

Markt- und Situationsanalyse Community Building

Für eine Markt- und Umfeldanalyse im Kontext der Entwicklung eines Kurses in Community Building für eine nachhaltige Entwicklung haben wir im Zeitraum von April bis Oktober 2019 rund fünfzig Interviews geführt. Dabei wurden von uns viele Akteure im Bereich Community Building sowie Nachhaltigkeitsverantwortliche von Gemeinden, Städten und Bundesämtern interviewt.

Mit folgenden Personen wurden Interviews geführt:

Mit den Vertreter/-innen von zwölf Organisationen und Firmen, die im Community Building tätig sind oder diese Methodik einsetzen: Bon Netz Bon Basel, Energietal Toggenburg, Ernährungsforum Zürich, Ernährungsrat Region Biel, Inspire 529, KISS Zeitvorsorge, Luzern im Wandel, Ostsinn, Quartierstrom Schwemmiweg Walenstadt, Transition Bülach, Transition Wädenswil, Vorwärts Beo (Transition Berner Oberland).

Mit den Vertreter/-innen folgender Bundesämtern oder Verbänden: Bundesamt für Kultur (Solarkultur), Bundesamt für Energie, Bundesamt für Raumentwicklung, Bundesamt für Umwelt, Direktionsstelle Agenda 2030, Staatssekretariat für Wirtschaft (Standortförderung sowie Digitalisierung), Staatssekretariat für Forschung, Bildung und Innovation, Gemeindeverband, Städteverband, Trägerverein Energiestadt, Regiosuisse, Netzwerk der kantonalen Nachhaltigkeitsfachstellen, Education 21.

Mit den Vertreter/-innen von zehn Gemeinden, Städten oder Regionen: Aarau, Baden, Basel, Bern, Biosphäre Entlebuch, Illnau-Effretikon, Ittigen bei Bern, Riehen, St. Gallen, Winterthur.

Mit zehn Privatpersonen, die sich aufgrund des Newsletters des Thinkpact Zukunft und des Impact Hub Zürich gemeldet haben. Wir haben darin nach potentiellen Interessenten für das Kursangebot gesucht.

Mit sieben Personen aus dem Bildungsbereich, die bei folgenden Institutionen oder Firmen arbeiten: Fachhochschule St. Gallen, Zentrum für Gemeinden (Fachhochschule St.Gallen), EB Zürich, Universität Bern, nota bene, Tiefgrün, Morpheus.

Bedeutung von Community Building für die nachhaltige Entwicklung

Fast alle Interviewpartner messen der Methode des Community Building für die nachhaltige Entwicklung eine grosse oder sehr grosse Bedeutung zu.

«Ich denke, es ist sehr viel auf der Ebene von Community Building entstanden. Sei es von Organisationen oder Einzelpersonen. Das ist ein starker, innovativer Treiber wenn es um Neuerungen geht. Darum schätze ich die Wichtigkeit als sehr hoch ein.»

Till Berger, stellvertretender Sektionschef beim Bundesamt für Raumentwicklung ARE

«Die Kommunikation und der Einbezug der Bevölkerung ist ein wichtiger Bestandteil im Energiestadtprozess und bei der Erreichung der Energie- und Klimaziele. Dafür können Community Building und partizipative Methoden sehr hilfreich sein»

Thomas Fink, Geschäftsstelle Trägerverein Energiestadt

Marktpotential für einen Kurs in Community Building

Das Marktpotential für einen Kurs in Community Building wird von den Interviewten als entweder hoch oder mittel eingeschätzt. Einige Personen sind aber der Meinung, dass es noch viel mehr Bewusstseinsbildung braucht, um dieses Potential zu erkennen und nutzen.

Vor allem Personen, die bei zivilgesellschaftlichen Organisationen (10 von 12) engagiert sind oder sich als Privatpersonen für Community Building im Bereich Nachhaltigkeit einsetzen wollen (6 von 10), sind interessiert, den Kurs zu besuchen. Viele wünschen sich eine Zeitdauer des Kurses von zehn bis zwanzig Tagen. Am meisten Anklang finden Blöcke von zwei Tagen (favorisiert: Freitag, Samstag). Eine enge Verzahnung mit dem eigenen Projekt halten sie für sehr sinnvoll. Als möglichen Hinderungsgrund, den Kurs zu besuchen, wurden von von einigen Personen die anfallenden Kosten genannt.

