.

Wenn das niedrig erscheint, denk daran, dass ein paar Leute, die einem gemeinsamen Kurs für eine Aktion verpflichtet sind, verblüffende Ergebnisse erreichen können.

FORDERE MITGLIEDER AUF ANDERE EINZULADEN

80% derer die als Volunteers Community Arbeit machen, sagen, sie begannen, weil sie dazu durch einen Freund, ein Familienmitglied oder einen Nachbarn aufgefordert wurden.

GEH DAHIN, WO DIE LEUTE SIND

Anstelle zu versuchen, dass die Leute zu dir kommen, versuche zu ihnen zu gehen. Geh zu den Treffen von anderen Gruppen und zu Plätzen und Veranstaltungen, wo Leute sich treffen. Dies ist besonders wichtig, um ethnische Gruppen einzubeziehen, Jugendgruppen, Alte Menschen, und andere die wohl nicht zu dir kommen.

Lass nie eine Chance aus, Namen zu sammeln, Adressen, Telefonnummern und email- Adressen.

VERSUCHE DIE EINZUBEZIEHEN, DIE UNTERREPRÄSENTIERT SIND

Gruppen mit Minderheitssprachen, Bewohner mit geringem Einkommen, die Behinderten, die Älteren und Jugendlichen, sie alle sind tendenziell in Nachbarschaftsgruppen unterrepräsentiert. In einigen Fällen ist die Nicht-Partizipation eine Sache der Wahl– die meisten Jugendlichen die nur vorübergehend da sind, wollen sich nicht beteiligen.

In anderen Fällen schafft die fehlende Sprachkenntnis eine gefährliche Barriere zur Partizipation.

In noch anderen Fällen werden Leute übersehen. Das kann geschehen bei den Behinderten und Älteren, obwohl sie ihren unschätzbaren Wert als aktive Bürger erwiesen haben.

Hier einige Wege, die unterrepräsentierten Gruppen einzubeziehen:

- Geh in die Gruppe der Leute, die du erreichen willst und frag sie wie sie angesprochen werden wollen.
- Sprich ihre Themen an.
- Wen kennst du, der Zugang zu der Gruppe hat, die du erreichen willst. Nutze deine Beziehungen.
- Betrachte Leute mit denen zusammen arbeiten möchtest, nicht als eine „Zielgruppe“, die du an deine Seite bringen willst, sondern behandle Menschen zuerst als Menschen.
- Organisiere Projekte, die Kinder und Jugendliche zum Thema haben. Eltern von unterschiedlichen ethnischen Hintergründen und Einkommensniveaus treffen einander, wenn sie ihre Kinder begleiten.

MACHE UMFRAGEN

Umfragen sind ein guter Weg, in Kontakt zu bleiben, sie erhöhen die Partizipation und bringen neue Mitglieder. Sie zeigen, dass deine Gruppe sich auf eine breite Basis beziehen will und nicht nur auf die, die üblicherweise an Aktivitäten der Community teilnehmen.

FÜHRE HAUSTÜRGESPRÄCHE DURCH

Haustürgespräche sind die beste und älteste Methode, Leute außerhalb zu erreichen. Eine Gruppe zum Beispiel klingelt an den Türen, um die Leute zu einer Veranstaltung einzuladen. Ist keiner zuhause, hinterlässt sie einen Handzettel.

LEG DETAILLIERTE MITGLIEDSLISTEN AN

mit Namen, Adresse, Telefonnummern, Fax-Nummern, Prioritäten für lokale Verbesserungen, Beruf, persönliche Interessen, speziellen Fähigkeiten, verfügbarer Zeit; was die Person tun möchte und was nicht.

LEUTE BEHALTEN

Menschen schließen sich Community-Gruppen an um Leute zu treffen, Spaß zu haben, neue Fähigkeiten zu erlernen, ein Interesse zu verfolgen, und ihr Leben mit einem höheren Zweck zu verbinden. Sie verlassen sie, wenn sie dort nicht finden, wonach sie gesucht haben. Bürgergruppen müssen sich viel öfters fragen: Für welchen „Gewinn“ sorgen wir den Mitgliedern? Und für welche „Kosten“? Wie können wir den Gewinn erhöhen und die Kosten senken?

BLEIBT MITEINANDER IN VERBINDUNG

Regelmäßiger Kontakt ist lebenswichtig. Von Angesicht zu Angesicht ist am besten. Wenn Ihr euch trifft, ist das Zusammenkommen in der Wohnung von jemandem besser als ein Treffen in einem Saal.

BEGRÜßT NEWCOMER

Macht sie bekannt mit den Mitgliedern eurer Gruppe. Ruft Leute, die neu gekommen sind, an um sie einzuladen zu Veranstaltungen oder um Informationen weiter zu geben. Helft den Leuten einen Platz zu finden in der Organisation. Der reizvollste Ansatz ist zu sagen: „Erzähle uns die Dinge, die du gerne tust und gut tust und wir werden einen Weg finden, diese Talente zu nutzen.“ Nicht ganz so reizvoll ist zu sagen: „Hier sind die Aufgaben die wir haben, aber wie du das hinkriegst zu tun ist deine Sache“.

Ladet Neuankommlinge ein, Führungsrollen anzunehmen. Wenn dieselben Leute alles machen, fühlen sich Newcomer ausgeschlossen.

BEACHTET DEN GRUPPENPROZESS

Die meisten Freiwilligen-Gruppen achten nicht genug darauf, wie sie zusammen arbeiten. Weder sind Entscheidungsmethoden ausdrücklich festgelegt noch Rollen noch Verhalten, das allen gut tut. Einige Gruppen machen den Gruppenprozess zu einem Gesprächsthema, indem sie einen „Prozessbeobachter“ einsetzen.

DISKUTIERT DEN KONTRAKT DER GRUPPE

Reserviere Gelegenheiten, wo die Mitglieder beschreiben, was sie von der Gruppe erwarten und was die Gruppe von ihnen erwarten kann in Bezug auf Zeit und Verantwortlichkeiten. Diese Information sollte Teil der Mitgliedsliste werden.

