

Sozialraumorientierung für Non-Profit-Organisationen (NPO)

Von Sarah Morcos und Katrin Matuschek

Überblick

Engagement von Menschen in Vereinen, Initiativen oder Parteien findet oft im unmittelbaren sozialen Nahraum von Menschen statt. Mehr als zwei Drittel der Vereine sind lokal aktiv. Diese **MuP-Praxishilfe** erklärt, welche Vorteile die Orientierung an Sozialraumkonzepten für Non-Profit-Organisationen (NPO) hat und wie NPO oder Parteien Menschen vor Ort besser erreichen können.

Inhaltsverzeichnis

[Grundlage: Engagement & Sozialraumorientierung](#)

[Fünf Prinzipien für die Arbeit](#)

[Für die Praxis: Methoden](#)

[Quellen und Verweise](#)

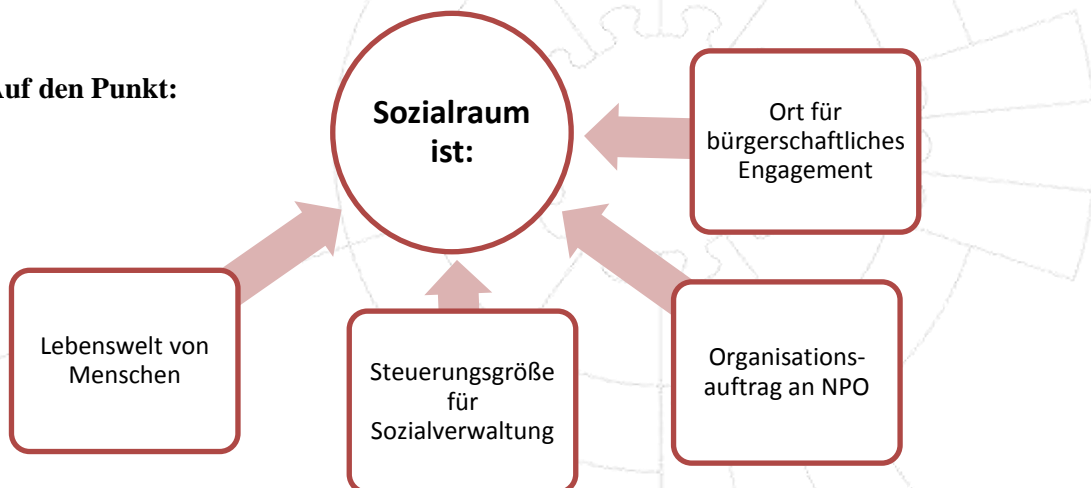
Grundlage: Engagement & Sozialraumorientierung

Das Konzept der Sozialraumorientierung kommt aus Forschung und Praxis der Sozialen Arbeit. Der Begriff Sozialraum wird heute von vielen Akteuren, vom Ortsverein bis hin zur Bundesebene benutzt. Sozialräume sind mehr als geografische festgelegte Orte mit „eindeutigen“ Grenzen. Sozialräume sind:

- ❖ **subjektiv** und abhängig von der konkreten Lebenspraxis der Menschen
- ❖ **gesellschaftliche Räume**, die sich durch das Miteinander von Menschen entwickeln
- ❖ **menschliche Handlungsräume**, die das Gemeinwesen gestalten
- ❖ ebenfalls **Verwaltungskategorien** für Bezirke, Städte oder Gemeinden



Auf den Punkt:



Ziele Sozialraumorientierung von NPO:

- ❖ **Beteiligung ermöglichen:** Inklusion und Teilhabe von mehr Menschen
- ❖ **Direkte Wirkung erzielen:** Engagement unmittelbar vor Ort
- ❖ **Mehr Perspektiven einbeziehen:** Höhere und nachhaltigere Problemlösung
- ❖ **Aktive solidarische Gesellschaft unterstützen:** Verantwortung auf mehrere Schultern verteilen
- ❖ **Zusammen mehr erreichen:** Netzwerke pflegen und Ressourcen entdecken



Auf den Punkt: Sozialraumorientierung für NPO bedeutet: Schaffen Sie gleichberechtigte Teilhabe und Beteiligungsmöglichkeiten für Menschen, die ihren sozialen Raum gestalten möchten!

Grundlagen für NPO: Fünf Prinzipien der Sozialraumorientierung



1. Orientieren Sie sich am Willen und an den Interessen der Menschen:

Finden Sie heraus, was Menschen bewegt: Hier geht es darum systematisch den Willen der Menschen zu erforschen und herauszufinden für welche Ziele, Menschen bereit sind auch selbst etwas beizutragen und sich zu engagieren.



Fragen Sie in Ihrer Organisation:

- ? Was ist das Interesse der Menschen vor Ort?
- ? Wofür sind Menschen bereit sich selbst einzusetzen?
- ? Was sind geeignete Möglichkeiten, um herauszufinden, was die Menschen (tun) wollen?
- ? Sind Sie bereit den Willen der Menschen zu akzeptieren, auch wenn dieser nicht direkt den Zielen ihrer Organisation entspricht? Und wie gehen Sie damit um?