Bei den Nachhaltigkeitsverantwortlichen von Gemeinden und Städten gibt es auch einige, die Interesse haben, einen solchen Kurs zu besuchen (3 von 10). Den Kurs wünschen sie sich aber sehr konzentriert. Mehr als zwei bis vier Tage könnten sie nur dann investieren, wenn sie den Kurs in der Freizeit besuchen würden. In ländlichen Regionen werden es aktuell vermutlich keine Gemeindeangestellten sein, die den Kurs besuchen, sondern Vertreter/-innen von überregionalen Zusammenschlüssen wie der Biosphäre Entlebuch oder Energieregionen.

Eine weitere wichtige Erkenntnis aus den Interviews ist, dass Gemeinden und Städte tendenziell eher daran interessiert sind, Community Building als Dienstleistung einzukaufen. So kann es für uns interessant sein, die Leute auszubilden, die Community Building als Dienstleistung anbieten. Aktuell eignen sie sich dieses Know-how meist autodidaktisch oder im Kontext von Master- oder Bachelorarbeiten an, wie einige der Interviewpartner/-innen. Es besteht aber auch dann noch Interesse, eine entsprechende Ausbildung zu besuchen, wenn bereits viel Erfahrungswissen vorhanden ist. Dies mit dem Ziel, einen Abschluss vorweisen zu können.

Bei der Frage nach ähnlichen Ausbildungen gab es rund zwanzig Nennungen. Dabei wurde aber keine einzige mehr als einmal genannt. Es gibt keine andere Ausbildung, die so fokussiert ist auf Community Building im Bereich Nachhaltigkeit mit dem Ziel, die ganze Bevölkerung zu aktivieren. Wir gehen daher davon aus, dass es keine andere Ausbildung gibt, die in direkter Konkurrenz zu dem von uns geplanten Kurs steht.

Abschliessend lässt sich die Schlussfolgerung ziehen, dass es eine Zielgruppe für den Kurs Community Building gibt. Viele der Interessierten wünschen sich als Kursteilnehmer/-innen einen Mix von Personen aus verschiedenen Bereichen (Verwaltung, Transition-Initiativen, Energieregionen, Ernährungsräten, NGO's, etc.).

Wie die Zielgruppen angesprochen werden können

Die Zielgruppe der «Change Maker» kann über entsprechende Portale, wie das des Impact Hub oder über den Thinkpact Zukunft erreicht werden. Wertvoll ist sicher auch der WWF, der mit dem «One Planet Hub» nächstes Jahr ein Projekt für die «Macherinnen und Macher»

lancieren wird. Sie kommunizieren über ihre Kanäle bereits zum Zeitpunkt der Fertigstellung dieses Berichts (Dez 2019) den eintägigen Kurs im Februar 2020, den sanu in Zusammenarbeit mit uns anbietet. Zudem haben die Bundesämter zunehmend Kontakt mit den Macherinnen und Machern von Community Building-Projekten, die für Unterstützung (Know-how, Finanzen) anfragen. Es besteht die Bereitschaft, das Kursangebot zu kommunizieren.

Die Nachhaltigkeitsverantwortlichen von Gemeinden, Städten, Kantonen und dem Bund können über die Kommunikationskanäle von sanu angesprochen werden. sanu als Institution geniesst bei dieser Zielgruppe ein grosses Vertrauen, wie die Interviews gezeigt haben. Weiter wird es möglich sein, über verschiedene Bundesämter und vermutlich auch über den Gemeinde- und Städteverband die Zielgruppe der Gemeinden und Städte anzusprechen. Dafür können auch bestehende Plattform-Veranstaltungen genutzt werden. Viele der aktiveren Städte tragen das Energiestadt-Label. Auch diese Kanäle werden zur Verfügung stehen.

Die NGOs, deren Angestellte auch eine Zielgruppe sind, können über die Plattform Agenda 2030 und Verbände wie z.B. die Umweltallianz oder den Gewerkschaftsbund erreicht werden. Der Thinkpact Zukunft ist in diesem Umfeld gut vernetzt.

