

## **Gemeinsame Sitzung der „Koordinierungsrunde Freiwilliges Engagement“ und des „Engagementforums“ am 14.12.2015**

**Anlage 1 zu TOP 5:**

### **Öffentlichkeitskampagne zur Würdigung des freiwilligen Engagements**

#### **Öffentlichkeitskampagne – bisherige Planungen:**

Zu den Handlungsempfehlungen der Engagementstrategie 2020 (Drs. 20/12430) gehört u.a. zielgruppenorientierte Ansätze der Engagementförderung zu stärken. Zu den Zielgruppen zählen die Förderung des Engagements von Menschen mit Migrationshintergrund, von Menschen mit Behinderungen, von Jugendlichen sowie Seniorinnen und Senioren. Auch das Engagement von Menschen mit schwachem Bildungs- und Erwerbsstatus ist Teil der Handlungsempfehlungen aufgegriffen.

In allen zielgruppenorientierten Ansätzen wird die Würdigung und Sichtbarmachung des bestehenden Engagements in Form einer verstärkten Öffentlichkeitsarbeit bzw. einer Öffentlichkeitskampagne empfohlen.

In der konstituierenden Sitzung der „Koordinierungsrunde Freiwilliges Engagement“ und des „Engagementforums“ am 20.4.2015 wurde beschlossen, zunächst mit einer Öffentlichkeitskampagne zum Engagement von Menschen mit Migrationshintergrund zu beginnen. Die Kampagne soll einen inklusiven Ansatz beinhalten und alle Altersgruppen abbilden.

#### **Veränderungen durch das Engagement für Geflüchtete:**

Das freiwillige Engagement und die öffentliche Wahrnehmung des Engagements haben sich in den letzten Monaten stark verändert. Aufgrund der Flüchtlingskrise engagieren sich viel mehr Menschen in der Stadt an unterschiedlichen Orten und mit unterschiedlichem Einsatz für Geflüchtete. Dieses Engagement muss gewürdigt werden und in die weiteren Planungen der Öffentlichkeitskampagne einbezogen werden.

Die BASFI schlägt daher vor, die Öffentlichkeitskampagne in zwei Phasen zu unterteilen.

#### **Phase 1:**

In Phase 1 wird eine Dachkampagne zur Würdigung des freiwilligen Engagements aller Zielgruppen, einschließlich des Engagements für Geflüchtete aufgesetzt. Dadurch sollen die einzelnen zielgruppenorientierten Ansätze bereits jetzt ausreichend gewürdigt und gleichzeitig in einen Gesamtzusammenhang gestellt werden. Ziele der Dachkampagne sind die Sichtbarmachung und Würdigung des bestehenden Engagements von freiwillig engagierten Menschen sowie die Stärkung des Zusammenhalts in der Stadtgesellschaft. Das freiwillige Engagement – nicht nur für Geflüchtete – trägt dazu bei, dass Verbindende von Menschen unterschiedlichen Alters, Geschlechts, unterschiedlicher Kulturen und Lebenslagen, deutlich

zu machen. Eine Öffentlichkeitskampagne, die auf diese Teilhabechancen hinweist, kann einen Beitrag zum Zusammenhalt in der Stadtgesellschaft leisten und beispielsweise fremdenfeindliche und rassistische Strömungen leichter abwehren.

### **Phase 2:**

In Phase 2 werden die einzelnen zielgruppenorientierten Ansätze gesondert aufgegriffen. Begonnen wird mit der Würdigung und Sichtbarmachung des Engagements von Menschen mit Migrationshintergrund. In der Kampagne werden alle Gruppen von Migrantinnen und Migranten - einschließlich das Engagement von Menschen mit Migrationshintergrund für Geflüchtete -, unterschiedliche Engagementbereiche sowie Unterschiede hinsichtlich der Art und des Umfangs des Engagements deutlich gemacht (s. Leistungsbeschreibung für die Öffentlichkeitskampagne).

Die Kampagne bezieht sich zunächst auf die Würdigung und Sichtbarmachung des bisherigen Engagements. Die interkulturelle Öffnung von Einrichtungen, Verbänden und Vereinen sowie die Förderung des Engagements in klassischen Engagementfeldern werden in der geplanten Kampagne nicht aufgegriffen, sondern sind Gegenstand parallel laufender Aktivitäten (die BASFI fördert beispielsweise die interkulturellen Öffnung der Freiwilligenagenturen).

### **Zeitplan, Budget und Vergabeverfahren:**

Die Dachkampagne wird im 1. Quartal 2016 entwickelt und umgesetzt.

Die Öffentlichkeitskampagne zum Engagement von Menschen mit Migrationshintergrund wird ab dem 1. Quartal 2017 umgesetzt.

Weitere Kampagnen zum Engagement von Jugendlichen sowie Seniorinnen und Senioren sind nach derzeitigem Stand für die Jahre 2018 und 2019 vorgesehen.

Pro Jahr stehen bis zu 50.000 Euro zur Umsetzung der Öffentlichkeitskampagne zur Verfügung.

Die Dachkampagne sowie die Kampagne zum Engagement von Menschen mit Migrationshintergrund werden möglichst durch *eine* Werbeagentur, im Rahmen eines Vergabeverfahrens durchgeführt. Die Vergabe erfolgt für die Jahre 2016 und 2017.