

# Ressourcen im Stadtteil für die Arbeit mit Familien aktivieren

Prof. Dr. Gudrun Cyprian  
Nürnberg, 23.2.2016



## Der neue Blick auf das soziale Umfeld



## Grundsätze

- ✓ Möglichst oft raus dem Büro
- ✓ „Heimspiele“ für die Zielgruppen organisieren – die Kita, die Familienbildungsstätte, der Familienstützpunkt sind mobil
- ✓ Kontakte machen, Kontakte machen, Kontakte machen
- ✓ Bedeutung von „fallunspezifischer“ Arbeit erkennen und realisieren

## Fallunspezifische Arbeit

### 1. Die Einstellung:

Die Ressourcensucherin ist davon überzeugt, dass der soziale Raum etwas zu bieten hat, das besser bzw. weitreichender sein kann als das eigene professionelle Engagement.

### 2. Die Logik:

Folgt – anders als die klassische Fallarbeit - keiner linearen Logik.

Sie ist eher ein „Gelegenheitsmodell“: Sie sammelt Ressourcen, legt sie auf Lager, pflegt sie und betrachtet sie unter ihrem Gelegenheitspotenzial: Was können wir damit machen?



## Bedeutung des Sozialraums im Organisationshandeln realisieren:

- ✓ In der Personalpolitik: gleiche Wertschätzung von inhaltlichen und Sozialraumkompetenzen
- ✓ In der Arbeitsteilung (keine einzelne Stadtteil-Kennerin! Stadtteilwissen als Auftrag an alle!)
- ✓ Regelmäßige Berichtsrunden in Teams: Mein neuester Stadtteilkontakt in dieser Woche
- ✓ Stadtteilkarte mit aktualisierten Informationen über die wichtigen Orte, Organisationen und Personen ist Pflicht!

## Aktivierende Beratung

- Aktivierende Beratung nutzt alltägliche Beratungsgespräche, um Wissenswertes über den Stadtteil zu erfahren.
- Der Vorteil der Technik ist: Sie sind bereits in Kontakt mit den Menschen und müssen ihn nicht erst herstellen. Ihnen werden Themen, Netzwerke und informelle Kontaktknoten quasi auf dem Tablett serviert.



## Aktivierende Beratung - Vorgehensweise

Das „10 Minuten nach der Beratung – Gespräch“ (Lüttringhaus) verläuft in folgenden vier Schritten:

1. Rahmung
2. Mundöffner
3. Ideenbereich
4. Aktionsbereich



# Aktivierende Beratung

## 1. Rahmung

Fragen Sie, nachdem das Beratungsgespräch abgeschlossen ist, nach, ob ihr Gegenüber noch 10 Minuten übrig hätte für ein anders Thema. Wichtig ist deutlich zu machen, dass es nichts mit dem bisherigen Gespräch zu tun hat.

Benennen Sie ihr eigenes Gesprächsinteresse, Ihr Anliegen und machen Sie den Sinn transparent. Beispielsweise könnten Sie so einsteigen: „Ich wohne nicht hier im Stadtteil und wollte Sie fragen, ob sie mir ein wenig zum Leben in X-Stadt erzählen könnten.“

# Aktivierende Beratung

## 2. Mundöffner

Als nächste kommt die Mundöffnerfrage. Das sind ja Fragen, die leicht zu beantworten sind, weil sie an der Erfahrung der Adressaten anschließen, z.B. „Wie lange wohnen Sie eigentlich schon in der ...-Straße?“

Wichtig ist es, **offene Fragen** zu stellen, damit Sie etwas über die subjektive Sichtweise erfahren. Darum geht es ja auch. Beginnen Sie keine Diskussionen, auch wenn Sie etwas anders sehen. Es geht hier um die Sicht der Menschen und nicht um Ihre Sicht als Profi.

## Aktivierende Beratung

### 3. Ideenbereich

Fragen Sie nach Ideen. Das lenkt den Blick auf Ressourcen. Je nachdem können das „Wen-kennen-Sie“-Fragen sein oder aber Vertiefungen zu vorher benannten Themenbereichen.

So können Sie also, wenn Sie z.B. für ein Elternpaar eine freie Wohnung, einen Kühlschrank, Unterstützung bei der Kinderbetreuung suchen, hier ganz konkret nachfragen: „Haben Sie eine Idee, wo ich suchen könnte, um an eine Wohnung für eine junge Familie.... zu kommen?“ Wahrscheinlich werden Sie nach kurzer Zeit von den Bewohnern selbst angerufen, die Sie auf Ideen hinweisen.

## Aktivierende Beratung

### 4. Aktionsbereich

Finden Sie bei Ihrem Adressaten Aktionsbereitschaft? Darum geht es im vierten Abschnitt der aktivierenden Beratung. Für was würde sich der Befragte gegebenenfalls engagieren?