Auch immer wieder genannt wurden Unternehmen, die durch flachere Hierarchien und Kreislaufwirtschaft zunehmend mehr Know-how im Bereich Community Building brauchen. Wir gehen aber in der Tendenz eher davon aus, dass das Wissen für sie passend aufbereitet werden muss. Dies könnten wir zusammen mit einer Partnerinstitution tun.

Charakter des Angebotes

Verschiedentlich wurde gewünscht, dass wir nicht nur eine Ausbildung, sondern zusätzlich eine Plattform entwickeln sollen, die einen Austausch unter den Akteuren ermöglicht. Dies soll ein Hub sein, der auch Beratung anbietet. Wenn ein solcher ergänzend zu einem Kurs entwickelt werden soll, stellt sich dafür aber auch die Finanzierungsfrage, da dies nicht ohne zusätzliche Mittel geht. Der Kursinhalt soll partizipativ weiterentwickelt werden. Es können Werkschauen und Exkursionen organisiert werden. Und es sollen Alle von Allen lernen können. Ein Themenspeicher wird als wichtiges Instrument bei der Durchführung des Kurses erachtet – die Teilnehmer/-innen sollen immer wieder gefragt werden, ob es offene Fragen oder Anliegen gibt. Auch wurde die Frage gestellt, ob gewisse Inhalte digital in Form von Webinaren aufbereitet werden können.

Umfang und Ausrichtung des Kurses

Das Interesse an möglichen Kursinhalten wurde mit den Interviews sehr detailliert abgefragt. Am meisten Interesse gibt es an kollaborativer Wirtschaft und entsprechender Best Practice (8.4 auf einer Skala von 10). Ebenfalls auf grosses Interesse stösst Fachwissen zu Community Building und die Umsetzung im Kontext von Transition Towns, Ernährungsräten, Energieregionen, etc. (7.9 von 10). Ferner stossen die verwandten Themen Partizipation und Grossgruppenmethoden (7.8) sowie Kommunikation und Konfliktmoderation (7.9) auf Anklang.

Stark bewegt auch die Frage, wie verschiedene Bevölkerungsschichten erreicht werden können und inwiefern Migrations- und Genderthemen eine Rolle spielen (7.8). Die weiteren

abgefragten Themen mit ihren Durchschnittswerten sind folgende: Fundraising: 7.3, Nachhaltige Entwicklung und Politik: 7.1, Marketing: 7.1, Organisationsentwicklung: 7.0, gesellschaftlicher Wandel: 6.8, Organisationsrecht: 6.5 (hier auf andere verweisen) und Soziologie: 5.7.

Weitere Vorschläge, die sich zum Teil innerhalb der obigen Themen abhandeln lassen, sind: Welche Narrative funktionieren, effektive Lösungen für eine CO₂-arme Gesellschaft, Spiral Dynamics (wie können verschiedene Bevölkerungsgruppen angesprochen werden), Zeitmanagement und Burnout-Prävention, Effectuation (Arbeitsmethode), Mailchimp für Newsletter-Versand, Evaluationsmethoden, Akteursanalyse, neue Formen von Freiwilligenarbeit (Studie GDI), wie funktioniert eine Stadtverwaltung (gutes Beispiel: Winterthur), Entscheidungsfindungsmethoden, wie können Projektstart, Zwischenschritte, Jubiläen, etc. gefeiert werden.

Die Umsetzung eines Projektes und Praxisbezug werden von allen als sehr wichtig eingestuft. Es wurde von mehreren Personen vorgeschlagen, dass diese mit der Bewerbung für den Kurs bereits genannt und geprüft werden. Selber erachten wir zudem die Fähigkeit zur Selbstreflexion als ein wichtiges Kriterium für die Zulassung zum Kurs. Die meisten der interviewten Privatpersonen bringen eine eigene Projektidee mit.

Im Kurs ist die Vermittlung von Wissen in Projektmanagement angedacht, die bei der Umsetzung der Projekte angewandt werden kann. In Lerngruppen oder Coaching-Netzwerken soll Intervision (kollegiale Beratung) stattfinden. Diese Gruppen können über das Kursende hinaus aktiv sein. Als einen wertvollen Vorschlag erachten wir es, dass bei den Projekten Meilensteine einzubauen sind, so dass die Reflektion zu diesen Zwischenzielen zur Beurteilung herbeigezogen werden können, wenn es darum geht, den Kurs abzuschliessen.

Kursleitung

Heidi Hoffmann; Bereichsleiterin Beruf und Umwelt, sanu.