HANDELT MEHR, TREFFT EUCH WENIGER

Die große Mehrzahl der Leute hassen Sitzungen; zu viele sind der Schwarze Tod von Community-Gruppen. Zum Vergleich: Aktivitäten wie das Pflanzen von Bäumen zieht viele Leute jeden Alters an.

HALTE DIE ANFORDERUNGEN AN DIE ZEIT MAßVOLL

Die meisten Leute führen ein geschäftiges Leben. Fordere sie nicht auf zu einer Sitzung zu kommen, wenn sie dort nicht sein müssen. Bleibt dabei, die Zahl der aktiven Mitglieder auszuweiten um zu sichern dass jeder ein bisschen macht und nicht einer das meiste. Arbeite realistische Zeitvereinbarungen für die Projekte aus.

MACHT ES ZU ZWEIT

Einer Praxis in Holland folgend, schlagen wir vor, in Paaren zu arbeiten. Es verbessert die Qualität der Kommunikation, macht die Arbeit weniger einsam und sichert, dass die Aufgaben verwirklicht werden. Ethnisch gemischte Paare (wie englisch- chinesisch/ deutsch- türkisch) können die Verbindungen zwischen den verschiedenen Kulturen pflegen. Geschlechtsgemischte Paare können die Unterschiede der Beziehung zu Männern und Frauen nutzen.

SORGE FÜR ZEITEN DES SOZIALEN KONTAKTES UND GESELLIGE AKTIVITÄTEN

Endlose Arbeit treibt Leute weg. Plane gesellige Zeit ein zu Beginn und am Ende von Meetings. Manche bilden ein Sozialkomitee um Partys zu planen, Essen und Ausflüge.

SORGT FÜR DAS TRAINIEREN VON FÄHIGKEITEN

Wenn erfahrene und unerfahrene Leute als Paar zusammen arbeiten, erhöht allein dies schon die Fähigkeiten von neuen Mitgliedern (Training-on-the-job). Training von Führungsrollen, der Moderation von Gruppen oder der Konfliktlösung rechtfertigen auch spezielle Wochenend-Workshops.

FÜHREN

Gute Führungspersonen (Leader) sind der Schlüssel zum Community Organizing. Sie sagen nicht den anderen, was sie tun sollen, sondern sie helfen anderen eine Sache in die Hand zu nehmen. Sie stellen sich nicht ins Rampenlicht, sondern stupsen andere auf die Rampe, sie sind nicht interessiert daran, die „Führer“ zu sein, sondern daran, mehr Führungspersonen zu schaffen. Sie anerkennen, dass die Organisation ihre Arbeit nur erweitern kann, wenn mehr Führungspersonen entstehen.

Formt erfolgreiche Führungspersonen:

STELLT REALISTISCHE ERWARTUNGEN AUF

Nichts ermutigt eine Gruppe mehr als erreichbare Erfolge. Der geschickte Leader steuert die Gruppe zu Dingen, die leicht erreicht werden können.

TEILE DIE ARBEIT AUF UND DELEGIERE SIE

Teilt die Arbeit auf in mundgerechte Teile und diskutiert dann, wer jeweils einen Teil durchführen will.

Sichert, dass jeder seine Aufgabe erfüllen kann und lasst sie ihn dann auf seine Weise durchführen. Sichert, dass ihr jemanden habt, die/der den Prozess beachtet. Leute fühlen sich nicht gut bei einem Job, wenn niemand sich darum kümmert, ob es klappt.

ZEIGT ANERKENNUNG FÜR DIE ARBEIT, DIE GUT GETAN IST.

Anerkennt bei Gesprächen, bei Meetings und in Rundschreiben die Bemühungen der Leute. Gebt Dank und andere Zeichen der Anerkennung. Gebt Anerkennungsschreiben und Auszeichnungen für spezielle Bemühungen. Respektiert alle Beiträge, egal wie klein sie sind.

BEGRÜßE KRITIK

Kritik zu akzeptieren mag schwierig sein für manche Führungspersonen, aber die Mitglieder müssen fühlen können, dass sie kritisch sein können, ohne attackiert zu werden.

HILF DEN LEUTEN, AN SICH ZU GLAUBEN.

Ein Leader baut das Vertrauen der Leute auf, dass sie etwas leisten können, was sie noch nie zuvor geleistet haben. Der unentwegte Optimismus eines guten Leaders gibt allen Energie.

INSPIRIERE VERTRAUEN HERVOR

Die Leute werden denen nicht folgen, denen sie nicht vertrauen. Pflegt immer ein höchstes Maß von Aufrichtigkeit.

Gute Leader bringen Zweifel über ihr eigenen potentiellen Interessenkonflikte und über ihre eigenen persönlichen Begrenzungen selbst zur Sprache.

MACHT DAS GRÖßERE ZIEL DEUTLICH

Menschen sind oft Volunteers um einem höheren Ziel zu dienen. Ein Führer sollte in der Lage sein, dieses Ziel zu artikulieren, um das als Leuchttfeuer hochzuhalten, wenn die Gelegenheit es verlangt.

Eine gute Führungsperson wird jeden Sieg an der Basis feiern als Beispiel für das, was passieren kann, wenn Leute für einen gemeinsamen Wert zusammen arbeiten.

ÜBERZEUGE ANDERE, DASS SIE FÜHREN KÖNNEN.

Mach die Praxis des Führens transparent, lade andere ein zu führen. Versuch nicht, die ganze Show zu machen, oder alles selbst zu machen. Andere werden dann weniger involviert und du wirst ausbrennen.

VERSAMMLUNGEN

Versammlungen und Sitzungen sind notwendig für die Planung und die Entscheidungen. Wie gut sie arbeiten, beeinflusst ob Leute in einer Gruppe bleiben. Alle Versammlungen sollten so lebendig sein und Spaß machen wie möglich.