*Beispielsweise:* „Sie haben gerade von der Situation auf dem Spielplatz erzählt. Sollen wir da etwas machen?“ Und nutzen Sie auch die Netzwerke ihres Gesprächspartners: „Wen kennen Sie, der sonst noch mitmachen würde?“

## Aktivierende Beratung: Ziele

- die Ressourcen der Bewohner und die Potenziale des Stadtteils zu erfassen, um sie in Fällen oder Projekten nutzen zu können
- von Themen zu erfahren, die die Menschen beschäftigen und zwar direkt von ihnen. Sie machen sich damit von Vermutungen und Annahmen unabhängig.
- Quartierthemen zu entdecken, die gegebenenfalls aufgegriffen und zu Brückenprojekten gemacht werden können
- Bewohner dabei zu unterstützen, diese Themen evtl. mit anderen Bürgerinnen und Bürgern aufzugreifen und damit mit ihnen und nicht für sie zu arbeiten



## Aktivierende Beratung: günstiger Nebeneffekt



## Vorteile von Kooperationen



## Grundsätze:

- ✓ Auch **alltagsweltliche** Organisationen sind Schatztruhen
- ✓ **bonding** und **bridging social capital** gleichermaßen gewichten!
- ✓ Die Stärke **schwacher** Netzwerkbeziehungen erkennen
- ✓ Gegenseitig die jeweiligen Ressourcen kennen und nutzen

## Sozialkapital: Bonding und Bridging (Putnam 2000)

- *Bonding social capital*: Damit werden Netzwerke bezeichnet , die relativ homogen sind, in denen sich Gruppen und Einrichtungen mit ähnlichen Zielen, Logiken und Strukturmerkmalen finden. Die gemeinsamen Identitätsmerkmale erzeugen eine starke Bindung der Gruppe nach innen.
- *Bridging social capital* bildet sich in offenen Netzwerken, die Personen und Organisationen unterschiedlicher Kontexte zusammenbringt. Diese sind stärker außenorientiert , sind schwieriger zu knüpfen und aufrechtzuerhalten, sind aber vom Ergebnis her oft effektiver, schlagen Brücken zwischen unterschiedlichen Lebenswelten.

## Methoden der Aktivierung von Ressourcen

- Ressourcencheck und eco-maps in der eigenen Einrichtung
- Organisationen gewinnen
- „Quick and simple“ für kleine gemeinsame Sozialraumprojekte

## Ressourcencheck in der eigenen Einrichtung

### Welche Ressourcen haben Sie in Ihrer Einrichtung?

- Welche räumlichen Ressourcen haben Sie in Ihrer Einrichtung? Möglichst konkret benennen! Was sind ungewöhnliche Ressourcen dabei?
- Welche Sach- und Einrichtungsressourcen?
- Welche (ungewöhnlichen, zusätzlichen) finanziellen Ressourcen?
- Wofür geben Sie in Ihrer Einrichtung Geld aus?

## Ressourcencheck in der eigenen Einrichtung

- Welche personellen Ressourcen im Team hat Ihre Einrichtung?  
(hauptamtliches Personal, Honorarkräfte: Anzahl, zeitlicher Umfang, Kompetenzen)
- Welche (ungewöhnlichen) Fähigkeiten und Interessen, von denen oft wenig nach außen dringt, sind bei den MitarbeiterInnen Ihrer Einrichtung versammelt?

## Gedankenprovozierer für das Finden der eigenen Ressourcen

- Was sind die Merkmale der von Ihnen erreichten Adressaten, was ist dabei bemerkenswert?
- Welche verschiedenen Wege gehen Sie um Ihre Adressaten zu erreichen, was ist daran bemerkenswert?