Mögliche Fachexpertinnen und Fachexperten

Manuel Lehmann; Soziokultureller Animator (Hochschule Luzern), Kursleiter SVEB 1 (EB Zürich), Grossgruppenmethoden (frischer wind). Buch «Kollaborativ Wirtschaften. Mit der Methode des Community Organizing zu einer zukunftsfähigen Ökonomie.» (oekom),

Claudio Harder; Gemeinwesenarbeiter, Organisationsentwickler, Dozent, Effectuation-Experte

Martina Wyrsh; dipl. Umweltingenieurin, Geschäftsinhaberin tiefgrün, Mitgründerin Verein Hochneun in Albisrieden, Zürich

Weitere Macher/innen, die für Referate eingeladen werden können, sind im weiteren Prozess zu evaluieren.

Eine Person für den Bereich Social Media

Anerkennung der Ausbildung

Die Anerkennung der Ausbildung wird von je etwa gleich viel Personen als von hoher Wichtigkeit, von mittlerer Wichtigkeit und als wenig wichtig eingestuft. Viele erwähnen, dass sie die Ausbildung aus intrinsischer Motivation machen würden. Die Ausbildung wird als vertrauenswürdig eingestuft, so dass keine der befragten Personen eine staatliche Anerkennung der Ausbildung als zwingend erachtet. Wie Abklärungen beim Bund ergeben haben, ist der Prozess hin zu einer staatlichen Anerkennung sehr aufwändig.

Community Building in der Schweiz heute

Es war auch ein Ziel der Umfrage, herauszufinden, wo das Community Building mit Fokus Nachhaltigkeit in der Schweiz heute steht. Es hat sich gezeigt, dass es einige Leuchtturmprojekte gibt, die eine gewisse Ausstrahlung haben und national oder sogar international wahrgenommen werden (z.B. Energietal Toggenburg, Ernährungsforum Zürich). Praktisch alle interviewten Akteure beim Bund setzen grosse Hoffnungen in entsprechende Projekte. Sobald eine Anfrage von einer zivilgesellschaftlichen Organisation für eine Zusammenarbeit kommt, ist das Interesse in der Politik und Verwaltung für eine Zusammenarbeit sehr hoch, wie wir aus unserer Erfahrung wissen. Auch die interviewten Akteure machen diese Erfahrung.

Wie aber eine Studie der Universität Bern (Analyse von freiwilligen Angeboten mit einem Bezug zu suffizientem Verhalten, Auftraggeber Stadt Zürich) ergeben hat, sind es gerade die Community Building-Projekte wie Transition Towns, Energieregionen, Ernährungsräte, etc., die bis heute Mühe haben, Finanzierung zu finden. Auch diese Erkenntnis deckt sich mit den Auskünften aus den Interviews. Eine Finanzierung nur über Mitgliederbeiträge reicht nicht aus, wenn es darum geht, eine Geschäftsstelle zu betreiben. Und ohne eine solche und nur mit Freiwilligenarbeit sind die Möglichkeiten sehr beschränkt.

Die vorhandenen Fördermöglichkeiten bei Bund, Kantonen, Städten und Gemeinden sind häufig zu klein. Vielfach ist es so, dass die Möglichkeiten für Unterstützung in Bezug auf Sachkosten, Raummieten, Flyers etc. ausreichen, aber nicht für eine finanzielle Entschädigung der Personen, die die Fäden zusammenhalten. Die Projekte bauen immer auch auf Freiwilligenarbeit auf; dies ist im Community Building selbst angelegt. Wenn es aber keine hauptverantwortliche Personen gibt, die Teilzeit arbeiten können, sind die Ressourcen häufig zu knapp, um die Potentiale voll auszuschöpfen. Gemeinden und Städte können oder wollen also ganz häufig nur Projektfinanzierung machen und keinen Beitrag an eine Grundfinanzierung der Organisationen leisten.

