



Westfalen Weser
Energie

Ideen werden Wirklichkeit –

**100 FÖRDER
PAKETE**

für Vereine in der Region.



Herausragende Leuchtturmprojekte 2019 für bürgerschaftliches Engagement

Gemeinsam Energie bewegen.

1. Zielstellung des Wettbewerbs

Die Westfalen Weser Energie GmbH & Co. KG hat 2019 zum elften Mal den jährlichen Wettbewerb „Ideen werden Wirklichkeit – 100 Förderpakete für Vereine in der Region!“ durchgeführt.

Ziel des Wettbewerbs ist es, im Netzgebiet des Unternehmens zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beizutragen, indem bis zu 100 Projekte von ehrenamtlich und freiwillig engagierten Bürgerinnen und Bürgern 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:

- Das Projekt wird bürgerschaftlich organisiert und dient dem Gemeinwohl.
- Das Projekt verbessert die Rahmenbedingungen zur Durchführung, Organisation oder Unterstützung von Aktivitäten in der Bürgergesellschaft, die über den „Tellerrand“ hinausreichen. Politisch oder weltanschaulich motivierte Projekte werden nicht berücksichtigt.
- Zur Umsetzung der kreativen und neuen Ideen benötigen die Projekte Personal- und/oder Sachmittel. Durch die einmalige Förderung soll das Projekt in die Lage versetzt werden, die Ideen zeitnah in die Wirklichkeit umzusetzen. Entscheidend ist nicht die „Größe“ des Projekts, sondern ist die realistische Umsetzbarkeit der Idee.
- Das Projekt muss seinen regionalen Ausgangspunkt im Netzgebiet von Westfalen Weser Energie haben. Das Projekt selbst kann aber auch dem Gemeinwohl in anderen Regionen des Bundeslandes, in Deutschland oder auch in der Welt zugutekommen.
- Das Projekt darf keine explizit politisch und religiös motivierte Ausrichtung haben, weil Westfalen Weser Energie als Unternehmen weltanschaulich neutral bleiben will.
- Das Projekt muss konform gehen mit der freiheitlich-demokratischen Grundordnung der Bundesrepublik Deutschland und darf insofern nicht jugendgefährdend, sittenwidrig oder extremistisch ausgerichtet sein.

Auf der Grundlage dieser Kriterien konnten sich von April 2019 bis August 2019 Projekte mit ihrer jeweiligen Projektidee auf der Basis eines Online-Fragebogens bewerben. Der Fragebogen, der geschlossene und offene Antwortvorgaben enthielt und der über die Homepage des Unternehmens zugänglich war, wurde im

Verlauf der elf Jahre zwar immer wieder bedarfsorientiert modifiziert; im Hinblick auf die Kernfragen ist er aber unverändert geblieben, um Zeitreihenvergleiche vornehmen zu können.

Auf der Grundlage der vorliegenden Bewerbungen wird im Folgenden ein Überblick über die statistischen Auswertungen der Online-Fragebögen im Jahr 2019 gegeben.