DIE GRUNDLAGEN EINER VERSAMMLUNG

Legt eine günstige Zeit, Datum und Ort fest zum Treffen.

Du kannst freie Treffpunkte finden in Büchereien, Community Zentren, einigen Kirchen, Nachbarschaftshäusern, und Schulen. Manche Gruppen treffen sich in einem Lieblingsrestaurant oder Cafe.

Um eine Gruppe zusammen zu halten, entscheidet über eine regelmäßige monatliche Zeit zum Treffen oder überlegt wie ihr sonst in Kontakt bleibt. Stimmt die Tagesordnung vorher miteinander ab.

EINE GUTE TAGESORDNUNG ENTHÄLT

- Treffpunkt,
- Beginn,
- Zeit für jeden Punkt,
- Ende,
- Ziele des Treffens und
- Punkte die zu diskutieren sind.

VERLAUF

Beginnt das Meeting mit der Wahl

- eines Moderators,
- eines Berichterstatters und
- eines Zeitwächters.

Beginnt mit einer Einführungsrunde, wenn es notwendig ist.

Berichte dann über die Verabredungen von vorangegangenen Treffen.

Frag nach Ergänzungen zur Tagesordnung, dann fang an die Tagesordnung durch zu arbeiten.

Klärt bei Aktionen, wer sie ausführen wird und wie viel erreicht sein wird bis zum nächsten Treffen.

Schließlich setzt eine Zeit, einen Ort und eine Tagesordnung für das nächste Treffen fest.

HEBE DEN BEITRAG JEDES EINZELNEN HERVOR

Überlege ob zu ein Flip Chart benutzt, einen Overhaed Projektor oder ein schwarzes Brett

FOLGE DISKUSSIONSLEITLINIEN.

Regelmäßige Treffen funktionieren besser, wenn jeder einem Set von Diskussionsleitlinien zustimmt. Manche Gruppen schlagen ihre Leitlinien auf einem großen Plakat an.

- Hör auf die anderen
- Unterbrich nicht
- Frage klare Fragen
- Begrüße neue Ideen
- Erlaube keine persönlichen Attacken
- Behandle jeden Beitrag als wertvoll

ENTWICKELT EINE FREUNDLICHE KULTUR

Ermuntert Humor.

Sorgt für Getränke und Essen, oder trifft euch in einem Restaurant.

Gewährt Zeit zum Zusammensein (soziale Zeit)

ENTSCHEIDUNGEN TREFFEN

Eure Gruppe sollte Leitlinien für die Entscheidungsfindung diskutieren, eine Übereinstimmung herbeiführen und sie an der Wand anschlagen:

PROBEABSTIMMUNG

Eine Probeabstimmung heißt, dass man die Hand hebt um zu sehen, wie die Gruppe über ein spezielles Thema fühlt. Es ist ein kurzer Check, der viel Zeit ersparen kann. Wenn ihr Probeabstimmungen kontinuierlich machen wollt, verabredet eine Reihe von Handsignalen, die jeder während des Treffens nutzen kann. Diese stummen Signale ermöglichen, dass die Leute abschätzen können wie andere reagieren – von Moment zu Moment. Sie können auch für unschätzbaren Feedback sorgen für einen Sprecher, der versucht mit einer großen Gruppe zu arbeiten.

ABSTIMMUNG

Abstimmung ist eine Methode zum Treffen von Entscheidungen, die am besten geeignet ist für große Gruppen. Um große Minderheiten nicht zu befremden, könnt ihr entscheiden, dass ein Antrag nur mit 2/3 Mehrheit Erfolg hat. Alternativ dazu könnt ihr entscheiden, Abstimmungen mit Konsensverfahren zu kombinieren. Große Gruppen versuchen oft, bestehende Geschäftsordnungen zu nutzen. Einige Gruppen begrenzen das Privileg der Abstimmung auf Leute, die an drei oder mehr aufeinander folgenden Meetings teilgenommen haben.

KONSENSVERFAHREN

Ein Konsensprozess zielt darauf, die Gruppe zu wechselseitigem Einverständnis zu allen angesprochenen Themen zu bringen. Es erfordert keine Einstimmigkeit. Konsens kann länger dauern als andere Prozesse, aber es fördert Kreativität, Kooperation und das Engagement für die letztliche Entscheidungen.

Hier ein Umriss dazu:

1. Ein Antragsteller stellt das Vorhaben vor. Idealerweise wird ein schriftlicher Entwurf vor dem Treffen verteilt.
2. Die Gruppe diskutiert und klärt das Vorhaben. Keiner äußert Besorgnisse bevor die Klärung komplett ist.
3. Der Moderator fragt nach legitimen Besorgnissen (Concern) . Wenn keine da sind

fragt er, ob Konsens erreicht ist. Sind Einwände, dann →

4. Der Berichterstatter listet die Besorgnisse auf, so dass jeder sie sehen kann. Die Gruppe versucht dann diese zu lösen. Der Antragsteller hat die erste Option
 - das Vorhaben klar zu stellen
 - das Vorhaben zu ändern
 - zu erklären, warum es nicht in Konflikt ist mit den Werten der Gruppe
 - die, die Besorgnisse haben, zu bitten, sie zur Seite zu stellen: Kannst du mit dem Vorschlag leben?
5. Wenn die Besorgnisse ungelöst bleiben, fordert der Moderator auf, sie zu prüfen in Relation zu den Werten und Zielen der Gruppe; ggf. extra Sitzung
6. Frage nach Lösungsmöglichkeiten wie einem „dritten Weg“
7. Wenn die Zeit wegrennt:
 - Probeabstimmung
 - klären ob Leute ihre Besorgnisse an die Seite stellen
 - klären ob der Antragsteller den Antrag zurück zieht
 - Übereinstimmung für mehr Gesprächszeit
 - an eine Untergruppe weiter geben
 - Abstimmung mit 75 oder 90 % Zustimmung- Anforderung

Am Ende stellt der Moderator das Ergebnis klar dar.