Stiftungen machen Anschubfinanzierung für maximal zwei oder drei Jahre und dies häufig auch nur, wenn die Projekte Pilotcharakter haben. Eine Geschäftsstelle, die ein sich ständig wandelndes Netzwerk pflegt und erfolgreiches Community Building betreibt, nur indirekt über die Durchführung von gemeindefinanzierten Projekten zu betreiben, ist nicht möglich. Dafür ist der Aufwand zu gross. Ohne diese Grundlagenarbeit sind aber konkrete Projekte gar nicht oder nur beschränkt möglich. So werden die Macherinnen und Macher zur Freiwilligenarbeit «gezwungen». Die intrinsische Motivation ist häufig so gross, dass dies in Kauf genommen wird. Es wird von den Personen aber auch wahrgenommen, dass die Potentiale so nicht ausgeschöpft werden können. Dies führt zu Frustrationen bis hin zu

Burnout-Gefährdung, da die Sinnhaftigkeit der eigenen Arbeit wegen den begrenzten Ressourcen in Frage gestellt wird bei zugleich sehr hohem Engagement. Bis jetzt gibt es kaum Community Building-Organisationen in der Schweiz, die diese Problematik auflösen konnten und über genügend finanzielle Unterstützung seitens der Städte, Gemeinden oder längerfristig von Stiftungen verfügen.

Einige der Aussagen im Rahmen der Interviews waren sehr aufschlussreich. So fragen sich einige der Expertinnen und Experten, ob es einen Konstruktionsfehler in der Förderpolitik gibt, dass man so stark auf Innovation setzt, sodass gute Ansätze keine Verbreitung erfahren können. Zudem müssen die Gesuche häufig sehr spezifisch sein und z.B. auf Energie oder Ernährung fokussieren. Ganzheitliche Ansätze wie Transition Towns werden zwar als äusserst wertvoll wahrgenommen; für Förderung sind sie aber sowohl bei Stiftungen wie bei Bundesämtern häufig zu wenig eingegrenzt.

Nach unserer Wahrnehmung braucht es eine politische Legitimation, damit die nötigen Mittel gesprochen werden können. Es gibt bis jetzt kein Beispiel in der Schweiz, bei dem sich Personen aus der Verwaltung erfolgreich bei der Politik dafür eingesetzt haben, dass ihre Partnerorganisationen aus der Zivilgesellschaft eine ausreichende Grundfinanzierung erhalten. Und die finanziellen Beiträge, die die Verwaltung sprechen können, reichen für die Arbeit nicht aus. Die Budgetobergrenze liegt oftmals bei CHF 20'000. So müsste der "lange Weg" über die Legislative gegangen werden. Und diesen Weg scheuen die Projekte und teils wird ihnen von Personen aus der Verwaltung sogar davon abgeraten.

Eine Hauptzielgruppe für den Kurs sind die Vertreter/-innen von Organisationen wie Transition Towns und Privatpersonen, die eigene Projektideen haben. Wie die Interviews gezeigt haben, ist es bei dieser Zielgruppe der finanzielle Aspekt, der sie daran hindern könnte, den Kurs zu besuchen. Oft freiwillig sehr engagiert, haben sie meist die Lohnarbeit reduziert und müssen mit dem Geld haushälterisch umgehen. Es ist zu prüfen, ob einer oder mehrere Budgetposten (beim Bund oder mit einer Stiftung) geschaffen werden können, die hier unterstützend wirken. Dem könnte sich ein Nachfolgeprojekt annehmen.

Eine breite Skalierung von Projekten im Bereich Community Building ist unter diesen Voraussetzungen kaum möglich. Hier liegt ein grosses Potential brach, um die SDGs zu erreichen und die breite Bevölkerung anzusprechen. Zivilgesellschaftliche Organisationen können mittels einer Aktivierung der Bevölkerung mit der Methode des Community Building etwas leisten, was Gemeinden und Städte nicht können. Über das Aufzeigen von alternativen, attraktiven Handlungsoptionen werden Verhaltensänderungen bei der Bevölkerung angeregt. Der Widerstand wäre zu gross, wenn die Gemeinden dies versuchen würden. Es hat seine Gründe, wieso Suffizienz innerhalb der Verwaltung als schwer vermittelbar betrachtet wird. Es funktioniert also viel besser, wenn sich zivilgesellschaftliche Initiativen dafür einsetzen und Städte und Gemeinden unterstützend wirken, damit die Initiativen die nötige Reichweite erreichen. Es funktioniert aber auch top down, wenn Community Building ein wichtiger Bestandteil ist, die Leute mit ihren Anliegen abgeholt werden und daraus Engagement in Projekten entsteht. Dafür kann ein partizipativer Prozess durchgeführt werden und vielleicht entsteht daraus eine zivilgesellschaftliche Organisation, die gewisse Aufgaben übernimmt.