2. Projektbewerbungen

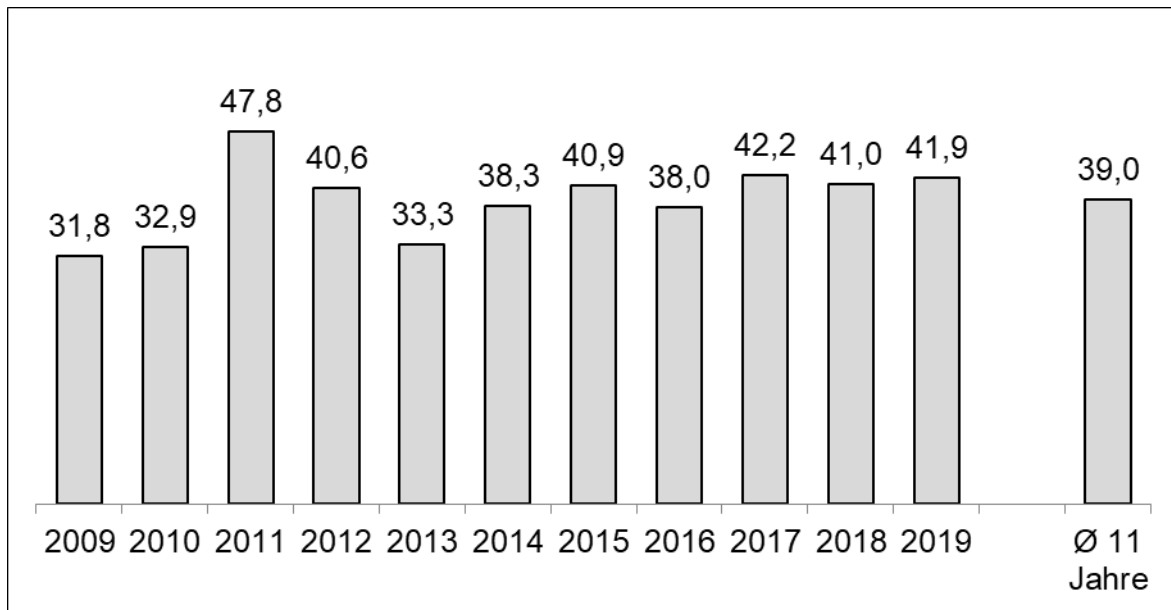
Im Jahr 2019 stehen für die Auswahl der 100 Förderpakete einschließlich der Leuchtturmprojekte insgesamt 124 gültige Bewerbungen zur Verfügung (vgl. Schaubild 1). Betrachtet man die Zahl der gültigen Bewerbungen über den Zeitraum der elf Wettbewerbsjahre hinweg, dann standen im Jahresdurchschnitt knapp 156 Bewerbungen zur Auswahl. Die entsprechende Zahl von Bewerbungen liegt 2019 also unter dem Elfjahresdurchschnitt. Addiert man die Bewerbungen über den Elfjahreszeitraum hinweg, dann ergibt sich eine Zahl von insgesamt 1.711 gültigen Projektvorschlägen, die bislang für den Ideenwettbewerb zur Verfügung standen (vgl. Schaubild 1).

Schaubild 1: Gültige Bewerbungen, differenziert nach Wettbewerbsjahr.

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2009-2019
305	140	113	170	118	141	181	166	109	144	124	1.711

Darüber hinaus lassen die Daten im Zeitverlauf erkennen, dass der Anteil der Projekte, die ein neuartiges Vorhaben planen, über die elf Jahre hinweg sichtbar schwankt (vgl. Schaubild 2). So wurden im Jahr 2009 z.B. nur 31,8% neue Projektvorschläge bei einer gleichzeitig sehr hohen Bewerbungszahl eingereicht, während im Jahr 2011 47,8% neue Projektideen bei einer geringeren Zahl von Bewerbungen zur Verfügung standen. In diesem Jahr liegt der Anteil der neu konzipierten Projektideen bei 41,9% der Bewerbungen. Er liegt damit über dem entsprechenden Mittelwert des Elfjahreszeitraums, der bei 39% rangiert.

Schaubild 2: Anteil der Projekte mit einer neuen Projektidee, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Angaben in Prozent.