Legitime Besorgnisse beziehen sich auf Nachteile sind für die Organisation oder Widerspruch zu allgemeinen Werten; das Konsensverfahren funktioniert nicht, wenn Besorgnisse vom Ego oder persönlichen Interessen kommen.

LEBEN MIT VERSCHIEDENEN MEINUNGEN

Du solltest keinen Konsens in Details anstreben., sondern nur zum großen Ganzen.

MODERIEREN (SINNGEMÄß FÜR „FACILITATING“)

Die Aufgabe des Moderators ist es zu helfen, dass die Gruppe einen Fortschritt macht. Gute Moderation hält eine Versammlung auf der Spur und bewegt sie nach vorne. Je mehr Leute es lernen zu moderieren, desto besser. Wenn du die Rolle des Moderators akzeptierst, musst du neutral sein. Du solltest also versuchen folgendes zu tun:

BEACHT DIE ATMOSPHÄRE DER GRUPPE

Wenn Leute gelangweilt oder unaufmerksam erscheinen, musst du das Tempo der Sitzung beschleunigen. Wenn Leute angespannt erscheinen wegen unausgesprochener Meinungsunterschiede, musst du diese Besorgnisse (Einwände) in die Öffentlichkeit bringen.

FRAG OFFENE FRAGEN

Z.B. „wir scheinen Probleme zu haben, die Sache zu lösen. Was denkt ihr, was wir tun sollten?“

FASSE ZUSAMMEN, WAS ANDERE SAGEN

Z.B. beginne „Es scheint, als wenn wir übereinstimmen, dass...“

SICHERE JEDEM EINE CHANCE ZUM SPRECHEN

Eine Möglichkeit um zu sichern, dass ruhige Leute eine Chance bekommen zu sprechen, eine Runde zu initiieren. In einer Runde gehst du rund um den Tisch und gibst dabei jedem einige Minuten um ihre Sichtweise darzustellen.

BRINGE HUMOR EIN

Es gibt kaum einen besseren Weg, um Reizbarkeit, Nörgeln oder engstirniges Benehmen zu überwinden

LERNE MIT SCHWIERIGEM VERHALTEN UMZUGEHEN:

- Ausbruch
Wenn zwei Leute in eine hitzige Diskussion kommen, fasse die Punkte beider zusammen und bring die Diskussion wieder in die Gruppe.
- Große Darstellung / Tribüne/ Fensterrede
Unterbrich die one-man-show mit einem Statement, das ihn würdigt für seinen Beitrag aber ihn bittet seinen Punkt gegenüber anderen für später zurückzustellen. Oder

unterbrich mit: „Du hast eine Menge Punkte eingebracht. Möchte jemand gerne einen davon aufgreifen?“

- Wiederholungen in einem Bericht (gebrochener Bericht)
Wenn einige immer wieder den selben Punkt wiederholen, versichere ihnen, dass ihr Punkt gehört worden ist. Wenn notwendig, frage die Gruppe ob sie erlauben wollen, dass die Person ihren Punkt abschließt
- Unterbrechung
Geht sofort dazwischen: „Halt an! Lass X beenden was sie zu sagen haben.“ Wenn notwendig bitte die Person, die dazu neigt zu unterbrechen, als Berichterstatter über das Meeting zu fungieren.
- Dauernde Kritik
Legitimiere negative Gefühle bei schwierigen Themen. Du magst vielleicht sagen: „Ja es wird schwer den Verkehrsangpass bei M zu reduzieren, aber da sind einige erfolgreiche Modelle auf die wir sehen können.“ Wenn notwendig, fordere die kritisierende Person auf, eine erreichbare Aufgabe vorzustellen.

SCHLAGE OPTIONEN VOR, WENN DIE ZEIT ZU ENDE GEHT

Identifiziere Bereiche von partiellem Konsens, schlage vor, die Fragen auf den Tisch zu legen oder schaffe einen kleinen Ausschuss um mit der Sache umzugehen zu einer Zeit, die diese sich aussuchen.

ERWÄGE EINE SCHLUSSRUNDE

Geh schnell rund um die ganze Gruppe und gib den Leuten eine Chance Sachen zu sagen, die nicht auf der Tagesordnung standen. Du kannst auch eine Runde nutzen um das Meeting auszuwerten.

GELDQUELLEN FINDEN (FUNDRAISING)

Du brauchst kein Fundraising um anzufangen deine Nachbarschaft zu organisieren. Aber du wirst Geld brauchen, um eine große Zahl von Leuten zu organisieren oder ein großes Aktionsprogramm zu starten. Wenn ihr euch entscheidet Fundraising zu machen, seid sorgfältig. Ihr könnt Geld und Zeit verlieren und Ressourcen ablenken von euren eigentlichen Zielen. Wenn du Geldquellen finden willst, hier einige Vorschläge:

INDIVIDUELLE BEITRÄGE

Wenn man die Leute vor Ort um Beiträge bittet, bringt dies Fundraising ein in den Aufbau der Community. Die Leute sind mehr verbunden mit den Gruppen, Projekten und Plätzen bei denen sie fühlen, dass es ihre eigenen sind.

Geld kann von Mitgliedschaft kommen, freiwilligen Abonnements von Rundbriefen, Sammlungen bei Meetings, Werbung an der Tür, Schenkungen, Gaben bei Gedächtnisfeiern und direkten Anschreiben.

Viele Bücher behandeln diese Ansätze. Einige Gruppen sorgen dafür, dass Spenden steuerreduziert sind, indem sie sich als gemeinnützige Vereinigung registrieren lassen.

NATURALIEN ALS SPENDEN

Suche Naturalien oder nicht-geldliche Beiträge. Dies schließt Spenden zum Drucken, Ausstattung, Möbel, Raum, Dienstleistungen, Nahrungsmitteln und Zeit ein. Lokale Geschäfte antworten gerne auf Ersuchen nach Naturalien als Spenden.