Wir haben aufgrund von den Erkenntnissen, wie schwierig eine Finanzierung ist, bereits relevante Akteure zu einem Treffen im Februar eingeladen. Viele von diesen wurden auch interviewt. Darunter auch der WWF, der mit dem «One Planet Hub», die Skalierung von Projekten kollaborativer und nachhaltiger Wirtschaft wie auch Community Building-Projekten vorantreiben will. An dem Treffen werden wir die Ergebnisse dieser Umfrage präsentieren und gemeinsam nach möglichen nächsten Schritten suchen.

Wir haben zudem die Fühler bereits zu politischen Parteien und dem VPOD ausgestreckt. Durch die Interviews haben wir auch wertvolle Hinweise erhalten, wer als Verbündeter in Frage kommt und wer potentieller Verbündeter für einen weiteren Prozess sein könnte. Um dieses Potential auszuschöpfen, braucht es aber ein Nachfolgeprojekt. Von grossem Nutzen sind während den ersten Jahren, in denen der Kurs angeboten wird, finanzielle Mittel für Netzwerkarbeit, Lobbying und Marketing. Dies bis sich der sehr neue Bereich des Community Building im Kontext der nachhaltigen Entwicklung mehr etabliert hat. Dafür werden wir im ersten Halbjahr 2020, vermutlich zusammen mit anderen Organisationen, auf verschiedene Stiftungen zugehen.

Klimafond des Bundes?

Perspektiven

Allgemein ist das Interesse an einem Kurs im Bereich Community Building gross. Auch wenn die Bereitschaft Projekte im Bereich Community Building zu finanzieren noch in Diskrepanz steht zur Bedeutung, die dem Bereich attestiert wird, möchten wir trotzdem darauf setzen, einen Kurs zu entwickeln. Die Projekte, die im Praxisteil umgesetzt werden, können in einem ersten Durchgang von ihrem Umfang her auch so gestaltet werden, dass diese mit nur wenig oder keiner Finanzierung auskommen.

Der Zielgruppe der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Gemeinden und Städten im Bereich Nachhaltigkeit würde eine Kursdauer von zwei bis vier Tagen entsprechen. Der Fokus soll auf kollaborativer Wirtschaft und Community Building liegen. Der Praxisbezug der Lerninhalte erachten wir als sehr wichtig. Bei einer so kurzen Kursdauer kann jedoch nur begrenzt Coaching für die Projekte angeboten werden und die Eigenreflektion zu den Projekten kann nicht prüfungsrelevant sein. Aus der Umfrage festzuhalten ist der Umstand, dass es in der Verwaltung Personen geben dürfte, die Interesse an einem längeren Kurs haben und Vertreter/-innen zivilgesellschaftlichen Organisationen, die einen Kurs von wenigen Tagen besuchen wollen.

Mittelfristig könnte ein Kurs angeboten werden, der zehn bis zwanzig Tage dauert und darauf angelegt ist, Wissen für die Macherinnen und Macher zivilgesellschaftlicher Projekte zugänglich zu machen. Bevor es an die Umsetzung gehen würde, soll geprüft werden, inwiefern Webinare (Online-Unterricht) entwickelt werden können und zugleich ein Hub oder ein Netzwerk geschaffen werden kann. Die Teilnahme am Kurs selber würde am Besten mit einer ausreichenden Finanzierung für Community Building im Bereich Nachhaltigkeit in Verbindung stehen. Diese könnte eine Stiftung sein oder eine Förderung beim Bund unter Einbezug von Gemeinden und Städten. Wer Unterstützung erhält, ist dazu

angehalten, den Kurs zu besuchen. Es ist absehbar, dass in Zukunft mehr Geld für die nachhaltige Entwicklung zur Verfügung stehen wird durch die ambitionierten politischen Ziele. Wir wollen uns dafür einsetzen, dass ein Teil für Community Building eingesetzt wird. Zu prüfen sind neue Modelle wie Crowdfunding, Pay-what-you-want-Modelle, Geschenkökonomie sowie Komplementärwährungen.