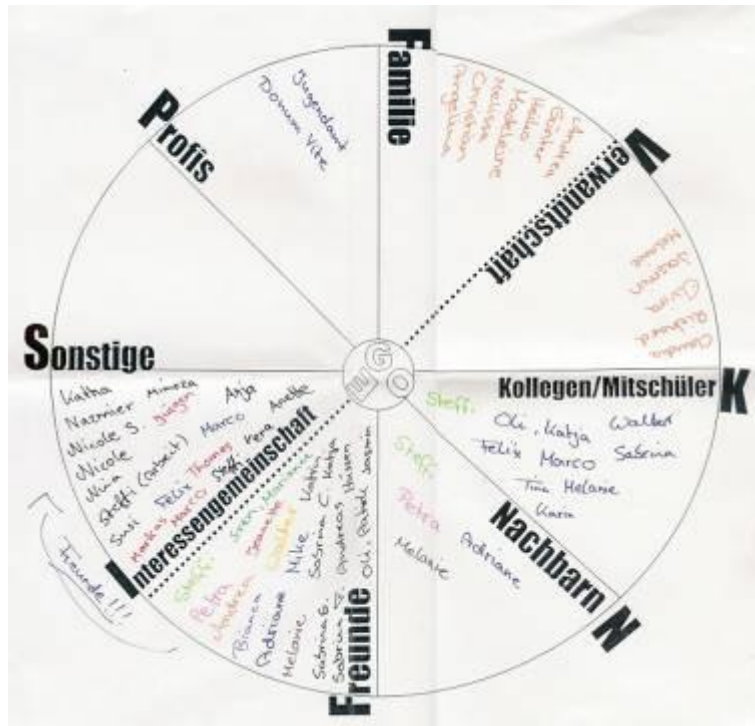


- Was sind die Schwerpunkte Ihrer Angebote? Was ist besonders an den Themen, der Form des Angebots, den Orten usw.?
- Wodurch unterscheidet sich Ihre Einrichtung von anderen im selben Angebotssegment? Worauf sind Sie stolz?

- Welche (ungewöhnlichen) Kontakte zu Gruppen, Organisationen, Entscheidern hat Ihre Einrichtung? (eco-map)
- Was denken Sie, welchen Ruf Ihre Einrichtung bei welchen Leuten hat, was ist daran eine „Ressource“?

- Welche (ungewöhnlichen) Kontakte zu Gruppen, Organisationen, Entscheidern hat Ihre Einrichtung?
- Was denken Sie, welchen Ruf Ihre Einrichtung bei welchen Leuten hat, was ist daran eine „Ressource“?

## Arbeit mit eco-maps in der eigenen Einrichtung: Welche Kontakte haben wir?



# Die Strategie des „Organisationen Gewinns“ funktioniert in 4 Schritten:

## *Suchen und Finden*



Suchen & Finden, also entscheiden, welche Organisation wir gewinnen wollen.

- Die Strategie der konzentrischen Kreise
- Die bedarfsbezogene Entscheidung
- Die „Strategie des geringsten Widerstandes“
- Kontakte von Mitarbeitern nutzen
- Events nutzen
- Die Strategie der abgestuften Intensität

## Organisationen gewinnen:

### ***Erkunden***



Was bewegt die Organisation, worauf ist sie stolz? Wer hat dort Einfluss?

- Leitbild und die Geschäftsbereiche ansehen
- Jahresberichte oder Konzepte ansehen
- Die Kunst ist es, persönliche Beziehungen zu Entscheidungsträgern oder einflussreichen Beratern auszubauen. So öffnen sich Türen.

## Organisationen gewinnen:

### *Fuß-in-die-Tür*



Dieser Schritt muss so gut sein, dass die Tür offen bleibt.

- Wichtig ist das Einstiegsgeschenk, was gar nicht materiell gemeint ist. Wer mit leeren Händen kommt, baut keine soziale Schuld auf.
- Sie sollten sich, bevor Sie den Kontakt herstellen, überlegen, was Sie anbieten können
- Manchmal lässt sich über Dritte ein effektiverer Kontakt herstellen

## Organisationen gewinnen:

### *Herstellen einer Win-Win-Situation*



Beide Parteien müssen etwas von der neuen Kooperation haben.

- Eine gute Idee entwickeln: Was ist unsere „Währung“? Was können wir bieten?
- Die Idee gekonnt präsentieren
- Dabei Freiräume für die Organisation zur Verfügung stellen
- Den Sinn und Zweck der eigenen Arbeit auf den Punkt bringen können, Erfolge beschreiben können.
- Die Organisation praktisch einbeziehen und Gelegenheiten zum Ausprobieren geben



## Sozialraumprojekte: Quick & simple

Quick & Simple ist eine Methode, die sich sehr gut eignet, um Sozialraumprojekte zu entwickeln. Diese Technik stammt aus der kirchlichen Stadtteilarbeit in den USA (Snow, 2004).



## Die Quick & Simple-Technik



### *Ihre Aktivposten erkennen*

- **Zeit: 10 Minuten**
- Instruktion: Vergegenwärtigen Sie sich das halbvolle Glass. Einfach ist das mit der **Merkliste** (s.u.) zu machen.



