



LEUCHTTURMPROJEKTE 2025

für bürgerschaftliches Engagement

1. ZIELSTELLUNG DES WETTBEWERBS

Westfalen Weser führt 2025 zum 17. Mal den jährlichen Wettbewerb „Ideen werden Wirklichkeit – 100 Förderpakete für Vereine in der Region!“ durch.

Ziel des Wettbewerbs ist es, im Geschäftsgebiet des Unternehmens zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beizutragen, indem gemeinwohlorientierte und innovative Projekte von bürgerschaftlich Engagierten im Geschäftsgebiet von Westfalen Weser gefördert und gewürdigt werden. Herausragende Projekte werden zudem als „Leuchtturmprojekte“ in besonderer Weise unterstützt und ausgezeichnet.

Grundlage für die Auswahl der Projekte waren folgende Kriterien, die seit Konzeption und erstmaliger Durchführung des Wettbewerbs im Jahr 2009 herangezogen werden:

(1) Die Projekte werden bürgerschaftlich organisiert und dienen dem Gemeinwohl. Seit Beginn des Ideenwettbewerbs bildet dabei ein spezifisches Verständnis von bürgerschaftlichem Engagement den Referenzrahmen: Es geht um Projekte, die

- von den Verantwortlichen nicht erwerbsmäßig ausgeübt werden;
- unbezahlt sind (wenngleich Aufwandsentschädigungen möglich sind), die aber auch nicht der Schattenwirtschaft zuzurechnen sind;
- im öffentlichen Raum (also außerhalb des sozialen Nahraums der Familie) realisiert werden.

Der Begriff des bürgerschaftlichen Engagements verbindet die vielfach getrennt diskutierten Formen des ehrenamtlichen, sozialen, karitativen und gesell-

schaftspolitischen Engagements. Auf diese Weise sollen alte und neue Formen gemeinsam sichtbar gemacht und gewürdigt werden.

(2) Die Projekte sollen mit möglichst kreativen und neu entwickelten Ideen Rahmenbedingungen bzw. „Gelegenheitsstrukturen“ zur Durchführung von zivilgesellschaftlichen Aktivitäten im Gemeinwesen ermöglichen oder verbessern. Dieses Kriterium erlaubt es, vielfältige Handlungsweisen in den Projekten zu berücksichtigen. Der Begriff der „Gelegenheitsstrukturen“ bezieht sich dabei auf solche Rahmenbedingungen, unter denen sich Menschen engagieren, beispielsweise Lernzirkel, Nachhilfeunterricht, Sportkurse, Ferienfreizeiten oder individuelle Betreuungsangebote organisieren bzw. durchführen. Vor diesem Hintergrund können die Projekte durch das bürgerschaftliche Engagement der Projektbeteiligten

- Gelegenheitsstrukturen implementieren (gestaltende Ebene), indem durch das Projekt z. B. eine außerschulische Hausaufgabenbetreuung oder ein muttersprachlicher Ergänzungsunterricht initiiert und aufgebaut wird,
- Gelegenheitsstrukturen organisieren, unterstützen oder leiten (ermöglichende Ebene), indem durch das Projekt z. B. Bildungsveranstaltungen, Vorträge, Lesungen, Ausstellungen oder musikalische Darbietungen organisiert werden,
- Maßnahmen durchführen (operative Ebene), indem durch das Projekt z. B. interkulturelle Trainings für Jugendtrainerinnen und -trainer in einem Fußballverein angeboten werden.

(3) Zur Umsetzung der Ideen benötigen die Projekte Sach- und/oder Personalmittel. Die einmalige Förderung soll es ermöglichen, die Ideen zeitnah in die Wirklichkeit umzusetzen. Entscheidend ist nicht die „Größe“ des Projekts, sondern die realistische Umsetzbarkeit der Idee.

(4) Das Projekt muss seinen regionalen Ausgangspunkt im Netzgebiet von Westfalen Weser haben. Das Projekt kann aber auch dem Gemeinwohl in anderen Regionen des Bundeslandes, in Deutschland und darüber hinaus dienen.

(5) Politisch oder religiös motivierte Projekte werden nicht berücksichtigt, da Westfalen Weser weltanschaulich neutral bleiben möchte.

(6) Das Projekt muss konform gehen mit der freiheitlich-demokratischen Grundordnung der Bundesrepublik Deutschland und darf nicht jugendgefährdend, sittenwidrig oder extremistisch ausgerichtet sein. Auf Basis dieser Kriterien konnten sich Vereine und Initiativen von April bis August 2025 mit ihrer Projektidee auf der Grundlage eines Online-Fragebogens bewerben. Der Fragebogen, der geschlossene und offene Antwortvorgaben enthält und der über die Homepage von Westfalen Weser zugänglich war, wurde im Verlauf der Jahre zwar immer wieder bedarfsorientiert modifiziert; im Hinblick auf die Kernfragen ist er aber unverändert geblieben, um Zeitreihenvergleiche zu ermöglichen. Insofern bildet er auch ein kontinuierliches Evaluationsinstrument des Wettbewerbs insgesamt.

Auf der Grundlage der vorliegenden Bewerbungen wird im Folgenden ein Überblick über die statistischen Auswertungen der Online-Fragebögen im Jahr 2025 gegeben.