In den Interviews wurden einige Möglichkeiten genannt, wo wir unser Wissen in einem anderen Kontext als dem des Kurses einbringen können, wie zum Beispiel beim Trägerverein Energiestadt, in der Regional- und Stadtentwicklung oder bei den Bachelorstudiengängen in Sozialer Arbeit (Gemeinwesenarbeit, Soziokulturelle Animation). Letzteres tun wir bereits heute.

Und sicher bleibt es beim Thinkpact Zukunft, wie bereits erwähnt, ein grosses Thema, wie Projekte im Bereich Community Building skaliert, respektive in andere Regionen getragen werden können. Wir sehen es als eine grosse Chance, auf diese Potentiale aufmerksam zu machen und weiter an unserem Netzwerk zu bauen.

Manuel Lehmann für den Thinkpact Zukunft im Dezember 2019

Folgender Teil ist nur für den internen Gebrauch gedacht und wird sanu und uns zur Verfügung stehen.

Marketing/Kommunikationskanäle

Mögliche Kanäle: Standortförderung / Start-Up-Förderung / Kantonale Stellen Wirtschaftsförderung / Nachhaltigkeitsfachstellen (Liste ARE auf Webseite) / Social Media / Transition Schweiz (<https://www.facebook.com/groups/311064289044456/>) Impact Hubs / Collaboration helvetica / Forum Raumentwicklung (ARE) / Bundesamt für Energie: Netzwerk Energieregionen (25 Mitglieder, haben ein Treffen pro Jahr) / Netzwerk Smart Cities (drei Treffen pro Jahr; möglich dort die Methode und den Kurs vorzustellen) / Gemeindeverband macht bereits heute auf die sanu-Kurse aufmerksam. 10 x jährlich erscheint die Zeitschrift "Schweizer Gemeinde" / WWF / Netzwerk kantonale Nachhaltigkeitsfachstellen: Schriftliche Weiterleitung an Mitglieder, Plenarveranstaltungen / Netzwerk Nachhaltige Quartiere (Städteverband) / Forum Nachhaltige Entwicklung (Städteverband, ARE) / Abteilung Kommunikation BAFU (Martin Reymond) / Polesud.ch / umweltprofis.ch / <https://regiosuisse.ch/uebersicht-aus-und-weiterbildungsangebote/> / OZG - Ostschweizer Zentrum für Gemeinden (Lineo Devecchi, Co-Leiter des OZG: lineo.devecchi@fhsg.ch, +41 71 226 18 58 / Zeitschriften, Messen, Infoveranstaltungen / Fachfrauen für Umwelt / Oebu / Zeitschriften Bund / Veranstaltungshinweise Umweltpraxis / Smart City Hub / Umweltblog Stadt Baden / Markthalle Basel / Fachhochschulen / Stadtteilsekretariate Basel / BaselWandel / Webseite Umwelttage Basel / Forum21, Illnau-Effretikon (Yves Grünwald) / Bei den Stadtschreibern - häufig die wichtigste Person in einer Gemeinde / Newsletter von Gemeinden / Über Quartiervereine und zivilgesellschaftliche Gruppierungen / Quartierchat Mehr als Wohnen / Transition Zürich / Berufsverbände / Transition- Network D/A/CH (haben einen Help-Point) / Urban Agriculture Basel / Fachstelle Energieregionen / Kirchen

Eine Idee: Portraits machen von Leuten, die die Ausbildung machen oder bereits heute Community Builder sind. Ehemalige als Community und als Ressource für das Marketing nutzen.

Mögliche Partnerschaften (Marketing oder darüber hinaus)

Folgende Bundesämter oder Organisationen können sich eine Zusammenarbeit vorstellen.

WWF: Patronat

Bundesamt für Raumentwicklung: Patronatgeber = wenn wir mit dem Kurs darlegen können, um Nachhaltigkeitsinitiativen zu multiplizieren, kann es auch finanzielle Unterstützung sein. Maximal 20'000 Fr. ARE-Logo darf verwendet werden. Drittens Kommunikation. Viertens inhaltliche Unterstützung: Wo hat es welche Inhalte. Oder man schreibt ein Editorial.

Bundesamt für Energie: Offen für eine Zusammenarbeit, können bei Projekten Fachpersonen Partizipation beziehen. Unsere Unterlagen (Kompetenzzentrum) können zugestellt werden.