2. Unterstützen Sie Eigeninitiative und bürgerschaftliches Engagement:

Finden Sie (verborgene) Potenziale für Engagement: Oft bleiben vielfältige Potenziale für sozialräumliche Gestaltung unentdeckt und damit leider ungenutzt für Engagement vor Ort.



Fragen Sie in Ihrer Organisation:

- ? Wie können Menschen selbst aktiv sein?
- ? Wo gibt es bereits Ansätze für Engagement, die unterstützenswert sind?
- ? Was können die Menschen in der Umgebung besser als wir?
- ? Welche Partizipationsmöglichkeiten gibt es / können wir schaffen?
- ? Wie können wir diese Engagement-Möglichkeiten sichtbar machen?
- ? Wie können wir Vernetzung dieser Menschen mit passenden Institutionen herstellen?



3. Orientieren Sie sich an den Ressourcen von Menschen (Defizitblick vermeiden!):

Nehmen Sie Ressourcen in den Blick: Ressourcen beziehen sich auf Menschen und deren besondere Fähigkeiten und Stärken. Ressourcen können aber in finanzieller, räumlicher oder personeller Form auch in Organisationen, Vereinen, Gemeinde oder Verwaltung liegen.



Entdecken Sie Ihre Ressourcen und fragen Sie in Ihrer Organisation:

- ? Welche Stärken und Ressourcen haben die Menschen mit denen wir arbeiten / für die wir uns engagieren?
- ? Welche Stärken, die bislang noch nicht zum Vorschein kamen, können für das Engagement genutzt werden?
- ? Was hilft uns eine ressourcenorientierte Arbeitsweise zu entwickeln?



4. Nehmen Sie eine zielgruppen- und bereichsübergreifende Sichtweise ein (für eine inklusive Bürgergesellschaft und Engagement):

Fokussieren Sie auf das ganze Bild: Der Fokus auf einzelne Zielgruppen widerspricht der Idee einer inklusiven Bürgergesellschaft, in der alle Menschen die Möglichkeit haben sich zu beteiligen.



Reflektieren Sie Ihre Ziele und Zielgruppen und fragen Sie in Ihrer Organisation:

- ? Welche gemeinsamen Anliegen haben die Menschen aufgrund ihres gemeinsamen Sozialraums?
- ? Wie können alle Menschen gleichermaßen angesprochen werden?
- ? Welche dauerhaften Engagementstrukturen kann es geben?
- ? Welche anderen Akteure (auch aus den angrenzenden Sozialräumen/Quartieren) sollten zum Thema mit einbezogen werden?



5. Verankern Sie Strukturen und gehen Sie Kooperationen ein:

Knüpfen Sie Netzwerke und nutzen diese: NPO, Vereine oder Bürgerinitiativen haben oft zum Ziel, die Lebensverhältnisse von Menschen zu verbessern. Vielleicht gibt es ja Ziele, die gemeinsam leichter als alleine erreicht werden können.



Suchen Sie nach Kooperationspartnern und fragen Sie in Ihrer Organisation:

- ? Wo können NPO, Vereine und Verbände zu einem Thema kooperieren?
- ? Wie können Win-Win-Situationen für den Sozialraum geschaffen werden?
- ? Welche Organisationen haben ähnliche Anliegen wie Ihre?
- ? Welche Institutionen (z.B.: Zuständigkeits- und Steuerungsbezirke von Jugendamt und JobCenter, Wahlkreise der Lokalpolitik, Kita- und Schulbezirke, Einzugsbereiche von Religionsgemeinschaften) müssen wir ansprechen, um Probleme vor Ort anzugehen?



Hinweis : Die **MuP-Arbeitshilfe [Professionelles Netzwerken](#)** zeigt wie NPO Netzwerke gestalten und nutzen können!



Auf den Punkt: Sozialraumorientiertes Engagement ist erfolgreich, wenn:

- Menschen teilhaben und mitgestalten können.
- es sich am Willen der Adressatinnen und Adressaten ausrichtet.
- es ressourcenorientiert und alltagsnah ist.
- Wertschätzung, Achtsamkeit und Gleichwertigkeit handlungsleitend sind.
- Prozesse offen sind.
- professionelle Ressourcen von NPO, Politik und Bürgergesellschaft, auch über Quartiersgrenzen hinaus, sich abstimmen und kooperieren.



Für die Praxis: Sozialraumorientierung braucht Analyse!



Fragen Sie in Ihrer Organisation:

Wie sieht Ihr Sozialraum aus?

Für die Praxis: Methoden für Analyse und Arbeit im Sozialraum



Für die Praxis: Methoden für Initiativen und NPO vor Ort

Im Folgenden finden Sie Beispiele der Sozialraumanalyse und der Methoden der sozialraumorientierten Arbeit. Weitere Methoden und Beiträge finden Sie auf dem Portal sozialraum.de.