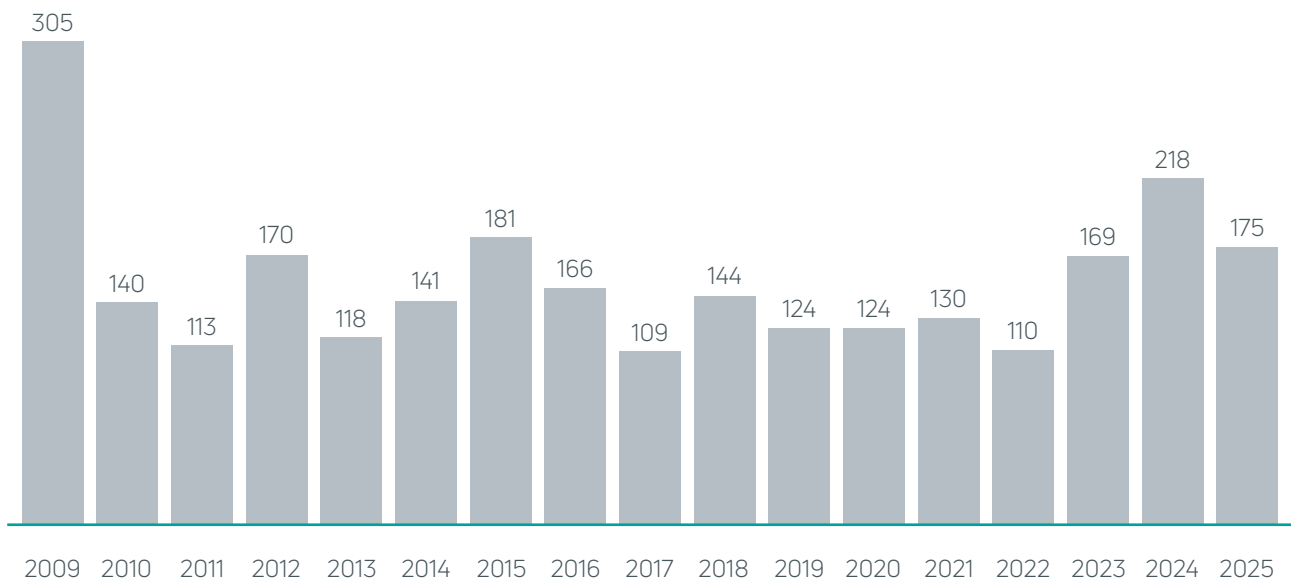
2. ANZAHL DER BEWERBUNGEN

Im Jahr 2025 stehen für die Auswahl der 100 Förderpakete einschließlich der Leuchtturmprojekte insgesamt 175 gültige Bewerbungen zur Verfügung (vgl. Schaubild 1). Nur in drei Wettbewerbsjahren sind mehr Bewerbungen eingegangen als in diesem Jahr. Zugleich wird auch die durchschnittliche Bewerbungszahl über den siebzehnjährigen Wettbewerbszeitraum hinweg (155,1 Bewerbungen) übertroffen. Dieses

Ergebnis verweist auf die ungebrochen hohe Attraktivität des Ideenwettbewerbs für die Vereine und Initiativen im Geschäftsgebiet von Westfalen Weser.

Addiert man sämtliche gültige Bewerbungen von 2009 bis 2025, dann wurden bislang insgesamt 2.637 gültige Projektvorschläge aus der regionalen Zivilgesellschaft eingereicht.

Schaubild 1: Gültige Bewerbungen, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Absolutzahlen.

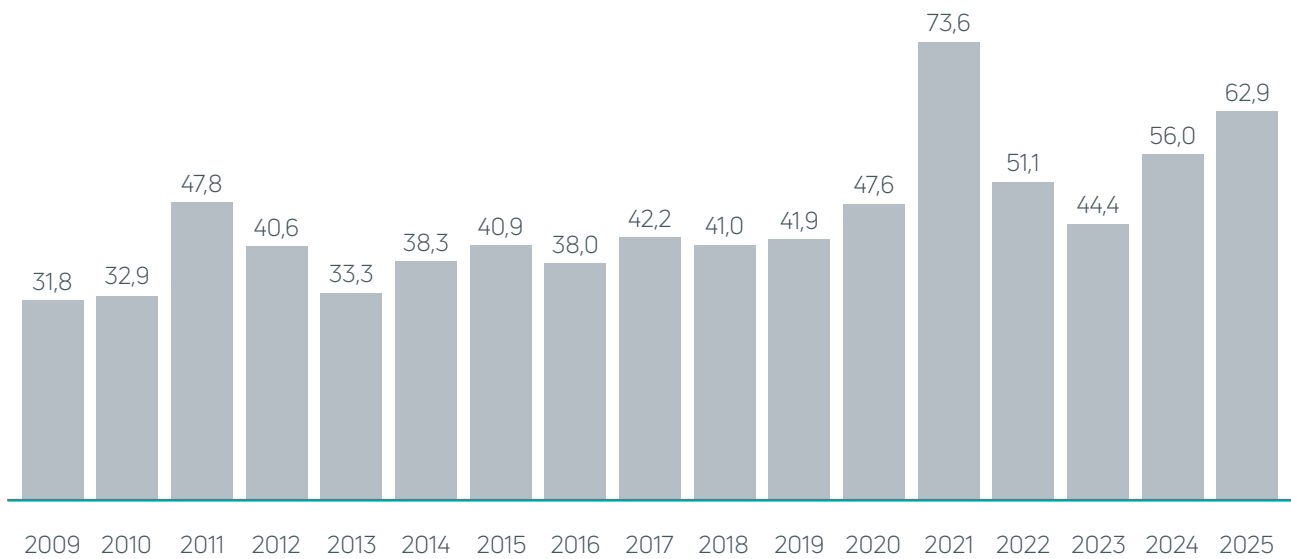


3. NEUHEIT DER PROJEKTE

Bemerkenswert ist darüber hinaus, dass in diesem Wettbewerbsdurchgang in mehr als 60 % der Bewerbungen ein neuartiges Vorhaben präsentiert wird, d.h. dass diese Projekte im Jahr 2025 konzipiert wurden (vgl. Schaubild 2). Im Vergleich zu den vorheri-

gen Jahren wird damit die zweithöchste Quote erreicht, nur 2021 lag diese höher als 2025. Damit bewegt sich der Anteil der Bewerbungen mit einer neuen Projektidee in diesem Jahr auch deutlich über dem Durchschnittswert für alle Wettbewerbsjahre (45,0 %).