Bundesamt für Migration

<https://www.ekm.admin.ch/ekm/de/home/projekte/citoyen.html>

Städteverband: Ev. Patronat (gibt einen definierten Ablauf mit sanu). Haben eine Plattform, um es vorzustellen.

Der Trägerverein Energiestadt verweist häufig auf sanu. Können dies auch in dem Fall tun.

Trägerverein Energiestadt: Wir beraten Gemeinden, wie sie Energy Attractors unterstützen können. Eventuell können wir uns einbringen bei der Weiterentwicklung des Katalogs, der den Gemeinden abgegeben wird. Wir wissen noch nicht, wie das Thema Suffizienz einbringen. Wir brauchen da auch Inputs von extern.

Community Building als Teil des Gemeindeprofilographs (Marc Münster, sanu)? Einbringen bei der Projektmanagement-Ausbildung von sanu?

Hochschule St. Gallen, Zentrum für Gemeinden (Stefan Tittmann): Kooperation würde zur Ausrichtung passen.

Austausch zwischen Collaboration helvetica und futurecamp beim Aufbau der Lerninhalte. Unterstützung für future camp für die Entwicklung ihres Angebotes.

Zusammenarbeit mit We Rise, um die Inhalte für Firmen zu adaptieren.

Unklar, nachhaken:

Netzwerk der kantonalen Nachhaltigkeitsfachstellen

Gemeindeverband

Büro Landplan und Gemeinde Köniz mit Daniel Gilgen - Ausschreibung ARE, Projekt

Abklären, noch anfragen (Tipps von Interviewpartner):

Pioneers of Change

Collaboration helvetica

Kirchen könnten wichtige Partner sein für Transition Initiativen.

Development Network Switzerland - supporten stark die Living Labs

Rotary & Lions Clubs

Dr. Basil Bornemann, Universität Basel

Age Stiftung, Göhner, Avina, Stiftung Beisheim. Ev. Walder Stiftung.

Oliver Sachs oder Rebecca Panian als Filmemacher (Webinare)

Brainstore - <https://www.brainstore.com/de/pay-what-you-wish>

Regiosuisse

Agreidea

Energie Schweiz

Konsumentenorganisationen

oebu

Generationenakademie

Stefan Hammer, Energieforschung

Best Practice

Energietal Toggenburg (Thomas Grob) / Eggnaun 2030 / Markthalle Basel / Glärnisch Textil / Energieregion Goms / Biosphäre Entlebuch / Winterthur (Zusammenarbeit Stadtverwaltung

mit zivilgesellschaftlichen Initiativen / Green Bus / Transition Bülach (Mathias) / Hochneun / Lichtensteig SG, Gemeindepräsident Matthias Müller (Partizipationsprozess) / Ungersheim, Elsass (Ausschnitte aus Film von Marie-Monique Robin)

Forschung

Studien Energie Stadt Zürich (Universität Bern)

ZHAW, Yann Blumer (hat Energy Attractors - Trägerverein Energiestadt untersucht)

BAFU veröffentlicht noch dieses Jahr einen Leitfaden zur Transitionsforschung (Universität Bern, Christoph Bader und Sabine Binder).

Siehe auch Webseite des Thinkpact Zukunft

Mögliche Fördertöpfe

Bundesamt für Raumentwicklung: bis 20'000 Fr. / BAFU / Bundesamt für Energie: Wir finden eine integrale Sichtweise gut, aber trotzdem muss ein Projekt einen klaren Bezug zu Energie haben. Grosser finanzieller Spielraum, aber höchstens 40 % Prozent Kostenübernahme / Kantons- und Stadtentwicklung / Bundesamt für Umwelt - über Naturpärke / Berghilfe hat viel Geld / Interreg-Programme / Projektfond Quartieraktivitäten (Basel) / Fond für partizipative Projekte, der Startfinanzierung macht, maximal 10'000 Fr. (Bern) / Samsung will Menschen, die Communitys aufbauen, mit Knowhow, Netzwerk etc. unterstützen.

<https://regiosuisse.ch/finanzhilfen-fuer-die-regionalentwicklung>

Pendenzen

Rabatt für Interviewpartner? (sanu) - abklären

Unterlagen vom SECO zu Digitalisierung lesen

Nachfrage bei SECO zu Community Building in der Standortförderung

Unterstützung von ARE für die Durchführung des Kurses abklären