AUKTIONEN

Überleg eine „Traum- Auktion“. Elisabeth Amer schreibt in „Taking Action“: Nachbarn können ein Babysitting über Nacht für zwei Kinder spenden, ein lokales Abzeichen für deine Jacke, Käsekuchen für acht Leute, 4 Stunden Reparieren eines Hauses. Auf einer großen Community Party verkauft jeder Auktionär alle Schätze zum höchsten Gebot.

ZUSCHÜSSE VON REGIERUNGEN UND STIFTUNGEN

Bei so vielen möglichen Quellen für Unterstützung wird der halbe Kampf darum ausgetragen, herauszufinden, wer was unterstützt. Wenn du eine Möglichkeit erkannt hast, finde die

Antragsprozedur heraus. Wenn du Zuschüsse bekommen willst, musst du normalerweise einen guten Antrag schreiben. Guck nach passenden Zuschüssen. In vielen Fällen zahlt die Regierung einen Dollar für einen Dollar, den du von den Bürgern bekommst.

CASINOS/ LOTTO-GELDER

GEBÜHREN

Überlege eine Möglichkeit, Gebühren für Dienstleistungen oder Produkte zu bekommen

ZEIT SPENDEN (TIME TITHING)

Ivan Sheier, ein Experte in Sachen Freiwilligenarbeit, mag es nicht, dass man so viel Zeit und Energie mit Antragsschreiben und großen Fundraising- Aktionen verbringt. Stattdessen schlägt er Zeitspenden vor als einen ständigen Bargeldfluss.

Bei diesem System erbringen Unterstützer hochwertige Dienstleistungen. (z.B. einen Workshop durchführen, Plakate zeichnen, professionelle Unterstützung anbieten) und behalten dann nicht das Geld, das sie bekommen, sondern sie geben es, abzüglich der Aufwendungen, direkt an die Gruppe.

STRUKTUR VON BASISGRUPPEN

Sie sollten so eine kleine Struktur wie möglich haben, genau so groß, um die Ziele anzugehen. In dem Versuch, legitimiert zu werden, entscheiden sich viele kleine Gruppen dass sie mehr Struktur brauchen. Unglücklicherweise kann dies dazu führen dass sie mehr Zeit auf die Bedürfnisse der Organisation verwenden als auf den Grund, weshalb sie zusammen kommen.

NETZWERKE, KOOPERATIVEN, KOLLEKTIVE

Basisorganisationen scheinen besser zu arbeiten mit einer flachen Struktur, möglichst frei von Vorständen, Direktoren, und Posten. Dies heißt nicht die Elimination von individuellen Rollen oder Verantwortlichkeiten, sondern, dass es keine Leute mit Autorität über die Arbeit von anderen Leuten gibt. Bürgergruppen müssen den Fehler vermeiden, wenige Leute sehr stark einzubeziehen. Sie sollten danach streben, viele Leute in leichter Weise einzubinden. Flache Organisationen mit der Betonung von horizontalen Beziehungen scheinen dafür die beste Voraussetzung zu sein.

TRADITIONELLE STRUKTUR

Traditionelle Strukturen scheinen Basisorganisationen auszutrocknen. Nichtsdestotrotz werden sie nach wie vor von Dachorganisationen oft empfohlen.

Die erfolgreichsten traditionellen Organisationen haben

- eine gewählte Führerschaft
- regelmäßige Treffen
- einen Rundbrief
- Mittel zur Delegation von Aufgaben und Verantwortlichkeiten
- Training für neue Mitglieder
- Soziale Zeit zusammen
- Einen Planungsprozess
- Arbeitsbeziehungen mit „Power Players“ und Organisationen, die Ressourcen haben. (Power Player sind Leute mit der Fähigkeit Sachen zum Laufen zu bringen: Politiker, Eigentümer von wichtigen Geschäften, Medienleute, Vorstände von Ämtern, Köpfe von Gesellschaften, große Eigentümer)

GEMEINNÜTZIGE VEREINE

Verfahren und Steuerrecht

KOMITEES UND ARBEITSGRUPPEN

sind der Hauptweg, wie Arbeit geteilt wird. Sie machen es möglich, dass Sachen getan werden ohne dass jemand erschöpft wird.

Dauernde Komitees sorgen für eine laufendes Funktionieren der Gruppe. Eine breite, aktionsorientierte Gruppe muss folgende dauernde Komitees haben: Koordination/ Öffentlichkeitsarbeit / Mitgliedschaft / Außenbeziehungen / Rundbrief/ Fundraising/ Erforschung.

- Arbeitsgruppen (Task forces) arbeiten an einer speziellen Aufgabe und lösen sie danach sich auf.

Beide ermöglichen Mitgliedern, in Projekte die sie interessieren, einbezogen zu werden.

Idealerweise werden die Komitees und Arbeitsgruppen zusammengesetzt durch Leute, die von der ganzen Gruppe ausgewählt sind. Wenn die ganze Gruppe Vertrauen in eine Arbeitsgruppe hat, kann sie selbst Entscheidungen treffen. Um alle zusammen zu halten, sollten die Komitees und Arbeitsgruppen regelmäßig der ganzen Gruppe berichten.

KOALITIONEN

Wenn du ein großes Thema anpacken willst, brauchst du Alliierte. Trete an andere Organisationen heran mit der Bitte, bei ihrem nächsten Treffen über ein für die Community wichtiges Thema zu sprechen.

Für eine Koalition ist es wichtig, dass alle Teilnehmer klare Erwartungen haben und regelmäßig zusammen kommen, um eine freundliche Arbeitsbeziehung zu entwickeln. Eine Koalition arbeitet am besten, wenn sie für ein spezifisches Projekt aufgestellt ist und dann versinken darf, wenn das Projekt endet.