Schaubild 2: Anteil der Projekte mit einer neuen Projektidee, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Prozentwerte.



Diese Quote ist auch deshalb bedeutsam, weil der Ideenwettbewerb so konzipiert ist, dass die beantragten Projekte zwar in etablierten Strukturen wie z. B. in Vereinen oder Verbänden entwickelt und umgesetzt werden können; die Projekte selbst sollten aber eine zeitlich und sachlich überschaubare und möglichst

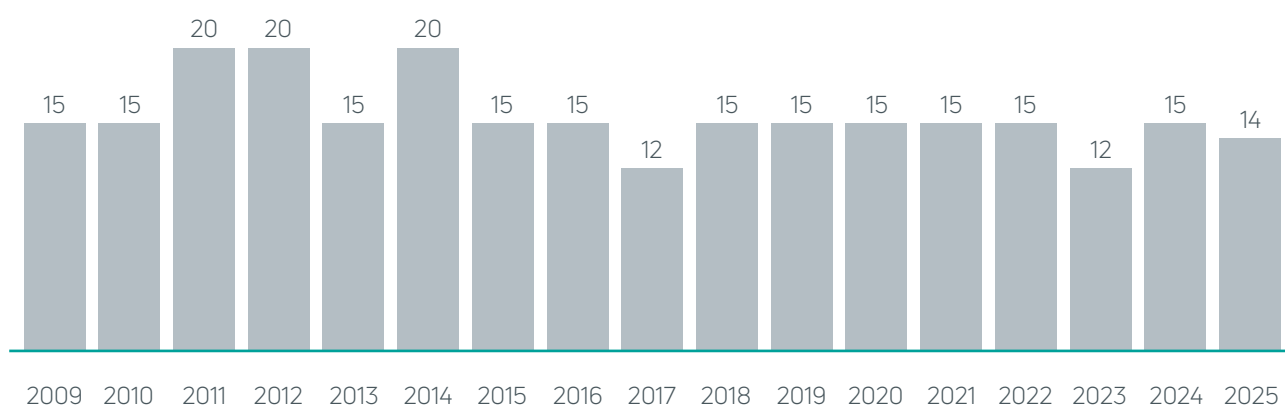
neu entwickelte Idee verfolgen. Insofern werden solche Projekte, die langjährig etabliert sind oder die sich lediglich um eine infrastrukturbezogene Ko-Finanzierung bemühen, nur in inhaltlich begründeten Fällen beim Vorschlag prämiierungswürdiger Leuchtturmprojekte berücksichtigt.

4. HANDLUNGSFORM: BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Betrachtet man zunächst die Anzahl der Personen, die Zeit- und Wissensspenden zugunsten der geplanten Projekte erbringen, dann ergibt sich mit 14 bürgerschaftlich Engagierten im Jahr 2025 ein Median¹, der leicht über dem durchschnittlichen

Median der 17 Wettbewerbsjahre (15,5) liegt (vgl. Schaubild 3). Dabei ist die Spannweite der Engagierten in den Einzelprojekten hoch: Sie reicht von 1 bis zu 450 Engagierten im jeweiligen Projekt.

Schaubild 3: Zahl der bürgerschaftlich Engagierten in den Projekten, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Median.



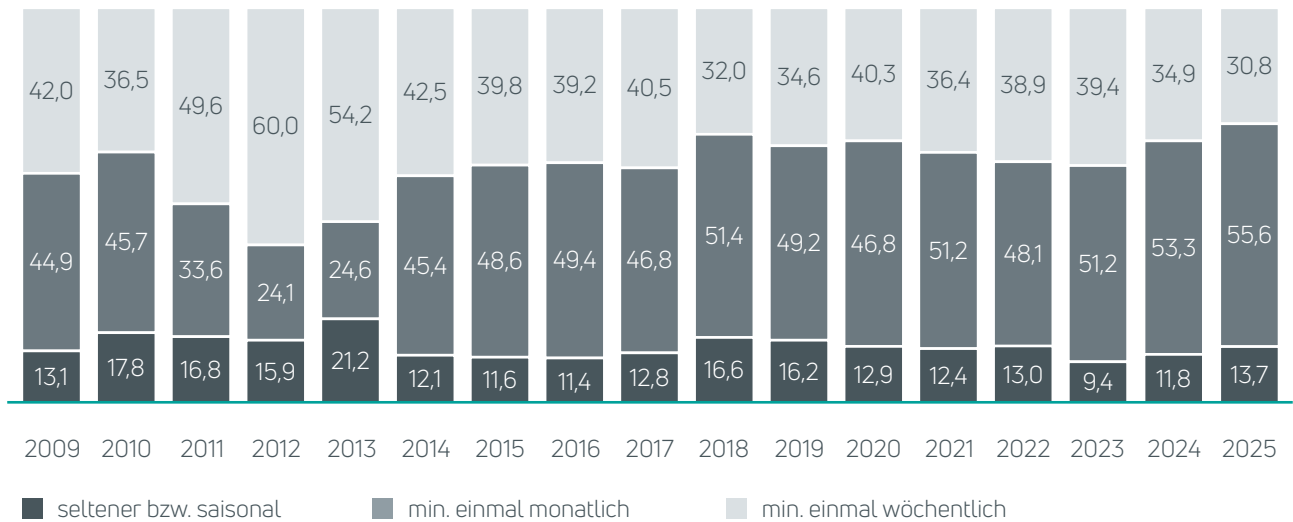
Die hohe Bedeutung des bürgerschaftlichen Engagements für die Leistungserstellung in den Projekten unterstreichen auch die folgenden empirischen Befunde: 89,3% der Bewerber*innen geben 2025 an, dass das ehrenamtliche und freiwillige Engagement „sehr wichtig“ und weitere 10,1% der Projekte, dass es „wichtig“ für ihr Projekt ist, während nur in einer Bewerbung (0,6%) angegeben wird, dass dieses Engagement weniger wichtig für die Projektarbeit ist.