## Merkliste von Ideenfindern

- Denken Sie bitte an ein paar **räumliche und sachliche Ressourcen** auf, die Sie in Ihrer (Ziel-)Gruppe/Ihrer Organisation haben. Schreiben Sie die auf die Ihnen bemerkenswert erscheinen. Seien Sie kreativ und konkret.
- Schreiben Sie ein oder zwei Sachen auf die **Sie mit Ihren Händen machen** können.
- Schreiben Sie ein paar Sachen auf von denen wahrscheinlich niemand in Ihrem Team weiß dass **Sie sich dafür interessieren**
- Schreiben Sie ein paar **Talente und Kompetenzen von Ihren KollegInnen** auf. Denken Sie an ungewöhnliche Dinge.
- Schreiben Sie **Gruppen oder Initiativen** auf, die für die Zielgruppen Ihrer Einrichtung interessant sein könnten.
- Schreiben Sie ein paar **Organisationen auf, die etwas gemeinsam mit Ihrer Einrichtung haben.**
- Schreiben Sie ein paar Dinge auf für die **Ihre (Ziel-)Gruppe/Ihre Einrichtung Geld ausgibt**

## Quick & simple, Schritt 1

1. Jede/r produziert mit Hilfe der Karten einen Stapel von Ressourcen. Schreiben Sie bitte nur **eine** Ressourcen auf jede Karte, keine Listen.  
Schreiben Sie so groß wie möglich in schönen Buchstaben, so dass man es gut lesen kann.

## Quick & simple, Schritt 1

Schreiben Sie **möglichst spezifische** Ressourcen aus mindestens 3 oder 4 der Kategorien der [→ Merkliste](#) auf. Es geht nicht um eine irgendwie vollständige Aufzählung der Ressourcen ihrer Organisation, ihrer Mitglieder und deren Umwelt, sondern nur um einige **interessante** Ressourcen.

Bedenken Sie dabei, dass die Ressourcen später umso nützlicher sein werden, **je außergewöhnlicher** sie sind.

Seien Sie möglichst spezifisch: Nicht: „Das Gebäude“, sondern „Barockraum mit 100 Sitzplätzen in der Fußgängerzone“.

## Quick & simple, Schritt 1

2. Lesen Sie danach Ihrer Gruppe Ihre Ressourcen vor.
3. Hängen Sie alle Ressourcen an die Wand. **Sortieren Sie sie bitte *nicht*.**

## Quick & simple Schritt 2



***Verbindungen herstellen:***

***„Entwicklung ist eine neue Verbindung zwischen Ressourcen herstellen.“***

## Quick & simple Schritt 2

1. Stellen Sie sich mit den anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmern vor Ihre Karten an der Wand und betrachten Sie die Ressourcen Ihrer gesamten Gruppe.
2. Denken Sie sich jetzt Aktionen / Projekte aus, die 2 oder mehr der Ressourcen verbinden
3. Wenn Sie eine Idee haben, dann nehmen Sie die 2, 3 oder 4 Karten, hängen Sie sie zusammen und erzählen der Gruppe von Ihrer Aktion.



## Quick & simple Schritt 2

4. Die anderen können jetzt auch noch mehr Ressourcenkarten zu Ihrem Cluster hängen. Wenn jemand das macht, muss er/sie aber immer dabei sprechen und erzählen, wie das die Aktion ergänzt oder verbessert.
5. Es ist auch erlaubt neue Cluster zu eröffnen.
6. Am Ende sollten etwa 2 bis 6 solcher Kartengruppen an der Wand hängen, die jeweils ein konkretes Projekt repräsentieren.
7. Geben Sie jetzt jedem Projekt einen kurzen Namen und schreiben ihn zur Kartengruppe.

## Quick & simple Schritt 2



Wichtiger Hinweis: Ordnen Sie die Ressourcen nicht zu Kategorien. Es ist ein natürlicher Instinkt, das zu tun, aber versuchen Sie ihn bitte zu unterdrücken. Es geht nicht um Ordnung, sondern um die kreative Verbindung von Ressourcen zu einem möglichen Projekt oder zu einer Aktion.

## Quick & simple Schritt 2

- Verbinden Sie **verschiedene** Ressourcen zu Aktionen.
- Während Sie sich Aktionen ausdenken, können Sie natürlich weitere Ressourcen auf Karten schreiben.
- Dieselben Ressourcen können in mehreren Aktionen verwendet werden. Machen Sie dazu einfach eine Kopie der Karte.

## Quick & simple Schritt 3



Mit den Füßen abstimmen:

1. Jede Kleingruppe präsentiert kurz ihre Aktionen und Projekte. Danach wählt jede/r TeilnehmerIn das Projekt aus, in dem er/sie am liebsten mitarbeiten würde.

## Quick & simple Schritt 3

2. Gehen Sie zu der Kartengruppe des Projektes und stellen Sie sich daneben.
3. Sie haben damit Ihren **Arbeitsplan**, mit dem Sie sofort starten können:
  - Die Aufgabe.
  - Die Leute, die sich für dieselbe Idee interessieren.
  - Die Ressourcen, die genutzt werden können, um die Idee zu verwirklichen.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