BEISPIELE FÜR AKTIVITÄTEN DES COMMUNITY ORGANIZING

*KOOPERATIONEN ZUM AUFPASSEN AUF
KINDER*

GÄRTEN DER COMMUNITY

KÜCHEN DER COMMUNITY

*BEOBSACHTEN UND SORGEN FÜR DEN
WOHNBLOCK*

*KRIMINALITÄTSPRÄVENTION IN DER
COMMUNITY*

PARTYS FÜR DEN WOHNBLOCK

REINIGUNGSAKTIONEN FÜR DEN WOHNBLOCK

FESTE UND AUFZÜGE

AKTIONEN ZUM IMAGE DER COMMUNITY

*AKTIVITÄTEN ZWISCHEN DEN
VERSCHIEDENEN GENERATIONEN*

UMWELT- AKTIVITÄTEN

BLOCK FÜR BLOCK ORGANISIEREN

KÜCHENTISCH- DISKUSSIONSGRUPPEN

ÜBUNGEN FÜR VISIONEN

TEILEN VON INFORMATIONEN

ORGANISIEREN ZU BRENNENDEN THEMEN

Leute organisieren sich oft um einzelnes Thema. Sie kommen zusammen, weil sie belästigt oder ärgerlich sind über Straßenprostitution, besondere Gebühren oder einen üblen Bebauungsplan. Oft ist das Thema eine geplante Veränderung für die Nachbarschaft, die als unerwünscht angesehen wird. Die, denen die Veränderung nützt, beschreiben diese Aktivitäten oft als NIBYism (Not-In-My-Back-Yard, St. Florians- Prinzip), einen selbstsüchtigen Versuch, ihren Teil der Stadt genauso zu behalten wie er ist, trotz des allgemeinen öffentlichen Guts .

Oft kann solch ein Thema dazu dienen, eine existierende Organisation zu stärken.

Organizing um ein heißes Thema kann eine Zeitverschwendung sein, wenn es zur Verhärtung von Positionen führt. Zu oft haben sich die BürgerInnen aufgerieben in Kämpfen, die vielleicht durch gemeinsame Problemlösung zu aller Zufriedenheit hätten gelöst werden können, die auf die Interessen achtet statt auf die Positionen.

Bis vor kurzem hatten die meisten Bücher über das CO einen Ansatz des Schlachtfeldes, weil er gewöhnlich der einzige Weg war, öffentliche Entscheidungen zu beeinflussen. Der Anbruch einer neuen Zeit der Kooperation zwischen Regierung und Bürgern lässt uns hoffen, dass der Runde Tisch das Schlachtfeld ersetzt.

THE CITIZEN'S LIBRARY

REVIEWS

Books on building local democracy
Books on action organizing
Books on publicity and media advocacy
Books on working with others
Books on cities and Vancouver reports
Magazines

SHORT CASE STUDIES

Best practices in citizen participation and urban governance (UNESCO)
Zusammengesellt von „UN-Habitat“ aus einer Sammlung von 700 Projekten
Beispielhaft werden Partizipationsansätze dargestellt aus: Cuba, der Türkei, Brasilien, den Niederlanden, Süd Afrika, Indien, Senegal, Kanada, Cote d'Ivoire, Finnland, Polen, Uganda, Malawi, Norwegen, Belgien, Japan, USA, Großbritannien
Stand 1996 und 1998

FULL TEXT ARTICLES

Developing a Civic Culture by Ralph Nader, 1998
Eine Kultur der Partizipation der BürgerInnen zu schaffen, war nie einfach. Aber jetzt gibt es einen größeren Bedarf nach dem Aktivismus von ermächtigten BürgerInnen als je zuvor. Ralf Nader beschreibt die tiefe Befriedigung, die entsteht, wenn die BürgerInnen ihre Ärmel hochkrepeln und sich in die Schaffung von gesellschaftlichen Alternativen einmischen.

Bowling Alone by Robert Putnam, 1995
Interview mit Robert Putnam über Amerikas abnehmendes soziales Kapital,

Serving Customers or Engaging Citizens by Frank Benest, 1996
Grassroots Rot: How community groups destroy themselves
Gruppeninterne Probleme: zu wenig Freude miteinander, zu starker Blick nach innen, Bürokratie, zu viele Sitzungen, zu wenig Aktionen, zu viel entscheiden zu wenig erfinden, zu viele Leute, die falschen Leute, zu wenig Kontakt, fehlende Ressourcen

Study on participation by the US League of Women Voters
Models of Neighbourhood Participation in Local Government, Untersuchungen von 1993 ff.
Bürgerbeteiligung in verschiedenen Städten in Kanada, den USA und Israel

Social Movements / A summary of what works (pdf) new, 2002
Ein aktueller Forschungsüberblick von Charles Dobson über die Wirkungsweise sozialer Bewegungen

IAF Organizing (pdf) new, 2002
Eine aktuelle und sehr klare Beschreibung des IAF – Ansatzes durch Charles Dobson

Creating a Community-wide Study Circles Program
Broken Windows (original article by Wilson and Kelling)
Cyber Organizing
von Randy Stoecker, dem Herausgeber von comm-org.utoledo.edu

Framing Issues in the Media (pdf) new, 2002
Wir denken meistens, es gibt eine feststehende Wirklichkeit. Wir glauben, dass die Medien Fehler machen mögen, aber im großen und ganzen die Wirklichkeit präsentieren wie sie ist. Aber die Journalisten und Herausgeber sind alles andere als objektiv. Sie konstruieren ein subjektives Bild der Realität, indem sie eine Flut von Informationen auswählen und organisieren, damit sie für sich und ihr Publikum Sinn machen. Diesen Prozess nennt man „Framing“ (Rahmung).
Die Aktivisten reagieren, indem sie diese „Rahmung“ in Bewegung setzen:

- das Thema, die Verantwortlichen und die Lösungen werden gemeinsam bestimmt;
- sie sind auf einen Konflikt konzentriert, dabei gibt es einen definierten Gegner „DIE“, und einen klar definierten Herausforderer „WIR“;
- sie starten einen moralischen Appell. „Was UNS passiert ist ungerecht, nicht fair, völlig falsch, und verletzt die sozialen Standards in jeder Hinsicht...“

Post-Alinsky Organizing by John Kretzmann

Die Natur der Nachbarschaften hat sich verändert (generelle soziale Struktur; abnehmende organisierte lokale Partizipation; Zielscheiben sind nicht mehr so sichtbar, lokal und in der Lage das zu verwirklichen, was die BewohnerInnen von ihnen fordern). Ein Organizing Prozess muss heute die Community aufbauen. Organizer, die sich den neuen Aufgaben stellen, nehmen in den Blick: 1) die lokale Nachbarschaft, 2) den öffentlichen Sektor, 3) den privaten Sektor.