Darüber hinaus kommen die Engagierten bei rund 30% der Projekte mindestens einmal pro Woche zusammen,

um die selbst gesteckten Ziele in die Praxis umzusetzen (vgl. Schaubild 4). Zwar fällt dieser prozentuale Anteil geringer aus als in allen anderen Wettbewerbsjahren, dafür erreicht aber der Anteil der Projekte, in denen sich die Engagierten mindestens einmal pro Monat treffen, den vergleichsweise höchsten Wert (55,6%). Ähnliches zeigt sich auch beim Vergleich mit den entsprechenden Durchschnittswerten über den siebzehnjährigen Wettbewerbszeitraum hinweg (mindestens einmal wöchentlich 40,7%, mindestens einmal monatlich 45,3%, seltener bzw. saisonal 14,0%).

¹Aufgrund der hohen Streuung bei den Einzelangaben wird hier der Median herangezogen, der im Vergleich zu Durchschnittswerten (arithmetisches Mittel) robuster gegenüber extrem abweichenden Werten (Ausreißern) ist.

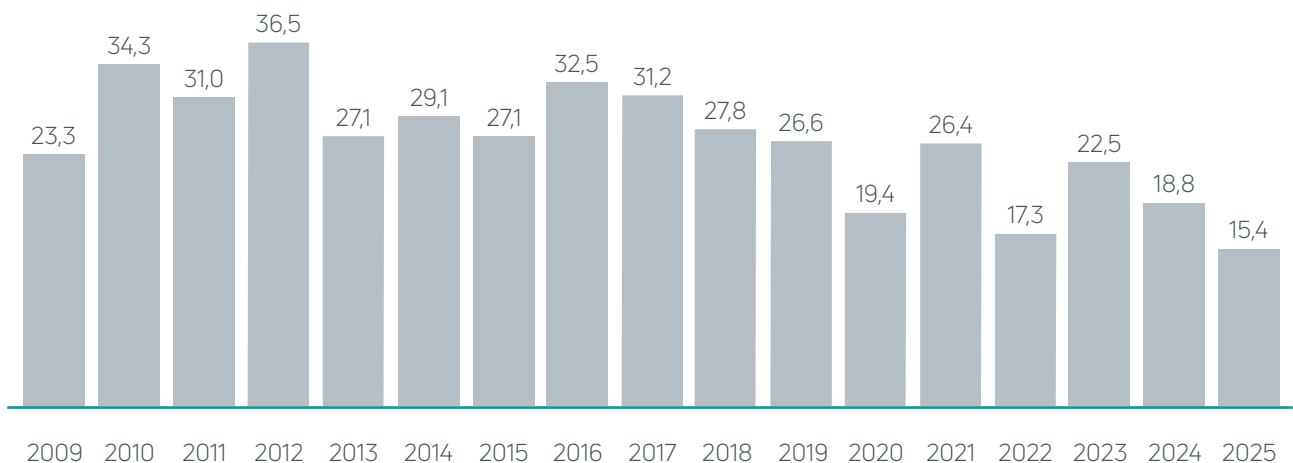
Schaubild 4: Häufigkeit des Zusammenkommens der bürgerschaftlich Engagierten zur Vorbereitung des Projekts, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Prozentwerte.



Die ehrenamtlich und freiwillig Engagierten werden in rund 15 % der Projekte durch hauptamtliches Personal unterstützt, um die Leistungen zu erstellen. Dieser Anteil liegt damit niedriger als in allen anderen Wettbewerbsjahren und mehr als 10 Prozentpunkte niedriger als im Durchschnitt der siebzehn Wettbewerbsjahre (26,3%). Im Jahr 2025 konnten die hauptamtlich unterstützten Projekte auf durchschnittlich knapp 4 entsprechende Personen zurückgreifen.

In der Gesamtbetrachtung werden die Projekte, die sich in diesem Jahr beworben haben, also durch bürgerschaftliches Engagement getragen: Die Angebote werden durch die freiwilligen Zeit- und Wissensspenden von Engagierten erstellt, die bei deutlich weniger als einem Fünftel aller Projekte durch hauptamtliches Personal unterstützt werden.

Schaubild 5: Anteil der Projekte mit hauptamtlicher Unterstützung, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Prozentwerte.