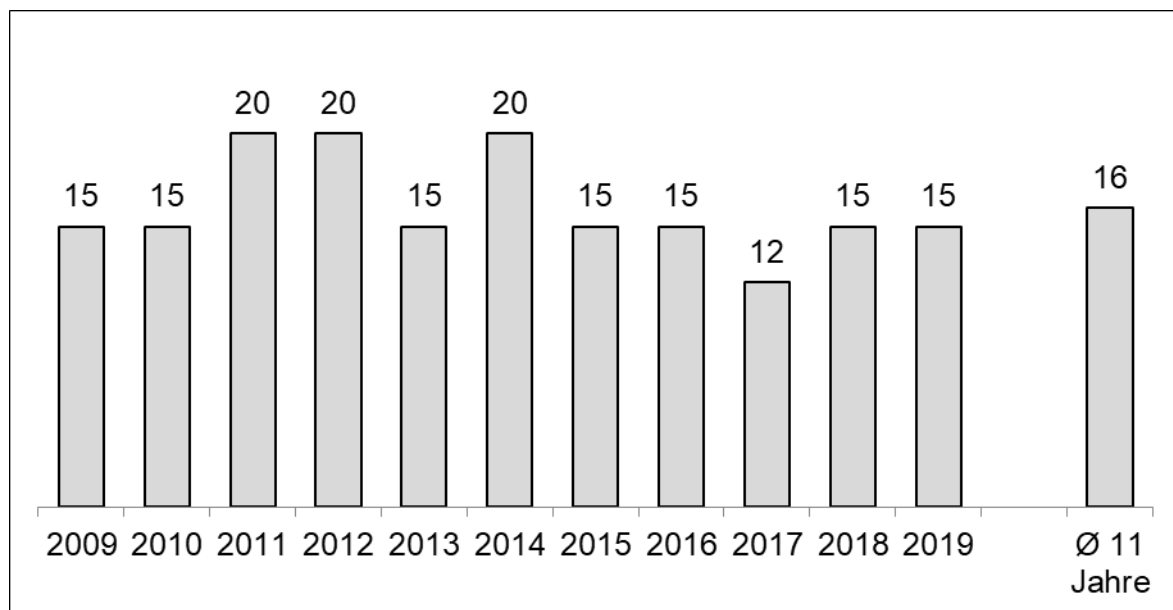


Da der Ideenwettbewerb so konzipiert ist, dass die geplanten Projekte in etablierten Strukturen wie z.B. in Vereinen oder Verbänden entwickelt und realisiert werden können, zugleich aber eine zeitlich und sachlich überschaubare Idee erkennbar werden sollte, wurden solche Projekte, die langjährig etabliert sind oder die sich lediglich um eine infrastrukturbezogene Ko-Finanzierung bemühen, nur in inhaltlich begründeten Fällen in den Vorschlag prämiierungswürdiger Leuchtturmprojekte einbezogen.

3. Handlungsform: Bürgerschaftliches Engagement

Den gemeinsamen Kern sämtlicher Projekte, die als grundsätzlich förderungswürdig betrachtet werden, bildet seit Beginn des Wettbewerbs „Ideen werden Wirklichkeit“ ein fundiertes Verständnis von bürgerschaftlichem Engagement, auf dessen Grundlage die Projekte ihre Aktivitäten entfalten und ihre Leistungen erstellen sollen. Es geht um Projekte, die von den Verantwortlichen nicht erwerbsmäßig ausgeübt werden, unbezahlt sind (wenngleich Aufwandsentschädigungen möglich sind), aber auch nicht der Schattenwirtschaft zuzurechnen sind, und die im öffentlichen Raum (also außerhalb des sozialen Nahraums der Familie) erbracht werden. Der Begriff des bürgerschaftlichen Engagements schlägt bewusst eine Brücke zwischen den vielfach getrennt diskutierten Formen des ehrenamtlichen, sozialen und gesellschaftspolitischen Engagements. Auf diese Weise sollen alte und neue Formen gemeinsam sichtbar gemacht und gewürdigt werden.