Popular Governance

Ethischer Rahmen für eine Politik der Bürgerbeteiligung; der Ansatz von ONE in Chicago

Foundation Funding of Grassroots Organizations

Befragung von Basisorganisationen und Stiftungen, u.a.:

- warum bekommen die Basisorganisationen nicht mehr Geld von Stiftungen?
- warum werden einige Basisorganisationen gefördert, andere nicht?
- die Basisorganisationen beschreiben ihre „besten“ und „schlechtesten“ Beziehungen zu Stiftungen;
- die Stiftungen beschreiben ihre „besten“ und „schlechtesten“ Erfahrungen mit der Basis.

Confronting NIMBYism series

Einige Artikel, meistens von Debra Stein, zu Not-In-My-Back-Yard (St. Florians-Prinzip), u.a.

Die Ethik des NIMBYismus

Auf die Nachbarn hören und erreichen

dass die Nachbarn auf Dich hören

Traditionelle Nachbarschaften ohne

traditionellen NIMBYismus

Umgehen mit öffentlicher Wut

Wenn Nachbarn sich weigern zu

verhandeln

Opposition in der Community besiegen

Nutze Meinungsforschung um eine klare

Kommunikation aufzubauen

Lass deinen Fuß in der Tür

A List of What Works for Community

Development

von Charles Dobson, 2002: 17 Thesen:
was funktioniert beim CD

New Strategies for People Power (pdf)

Porto Alegre Special, von Hilary Wainwright, Universität von Manchester, GB

Warum eine neue Politik?

Linke Ideen zurück erobern

Die Kreativität der Praxis

Reise durch die Laboratorien der

Demokratie: Osteuropa, Brasilien,

Großbritannien, USA,

Schlussfolgerungen: im und gegen den

Staat, im und gegen den Markt, das

globale Kapital kontrollieren,

Direct Action with Hammers (news item)

Improving Mass Action Protests new

LINKS

Community Toolbox ~ a vast resource

The Control Game ~ spot PR posing as public involvement

Shelterforce magazine online ~ articles on community development

ZNet ~ articles on all aspects of social change

Civic Practices Network ~ a wealth of material

Community Development Articles, Discussion & Listserve

Public Interest Communications Toolkit

Rural Community Toolbox

Links for Building Democracy & Community

Creating Web Action Alerts

Training for Change

VANCOUVER INFORMATION

Unternehmen in Deutschland – Freunde oder Feinde der BürgerInnen-gesellschaft, Freunde oder Feinde von Community Organizing ?

von Rainer Neubauer

Wenn wir uns in Deutschland in einem – zwar mühsamen und langsamen – aber immerhin in einem Prozess der Neuorientierung und Neudefinition der Rollen der gesellschaftlichen Gruppen, also der Bürgerinnen und Bürger, Vereine und Verbände, der Verwaltung und Politik und der Wirtschaft befinden, so ist die Frage ihres Verhältnisses untereinander besonders spannend. Ebenso wie die Menschen im Lande unser extrem ausgeprägtes repräsentatives System in Frage stellen und sich nach neuen Formen direkter Einflussnahme auf Politik und Gesellschaft umschaue, unter anderem durch Community Organizing, beginnen auch Unternehmen, das Verständnis ihrer Rolle gegenüber dem Gemeinwesen zu erweitern. Im Sinne von „Corporate Citizenship“ sehen sich solche Firmen als integrierte „Bürger“ mit Rechten und Pflichten. Sie entwickeln Programme und Maßnahmen, die weit über Spenden und Social Sponsoring hinausgehen, beziehen ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein und fördern deren ehrenamtliches Engagement, arbeiten zusammen mit NGO's, sozialen Einrichtungen oder öffentlichen Institutionen (Public-Private-Partnerships). Natürlich ist dieses Engagement auch verbunden mit geschäftlichen Interessen. Aber ist das „self interest“ eines Unternehmens per se etwas Unmoralisches? Oder zeichnen sich hier Möglichkeiten für Community Organizing ab, starke Koalitionspartner für Kampagnen zu gewinnen?

In meinem Beitrag möchte ich in 6 Thesen die Entwicklung von Corporate Citizenship oder Corporate Social Responsibility beschreiben und das Verhältnis zwischen Unternehmen und Gemeinwesen diskutieren.

Die Körber-Stiftung berichtet über

„Kraftwerk Mitte“: Community Organizing in Hamburg-St. Georg

<http://www.stiftung.koerber.de/wettbewerbe/usable/projektfoerderung/index.html> (geladen 25.11.2002)

„Nichts motiviert Menschen so gut zur Aktivität wie das Gespräch unter vier Augen. Das amerikanische Prinzip des Community Organizing – eine spezielle Methode der Gemeinwesenarbeit – setzt deshalb systematisch auf die wichtigen gesellschaftlichen Akteure vor Ort, wenn es gilt, kommunale Probleme zu lösen. Die Initiative "Kraftwerk Mitte" aus Hamburg-St. Georg wurde im Juni 2002 beim Transatlantischen Ideenwettbewerb der Hamburger Körber-Stiftung für ihr Projekt im Bereich des Community Organizing ausgezeichnet.