5. HANDLUNGSFELD: ZIELE DER PROJEKTE

Um die Frage zu beantworten, in welchen Bereichen die Projekte ihre Ziele verfolgen, haben die Bewerber*innen auf einer Liste von gesellschaftlichen Handlungsfeldern und dabei auf einer vierstufigen Skala von „trifft überhaupt nicht zu“ (1) bis „trifft ganz genau zu“ (4) entsprechende Antworten gegeben.

Vergleicht man die Befunde der 17 Wettbewerbsjahre auf Basis der Mittelwerte, dann wird eine hohe Konstanz im Hinblick auf die Bedeutung der verschiedenen Handlungsfelder deutlich (vgl. Schaubild 6): Ganz vorne stehen Aktivitäten im Bereich Freizeit und Geselligkeit (z.B. in einer Jugendgruppe oder einem Seniorenclub), der im Vergleich zu allen anderen Wettbewerbsjahren in diesem Jahr den höchsten

durchschnittlichen Zustimmungswert erhalten hat. Darauf folgen Projekte im Feld Sport und Bewegung (z.B. in einem Sportverein), in der außerschulischen Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene (z.B. Kinder- oder Jugendgruppen betreuen oder Bildungsveranstaltungen durchführen) sowie im Bereich Kunst, Kultur und Musik, der z.B. Aktivitäten von Schützen-, Theater- und Musikvereinen umfasst. Im Vergleich zum Vorjahr haben diese drei Bereiche leicht an Bedeutung verloren. An diese Handlungsfelder schließen sich solche Projekte an, die sich dem weiten Handlungsfeld „sonstiger bürgerschaftlicher Aktivitäten“ zuordnen lassen; bei diesen Projekten geht es in der Praxis häufig um bürgerschaftliche Engagements zur Gestaltung des öffentlichen Raums im lokalen Gemeinwesen.

Schaubild 6: Selbstuordnung der Projekte zu Zielstellungen in gesellschaftlichen Bereichen, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Mittelwerte (Rundungsfehler), Aussage trifft: 1 = überhaupt nicht zu, 2 = weniger zu, 3 = eher zu, 4 = ganz genau zu, Mehrfachnennungen.

	Freizeit und Geselligkeit	Sport und Bewegung	Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene	Kunst, Kultur und Musik	sonstige bürgerschaftliche Aktivitäten	Schule oder Kindergarten	Umwelt, Naturschutz oder Tierschutz	Kirchlicher oder religiöser Bereich	Freiwillige Feuerwehr, Unfall-/ Rettungsdienst	Gesundheitsbereich	Wissenschaft oder Forschung	Politik und demokratische Interessenvertretung	Justiz oder Kriminalitätsprobleme
2009	2,9	2,7	2,5	2,3	1,8	1,8	1,5	1,4	1,3	1,4	1,4	1,1	1,1
2010	2,8	2,2	2,6	2,2	2,2	2,2	1,6	1,3	1,3	1,5	1,6	1,1	1,1
2011	2,9	2,6	2,6	2,3	2,2	2,2	1,7	1,4	1,2	1,6	1,5	1,1	1,1
2012	2,9	2,6	2,5	2,2	2,2	2,2	1,7	1,3	1,3	1,5	1,5	2,2	1,1
2013	2,7	2,4	2,5	2,0	2,0	2,1	1,5	1,4	1,3	1,8	1,4	1,1	1,0
2014	2,8	2,5	2,4	2,3	2,3	2,2	1,7	1,5	1,3	1,5	1,4	1,2	1,1
2015	2,9	2,5	2,6	2,2	2,2	2,1	1,6	1,4	1,4	1,4	1,5	1,2	1,1
2016	2,7	2,3	2,6	2,2	2,2	2,0	1,6	1,4	1,4	1,4	1,4	1,1	1,1
2017	2,7	2,5	2,4	2,0	2,2	2,2	1,8	1,4	1,5	1,5	1,5	1,2	1,0
2018	2,9	2,5	2,5	2,3	2,3	1,8	1,6	1,3	1,4	1,5	1,5	1,2	1,1
2019	2,8	2,5	2,5	2,3	2,4	2,0	1,7	1,5	1,3	1,6	1,4	1,2	1,0
2020	2,8	2,6	2,5	2,0	2,4	1,8	1,7	1,3	1,5	1,4	1,4	1,2	1,0
2021	3,0	2,4	2,5	2,1	2,3	1,9	1,8	1,3	1,5	1,5	1,4	1,2	1,1
2022	2,9	2,5	2,3	2,0	2,0	2,0	1,8	1,3	1,4	1,5	1,4	1,2	1,1
2023	3,1	2,5	2,5	2,5	2,3	1,8	1,6	1,4	1,5	1,5	1,3	1,3	1,1
2024	3,1	2,7	2,6	2,5	2,2	1,9	1,7	1,4	1,4	1,5	1,3	1,2	1,1
2025	3,2	2,6	2,3	2,3	2,0	1,8	1,5	1,5	1,4	1,3	1,3	1,2	1,0
Durchschnitt: 17 Jahre	2,9	2,5	2,5	2,2	2,2	2,0	1,7	1,4	1,4	1,5	1,4	1,2	1,1

Daran anschließend platzieren sich Projekte im Bereich Schule oder Kindergarten, bei denen es sich vielfach um Anträge von Fördervereinen handelt, und Projekte im Bereich Umwelt, Natur- oder Tierschutz sowie im kirchlichen oder religiösen Bereich. Alle weiteren Bereiche, die abgefragt wurden, haben auf der vierstufigen Skala im Mittel Zustimmungswerte auf der oder unterhalb der 1,5-Marke, sie spielen bei den Zielstellungen der Projekte also eine durchschnittlich geringere Rolle.