Fragen Sie vor der Methodenauswahl in Ihrer Organisation:

- ? Welche Rolle spielt Ihre Organisation im Sozialraum?
- ? Welche Ziele Ihrer Organisation sind wichtig für den Sozialraum?
- ? Welche weiteren Menschen und Organisationen kennen Sie in Ihrem Sozialraum?
- ? Wen wollen Sie erreichen/ansprechen? Warum?



Achtung: Bedenken Sie unbedingt folgende Grundlagen bei sozialraumorientierten Engagement:

1. Beachten Sie Grenzen der Informationsweitergabe!

Menschen offenbaren evtl. Informationen (z.B.: Schlafplätze im öffentlichen Raum), die auch gegen Sie verwendet werden könnten.

2. Wecken Sie keine (falschen) Erwartungen!

Gerade bei Fragen nach Wünschen, Veränderungen kann für Menschen leicht der Eindruck entstehen, diese könnten sofort umgesetzt werden. Je nach Zielsetzung ist es wichtig, dass keine falschen Erwartungen geweckt werden.

3. Beachten Sie Perspektiven von Menschen, die sich sonst nicht äußern (können)!

Achten Sie darauf, dass auch Menschen zu Wort kommen, die sonst im öffentlichen Raum nicht so leicht wahrgenommen werden können. Überprüfen sie, ob die Teilnehmenden verschiedene Gruppen (Männer, Frauen, Jüngere, Ältere, mobilitätseingeschränkte Menschen, Familien, neu zugezogene oder „alteingesessene“ Menschen, etc.) repräsentieren.



Methode: Aktivierende Befragung

Menschen werden im jeweiligen Sozialraum nach ihren Meinungen und Einstellungen befragt und gleichzeitig angeregt und motiviert sich für ihre Interessen zu engagieren und sich bei der Lösung von Problemen zu beteiligen.



Ziel der Methode: Informationen zu den Themen und brennenden Problemen der Menschen vor Ort sammeln und sie zu Beteiligung anregen!

Drei Faktoren müssen erfüllt sein, damit Sie die Methode Aktivierende Befragung anwenden können:

1. **Wunsch und Bedarf der Menschen nach Veränderung** (z.B.: Ärger, Empörung, Freude, weitere Gründe für Veränderungen)

2. **Persönliche Ressourcen** von Menschen vor Ort (z.B.: Zeit, Kontakte, digitales Know-how, Wunsch nach sinnstiftender Tätigkeit, Interesse bestehender Organisationen) werden meist erst während des Prozesses bekannt.
3. **Ressourcen und Kompetenz** von der organisatorischen Seite, nach der Befragung mit den Ergebnissen und den „Aktivierten“ weiterzuarbeiten. Wenn die Weiterarbeit mit den „Aktivierten“ nicht sicher ist, oder keine Ergebnisoffenheit für diesen Prozess besteht, sollten Sie besser auf die Methode Aktivierende Befragung verzichten.

Methodenüberblick: Drei Hauptphasen der Aktivierenden Befragung

1. Phase: Voruntersuchung: Vorbereitung der Befragung
2. Phase: Hauptuntersuchung: Durchführung der Befragungen
3. Phase: Versammlung, Vorstellung der Ergebnisse und Bildung von Arbeitsgruppen (max. 2 Wochen nach Befragung)



Tipp: Ausführliche Beschreibung zur [Methode Aktivierende Befragung](#) finden Sie im Portal der [Bürgergesellschaft](#) und der [Überblick zur Methode](#) beim [Methodenpool](#) der Universität Kassel.



Methode: Stadtteilbegehung / Stadtteilsparziergang

Menschen zeigen in einer strukturierten Stadtteilbegehung ihre Lebensräume, Interessen und Perspektiven auf den sozialen Nahraum.



Ziel der Methode: Den Lebensraum und die Interessen von Menschen kennen lernen!

Methodenüberblick:

- Formulieren Sie eine Frage: Was wollen Sie über den Sozialraum wissen? (z.B.: Lieblingsorte, Veränderungswünsche, Treffpunkte, Familienfreundlichkeit, etc.)
- Bestimmen Sie die Zielgruppe: Von wem wollen Sie das wissen?
- Legen Sie die Größe der Zielgruppe fest: Was ist eine sinnvolle Größe, um mit Menschen ins Gespräch zu kommen?
- Bestimmen Sie Dauer und Umfang: Wie lange (sinnvoller Zeitumfang für die Begehung, i.d.R. nicht länger als 2 Stunden) und wo (Route/Orte) findet die Veranstaltung statt?



Tipp: Mehr Infos zu dieser Methode finden Sie im Beitrag [Stadtteilbegehung](#) (Deinet/Krisch).

Quellen und Verweise

- ❖ Mehr zum Thema „[Sozialraumorientierung und Engagement](#)“ finden Sie bei den **MuP-Themen im Fokus** auf unserer [MuP-Website](#).
- ❖ Zu diesem Thema empfehlen wir das **MuP-Interview** „[Engagement im Sozialraum: Bürger innen und Institutionen gleichsam aktivieren](#)“ mit Prof. Dr. Fehren
- ❖ Fachlexikonbeitrag von Früchtel/Budde: [Sozialraumorientierung](#)