Bei dieser Art der Gemeinwesenarbeit sprechen Bürger mit vielen einzelnen Menschen, mit Mitgliedern von Vereinen und gesellschaftlichen Institutionen. In den individuellen Gesprächen werden zunächst die Themen sondiert, die den Bürgern wichtig sind. Erst dann geht man die Probleme mit gemeinsamen Kampagnen an. Es entstehen Bürgerorganisationen, in denen viele Menschen und Organisationen dauerhaft miteinander vernetzt sind.

Frank Düchting, Leiter des CVJM in Hamburg und Initiator von "Kraftwerk Mitte", lernte gemeinsam mit einer Gruppe von bürgerschaftlich engagierten Hansestädtern aus dem kirchlichen und sozialen Bereich 1999 zwei Community-Organizing-Projekte in New York City kennen. Die Hamburger waren spontan begeistert. Der kleine Kreis von Bürgerinnen und Bürgern aus Hamburg-St. Georg, einem innerstädtischen Altbauviertel, ist nun dabei, die Organisation "Kraftwerk Mitte" nach amerikanischem Vorbild aufzubauen. Das Bündnis möchte aktiv etwas für die Verbesserung des Viertels in Bahnhofsnähe tun. Zu der besonderen Problematik hier gehören Drogenhandel und -konsum, aber auch die sinkende Anzahl von Kindern im Stadtteil.

...

Den Transatlantischen Ideenwettbewerb USable schreibt die Körber-Stiftung seit 1998 aus. Jeder, der die USA aus eigener Erfahrung kennt, kann gute Ideen einreichen, die auch in Deutschland dazu beitragen könnten, gesellschaftliche Probleme zu lösen. Pro Ausschreibung stellt die Körber-Stiftung 150.000 Euro für Preise und die Förderung der "nützlichen" (englisch = usable) Ideen zur Verfügung.

Informationen zum Projekt: Karin Haist M. A., Eveline Metzen M. A.

Transatlantischer Ideenwettbewerb USable, Körber-Stiftung, usable@stiftung.koerber.de

SEMINAR IN HERZOGENRATH VOM 22. BIS 26. APRIL 2003

WIR BRINGEN UNSEREN STADTTEIL AUF TRAB! EINE ANLEITUNG ZUM MÄCHTIGSEIN

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Familien,

ärgern Sie sich über Missstände in Ihrem Wohngebiet? Sind Sie schon in Ihrem Wohngebiet aktiv geworden? Wollen Sie mit Anderen zusammen etwas auf die Beine stellen?

Um gegen Ärger und Missstände im Wohngebiet oder Lebensumfeld aktiv anzugehen, braucht man Mut, Verbündete, Ideen, das richtige Werkzeug, Erfolgserlebnisse und Spaß an der Sache. Oft kommt es im Alltag zu neuen Fragen und vielleicht fühlen Sie sich manchmal überfordert. Nehmen Sie sich Zeit!

Wir bieten Ihnen in einem Seminar Zeit, Ihre Erfahrungen mit Anderen auszutauschen und Neues dazulernen, damit Ihre Aktivitäten zukünftig noch mehr Spaß machen und die Bemühungen erfolgreicher werden. Unser Thema ist:

Wir bringen unseren Stadtteil auf Trab!

Willkommen sind alle, die schon aktiv mit Anderen im Stadtteil und Lebensumfeld arbeiten und Menschen, die Lust haben sich zu organisieren um etwas Neues zu bewegen.

Wir wünschen uns, dass sowohl MitarbeiterInnen, die dies hauptamtlich als auch MitarbeiterInnen, die dies ehrenamtlich tun aus denselben Projekten zum gemeinsamen lernen teilnehmen.

Beim Seminar soll das Vergnügliche nicht zu kurz kommen. In der Mittagspause, an Nachmittagen oder nach dem Abendessen bleibt Zeit für Ausflüge, Gespräche am Tresen, die Sportschau, Spiele mit und ohne Kinder, usw..

Es laden ein:

**Forum für Community Organizing e.V. (FOCO)
Oswald-von-Nell-Breuning-Haus (Bildungsstätte
der KAB u. CAJ)**

Birgitta Kammann, Seminarleiterin

Thomas Behrendt, Seminarleiter

Josef Meiers, Oswald-von-Nell-Breuning-Haus

Preise in €:

Hauptamtliche 280,-

Ehrenamtliche 140,-

Kinder 70,-

Anmeldung beim

Oswald-von-Nell-Breuning-Haus

Josef Meiers/Regina Nickel

Wiesenstraße 17

52134 Herzogenrath

Tel.: +49 (0)2406/95580

Fax: +49 (0)2406/4632

E-mail: josef-meiers@nell-breuning-haus.de

Internet: www.nell-breuning-haus.de

Informationen auch bei Birgitta Kammann,

bika@yahoo.de

Bildungsurlaub

Das Seminar ist nach § 9 des Arbeitnehmerweiterbildungsgesetz NRW (AWbG) anerkannt. Es können beim Arbeitgeber 5 Tage Bildungsurlaub beantragt werden. Wenn Sie dies möchten, vermerken Sie es bitte auf Ihrer Anmeldung. Sie erhalten dann von uns eine entsprechende Mitteilung für den Arbeitgeber. Der Bildungsurlaub muss so früh wie möglich, mindestens 4 Wochen vor Beginn der Maßnahme beim Arbeitgeber beantragt werden.

Der foco- Mitgliedsbeitrag beträgt für Einzelmitglieder €26,00, bei Einzugsermächtigung €24,00.

In ihm ist der Bezug des Rundbriefs enthalten. Der Rundbrief kann- zum gleichen Preis- auch ohne Mitgliedschaft bezogen werden.

Forum Community Organizing e.V., Sparkasse Düren, BLZ 39550110, Konto 5364625 Stichwort Beitrag/ Rundbrief

Bestellungen und sowie formlose Einzugsermächtigungen mit Adresse und Bankverbindung bitte an Lothar Stock, Hanauer Str. 4, 63075 Offenbach stock@sozwes.htwk-leipzig.de