Die Handlungsfelder, in denen die Projekte ihre Ziele maßgeblich verorten, scheinen mit dem Verbreitungsgrad von entsprechenden Vereinen in Deutschland (z.B. die hohe Zahl von Freizeit- und Sportvereinen) und speziell auch im Geschäftsgebiet von Westfalen Weser (z.B. Schützenvereine) zu korrespondieren. Insofern spiegelt der Wettbewerb die zivilgesellschaftliche Infrastruktur in der Region offenkundig gut wider.

6. HANDLUNGSORIENTIERUNG: ZIELGRUPPEN DER PROJEKTE

Eine hohe Konstanz über die Wettbewerbsjahre hinweg weisen auch die Zielgruppen auf, die bei den Projekten im Mittelpunkt stehen (vgl. Schaubild 7 und 8). Im Jahr 2025 betonen mehr als drei Viertel der

Bewerber*innen, dass sich ihre Projekte explizit an die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen richten. In der konkreten Praxis hat der Ideenwettbewerb also einen ausgesprochenen Kinder- und Jugendbezug.

Schaubild 7: Zielgruppen der Projekte im Jahr 2025. Prozentwerte, Mehrfachnennungen.

Zielgruppen	Trifft überhaupt nicht zu	Trifft weniger zu	Trifft eher zu	Trifft ganz genau zu	Gesamt
Kinder und Jugendliche	3,5	8,3	10,1	78,1	100,0
Mädchen und Frauen	6,5	13,0	26,0	54,5	100,0
Ältere	17,8	13,5	16,0	52,7	100,0
Personen mit Migrationsintergrund	8,9	22,5	26,6	42,0	100,0
sozial benachteiligte Bevölkerungsgruppen	13,6	24,9	26,6	34,9	100,0
bestimmte Berufsgruppen (Wissenschaftler, Künstler etc.)	71,6	16,6	5,3	6,5	100,0

Vergleicht man die diesjährigen Mittelwerte für die einzelnen Zielgruppen mit den entsprechenden Mittelwerten über den siebzehnjährigen Wettbewerbszeitraum hinweg, dann fällt auf, dass in diesem Jahr

Projekte zugunsten der Zielgruppen Mädchen und Frauen, Ältere sowie Personen mit Migrationshintergrund eine tendenziell höhere Relevanz haben (vgl. Schaubild 8).

Schaubild 8: Zielgruppen der Projekte, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Mittelwerte (gerundet), Aussage trifft: 1 = überhaupt nicht zu, 2 = weniger zu, 3 = eher zu, 4 = ganz genau zu, Mehrfachnennungen möglich.

	Kinder und Jugendliche	Mädchen und Frauen	Ältere	Personen mit Migrationshintergrund	sozial benachteiligte Gruppen	bestimmte Berufsgruppen
2009	3,7	3,0	2,6	2,5	2,5	1,4
2010	3,6	2,9	2,6	2,7	2,6	1,6
2011	3,6	2,9	2,7	2,7	2,8	1,7
2012	3,7	3,0	2,6	2,8	2,8	1,5
2013	3,5	2,9	2,7	2,7	2,8	1,6
2014	3,7	2,9	2,7	2,6	2,6	1,4
2015	3,7	3,0	2,6	2,8	2,7	1,4
2016	3,6	2,9	2,6	2,8	2,8	1,5
2017	3,7	3,2	2,7	2,8	2,7	1,5
2018	3,6	3,0	2,7	2,8	2,8	1,4
2019	3,7	3,2	2,9	2,9	2,9	1,6
2020	3,6	3,2	2,9	3,0	2,9	1,6
2021	3,6	3,3	3,0	2,9	2,9	1,6
2022	3,5	3,2	2,9	2,9	2,8	1,7
2023	3,6	3,3	2,9	3,0	2,8	1,6
2024	3,6	3,4	3,2	3,1	3,1	1,7
2025	3,6	3,3	3,0	3,0	2,8	1,5
Durchschnitt: 17 Jahre	3,6	3,1	2,8	2,8	2,8	1,5

7. HANDLUNGSWEISE: ERÖFFNUNG VON GELEGENHEITSSTRUKTUREN

Die zu prämierenden Projekte sollen Gelegenheitsstrukturen zur Durchführung von zivilgesellschaftlichen Aktivitäten im Gemeinwesen verbessern, indem entsprechende Strukturen implementiert (gestaltende Ebene), organisiert, unterstützt bzw. geleitet (ermöglichende Ebene) oder aber durchgeführt (operative Ebene) werden (vgl. dazu Abschnitt 2).

Betrachtet man vor diesem Hintergrund die empirischen Daten, dann wird auch in dieser Hinsicht eine

bemerkenswert hohe Konstanz über den gesamten Wettbewerbszeitraum der 17 Jahre hinweg deutlich (vgl. Schaubild 9). Sichtbar wird dabei vor allem, dass Maßnahmen auf der operativen Ebene im Zusammenspiel mit Aktivitäten auf der ermöglichenden Ebene bei den Projekten eine herausgehobene Rolle spielen. Die meisten Projekte beabsichtigen, konkrete Maßnahmen durchzuführen, die vielfach damit verbunden sind, die dafür erforderlichen Rahmenbedingungen zu organisieren oder zu unterstützen.

Schaubild 9: Aufgaben, die in den Projekten umgesetzt werden, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Mittelwerte (Rundungsfehler), Aussage trifft: 1 = überhaupt nicht zu, 2 = weniger zu, 3 = eher zu, 4 = ganz genau zu, Mehrfachnennungen.