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

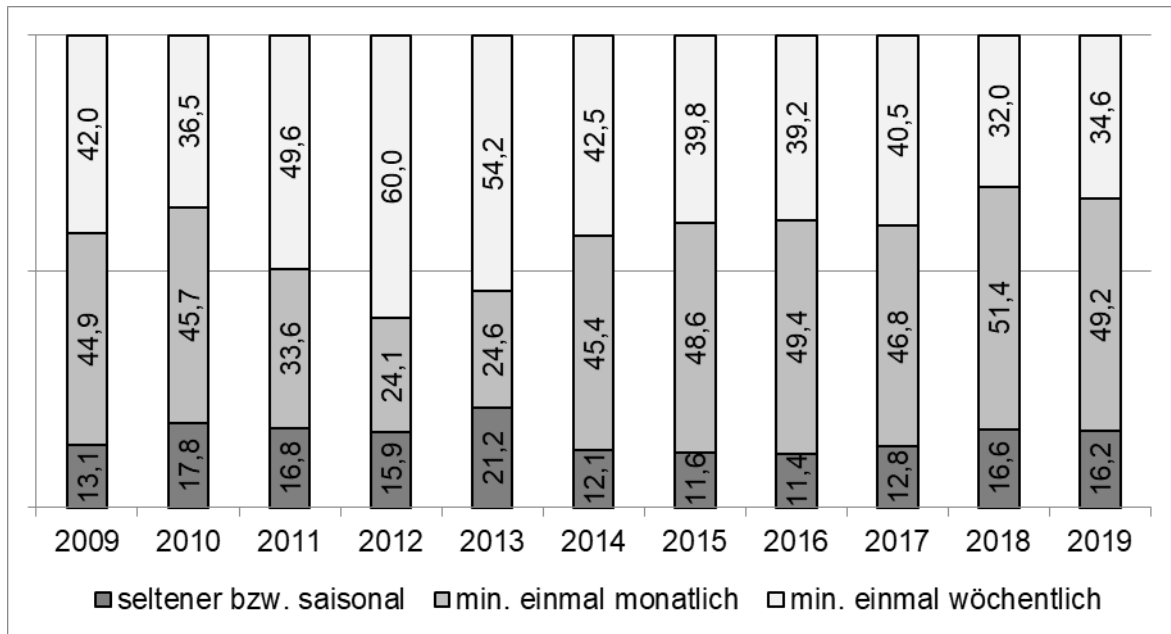


Betrachtet man die Anzahl der Personen, die Zeit- und Wissensspenden für die Projekte erbringen, dann ergibt sich mit 15 ehrenamtlich und freiwillig Engagierten im Jahr 2019 ein Median¹, der leicht unter dem durchschnittlichen Median der elf Jahre (16) liegt. Dabei ist auch in diesem Jahr die Spannweite der Engagierten in den Einzelprojekten groß (sie reicht z.B. bis zu 900 Engagierten in einem Projekt).

Die hohe Relevanz des ehrenamtlichen und freiwilligen Engagements für die Leistungserstellung der Projekte dokumentiert sich auch in den folgenden Ergebnissen: Rund 88% der Bewerberprojekte in 2019 geben an, dass das ehrenamtliche und freiwillige Engagement sehr wichtig für ihr Projekt ist. Darüber hinaus kommen die Engagierten bei rund einem Drittel der Projekte mindestens einmal pro Woche zusammen, um die selbst gesteckten Ziele in die Praxis umzusetzen (vgl. Schaubild 4).

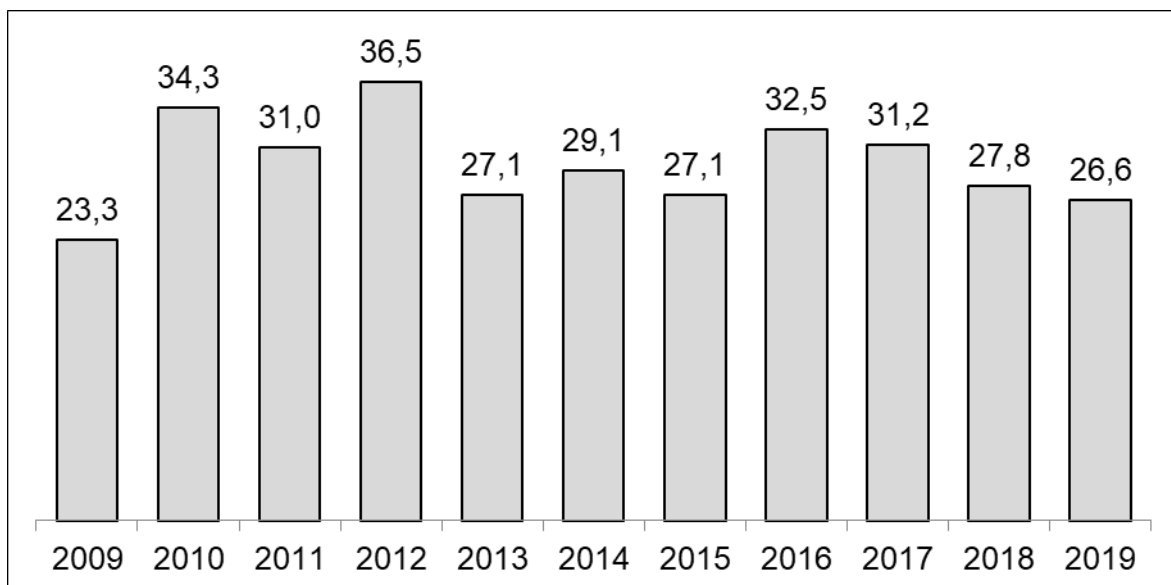
¹ Aufgrund der hohen Streuung der Einzelangaben wird im vorliegenden Zusammenhang der Median verwendet. Im Vergleich zu Durchschnittswerten (arithmetisches Mittel) hat der Median den Vorteil, robuster gegenüber extrem abweichenden Werten (Ausreißern) zu sein.