	Organisation und Durchführung von Treffen oder Veranstaltungen	Unterstützung bei Veranstaltungen	Betreuung oder Anleitung von Gruppen	Anschaffung oder Verbesserung der Infrastruktur (z.B. Tornetze)	Öffentlichkeitsarbeit	Lehren, unterrichten oder ausbilden	Interessenvertretung und Mitsprache	Wartung oder Pflege von Anlagen/ Einrichtungen	Geld sammeln oder Mittelbeschaffung (Fundraising)	Pflege oder Betreuung von Personen	Beratung	Verwaltungsarbeit	Transport-/ Fahrleistungen
2009	3,0	2,7	3,0	2,6	2,4	2,8	1,6	1,9	1,6	1,6	1,7	1,4	1,3
2010	3,1	2,7	3,1	2,3	2,6	2,6	1,8	1,7	1,7	1,7	1,8	1,5	1,5
2011	3,0	2,7	3,1	2,4	2,5	2,7	1,8	1,8	1,7	1,8	1,8	1,5	1,3
2012	3,1	2,7	2,8	2,6	2,4	2,5	1,9	1,8	1,7	1,7	1,7	1,4	1,4
2013	3,0	2,7	3,0	2,4	2,5	2,7	1,7	1,7	1,8	1,8	1,9	1,5	1,3
2014	3,0	2,7	2,9	2,5	2,4	2,5	1,8	1,9	1,7	1,6	1,7	1,4	1,4
2015	3,0	2,7	2,9	2,5	2,4	2,6	1,6	2,0	1,7	1,7	1,6	1,3	1,4
2016	3,1	2,7	2,9	2,5	2,4	2,8	1,8	1,8	1,8	1,6	1,9	1,5	1,4
2017	3,0	2,7	2,9	2,5	2,8	2,6	1,9	1,9	1,9	1,6	1,8	1,5	1,4
2018	3,2	2,8	2,9	2,4	2,8	2,5	1,7	1,9	1,8	1,6	1,7	1,5	1,4
2019	3,2	2,8	2,9	2,4	2,7	2,5	1,7	1,6	1,7	1,6	1,7	1,4	1,4
2020	3,0	2,7	2,8	2,8	2,6	2,7	1,7	1,9	1,6	1,4	1,7	1,4	1,3
2021	3,1	2,9	2,8	2,5	2,5	2,5	1,6	1,8	1,8	1,7	1,7	1,4	1,4
2022	3,0	2,7	2,6	2,4	2,4	2,4	1,6	1,7	1,6	1,5	1,5	1,4	1,3
2023	3,4	3,2	2,8	2,3	2,4	2,3	1,7	1,7	1,7	1,4	1,6	1,3	1,3
2024	3,3	2,9	2,7	2,6	2,5	2,3	1,7	1,7	1,7	1,7	1,5	1,3	1,3
2025	3,4	3,0	2,8	2,3	2,3	2,3	1,8	1,7	1,6	1,5	1,5	1,3	1,3
Durchschnitt: 17 Jahre	3,1	2,8	2,9	2,5	2,5	2,5	1,7	1,8	1,7	1,6	1,7	1,4	1,4

Besonders relevant ist dabei die Organisation und Durchführung von Treffen oder Veranstaltungen; diese Aufgaben erhalten in diesem Jahr die höchsten Zustimmungswerte im Vergleich zu allen anderen Wettbewerbsjahren. Ähnlich wie in den Jahren zuvor sind darüber hinaus die Unterstützung bei Veranstaltungen sowie die Betreuung und Anleitung von Gruppen relevante Aufgabenfelder. Es folgen Aufgaben im Bereich der Anschaffung oder Verbesserung der Infrastruktur, der Öffentlichkeitsarbeit sowie des

Lehrens, Unterrichtens oder Ausbildens, wobei diese drei Aufgabenbereiche 2025 als tendenziell weniger bedeutsam eingestuft werden als im Durchschnitt der 17 Wettbewerbsjahre. Alle weiteren abgefragten Bereiche haben auf der vierstufigen Skala durchschnittliche Zustimmungswerte unterhalb der 2,0-Marke; sie spielen bei den Aufgaben, die in den Projekten umgesetzt werden, also eine deutlich geringere Rolle.

8. HANDLUNGSRAUM: AUSGANGSPUNKT IM GESCHÄFTSGEBIET

Prämiert werden sollen Projekte aus der regionalen Zivilgesellschaft des Geschäftsgebiets von Westfalen Weser. Die Projekte müssen jedoch nur ihren räumlichen Ausgangspunkt im Geschäftsgebiet haben, das Engagement kann auch anderen Gebieten in regionaler, bundesweiter, europäischer oder auch globaler Perspektive zugutekommen.

Die empirischen Ergebnisse zeigen, dass fast alle Projekte einen eindeutigen lokalen Bezug haben (vgl. Schaubild 10). Für 95,9% der Projekte trifft das ganz genau zu. Darüber hinaus sieht mehr als ein Drittel der Projekte den Handlungsraum ausdrücklich (auch) im regionalen Kontext. Im Vergleich dazu spielt der Bezug zum Bundesland oder gar zum Bundesgebiet eine deutlich geringere Rolle. Ein Bezug zu Europa oder zum globalen Kontext ist für einen hohen Anteil der Projekte nicht gegeben.

Schaubild 10: Handlungsraum der Projekte im Jahr 2025. Prozentwerte, Mehrfachnennungen.

Der örtliche Bezug ist...	Trifft überhaupt nicht zu	Trifft weniger zu	Trifft eher zu	Trifft ganz genau zu	Gesamt
lokal	–	1,1	3,0	95,9	100,0
regional	10,7	13,6	40,2	35,5	100,0
Bundesland NRW/NI	33,7	29,0	19,5	17,8	100,0
Deutschland	53,3	28,4	8,8	9,5	100,0
Europa	74,0	16,0	5,9	4,1	100,0
global	82,3	11,2	4,1	2,4	100,0

Vor diesem Hintergrund erweist sich der Wettbewerb „Ideen werden Wirklichkeit“ als ein lokaler Ideenwettbewerb, bei dem Maßnahmen vor Ort ermöglicht bzw. realisiert werden. An dieser grundsätzlichen Beobachtung hat sich für über alle Wettbewerbsjahre hinweg

nichts geändert (vgl. Schaubild 11). Primär haben sich bislang also Projekte beworben, die in den unmittelbaren lokal-räumlichen Zusammenhängen der Zivilgesellschaft im Geschäftsgebiet von Westfalen Weser ihre Zielstellungen verfolgen.

Schaubild 11: Handlungsraum der Projekte, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Mittelwerte (Rundungsfehler), Aussage trifft: 1 = überhaupt nicht zu, 2 = weniger zu, 3 = eher zu, 4 = ganz genau zu), Mehrfachnennungen.

	lokal	regional	Bundesland NRW/NI	Deutschland	Europa	global
2009	3,9	2,9	1,8	1,7	1,3	1,2
2010	3,9	3,0	2,0	1,7	1,4	1,3
2011	4,0	3,0	1,8	1,7	1,4	1,4
2012	3,9	2,8	1,8	1,6	1,3	1,2
2013	3,9	2,9	1,7	1,4	1,2	1,5
2014	4,0	2,9	1,8	1,3	1,3	1,6
2015	3,9	2,9	1,8	1,6	1,3	1,2
2016	3,9	2,8	1,8	1,7	1,3	1,3
2017	3,9	3,0	1,9	1,8	1,4	1,3
2018	3,9	3,2	1,9	1,7	1,4	1,3
2019	3,9	3,2	2,3	1,9	1,5	1,4
2020	4,0	3,1	2,3	1,8	1,4	1,2
2021	3,9	3,2	2,4	1,8	1,4	1,3
2022	4,0	3,2	2,3	2,0	1,5	1,4
2023	3,9	3,2	2,2	1,7	1,3	1,3
2024	4,0	3,0	2,1	1,6	1,3	1,3
2025	4,0	3,0	2,2	1,8	1,4	1,3
Durchschnitt: 17 Jahre	3,9	3,0	2,0	1,7	1,4	1,3

9. FAZIT

Die überdurchschnittlich hohe Anzahl an Projektbewerbungen im Jahr 2025 bringt die breite Akzeptanz des Ideenwettbewerbs in der Zivilgesellschaft des Geschäftsgebiets von Westfalen Weser zum Ausdruck. Gleichzeitig scheint die Vielfalt an Projektbewerbungen auf der einen Seite und die thematischen Schwerpunktbildungen auf der anderen Seite die zivilgesellschaftliche Wirklichkeit im Geschäftsgebiet von Westfalen Weser widerzuspiegeln, insofern als selbstorganisierte und vor allem in Vereinen organisierte Angebote in Freizeit und Geselligkeit, Sport und Bewegung, außerschulischer Bildungsarbeit sowie Kunst, Kultur und Musik eine maßgebliche Rolle spielen.

Bemerkenswert an den Bewerbungen in diesem Jahr ist darüber hinaus, dass es sich bei einem weit überdurchschnittlichen Anteil der Projekte um neue Projektideen handelt, die in 2025 entwickelt wurden. Um diese Projektideen in die Praxis umzusetzen, bilden Wissens- und Zeitspenden im Sinne eines bürgerchaftlichen Engagements der Menschen vor Ort die

zentrale Basis. Auffällig ist, dass der Anteil an Projekten mit hauptamtlicher Unterstützung 2025 niedriger ist als in allen anderen Wettbewerbsjahren zuvor.

Die Angebote im Rahmen der Projekte, bei denen vorrangig Treffen oder Veranstaltungen realisiert bzw. unterstützt und Gruppen angeleitet oder betreut werden sollen, richten sich primär an Kinder und Jugendliche. Diese Angebote orientieren sich dabei nicht nur an Bedarfen von (Vereins-)Mitgliedern, sondern vielfach auch an jenen von Dritten.

Insgesamt zeigen die Bewerbungen auch in diesem Wettbewerbsjahr, dass es bei den Projekten nicht um besonders ressourcenstarke Projekte in der Gesellschaft handelt, die vielfach medial und politisch im Fokus der Aufmerksamkeit stehen. Die Zivilgesellschaft zeichnet sich vielmehr durch die kreative Vielfalt überschaubarer Projekte in der Lebenswelt der lokalen Vereine und Initiativen aus, die in ihrer Gesamtheit einen substanziellen Beitrag zu Wohlfahrt und Demokratie leisten können.



Impressum

Herausgeber

Westfalen Weser Energie GmbH & Co. KG
Tegelweg 25
33102 Paderborn
Telefon 05251/503-6767
Fax 05251/503-7259

Verantwortlich

Inga Wilcke

Redaktion

Uta Wolff
T 0151/11356752
E uta.wolff@ww-energie.com

Text

Prof. Dr. Sebastian Braun, Berlin
ideen.werden.wirklichkeit@online.de

Stand: Oktober 2025