Schaubild 4: Häufigkeit des Zusammenkommens der ehrenamtlich Engagierten zur Vorbereitung des Projekts, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Angaben in Prozent.



Mit einem Wert von rund 0,7 ist die durchschnittliche Zahl des involvierten hauptamtlichen Personals in den Projekten gering. Bei dieser eher kleineren Zahl ist zudem zu berücksichtigen, dass rund 73,4% der Projekte ausschließlich ehrenamtlich ohne bezahltes Personal arbeiten bzw. nur 26,6% der Bewerberprojekte auf hauptamtliches Personal zurückgreifen, um die Leistungen zu erstellen (vgl. Schaubild 5).

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



In der Gesamtbetrachtung werden die Projekte also ganz sichtbar durch bürgerschaftliches Engagement getragen, insofern als die Angebote durch ehrenamtlich

und freiwillig Engagierte erstellt werden, die bei etwas mehr als einem Viertel der Projekte durch hauptamtliches Personal unterstützt werden.

4. Handlungsfeld: Ziele der Projekte

Damit stellt sich die Frage, in welchen Bereichen die Projekte ihre Ziele verfolgen. Um diese Frage zu beantworten, haben die Bewerberinnen und Bewerber auf einer Liste von gesellschaftlichen Handlungsfeldern angegeben, in welchen Bereichen die Projekte ihre maßgeblichen Ziele verfolgen (vgl. dazu Schaubild 6). Bewertungsgrundlage war eine vierstufige Skala von „trifft überhaupt nicht zu“ (1) bis „trifft ganz genau zu“ (4).

Vergleicht man die Befunde der elf Wettbewerbsjahre auf der Basis der Mittelwerte, dann erkennt man insbesondere die ausgesprochen hohe Konstanz im Hinblick auf die Bedeutung einzelner Handlungsfelder (vgl. Schaubild 6): Aktivitäten in den Bereichen Freizeit und Geselligkeit (z.B. in einer Jugendgruppe oder einem Seniorenclub), außerschulische Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene (z.B. Kinder- oder Jugendgruppen betreuen oder Bildungsveranstaltungen durchführen) sowie Sport und Bewegung (z.B. im Sportverein oder einer Bewegungsgruppe) spielen in den Projektbewerbungen insgesamt eine zentrale Rolle. Diese drei Bereiche weisen auf der vierstufigen Skala in 2019 wie auch im Elfjahresdurchschnitt einen Mittelwert von mindestens 2,5 auf.

In diesem Wettbewerbsjahr sind nah an dieses „Spitzenfeld“ solche Projekte herangerückt, die sich dem weiten gesellschaftlichen Handlungsfeld „sonstige bürgergesellschaftliche Aktivitäten“ zuordnen, bei denen es sich in der Praxis häufig um Projekte zur Gestaltung des öffentlichen Raums im lokalen Gemeinwesen handelt. Ähnliches gilt für Projekte in den Bereichen Kunst, Kultur und Musik, bei denen es sich z.B. um Projekte von Schützen-, Theater- und Musikvereinen handelt. Mit etwas Abstand folgt dann der Bereich Schule oder Kindergarten.

Mit dann wiederum relativ deutlichem Abstand und Durchschnittswerten von deutlich unter 2 auf der vierstufigen Bewertungsskala folgen anschließend die weiteren Bereiche, die abgefragt wurden. Diese Bereiche spielen bei den Zielstellungen der Projekte also eine vergleichsweise eher geringere Rolle.

Die angesprochenen Handlungsfelder, in denen die Projekte ihre Ziele maßgeblich verorten, korrespondieren mit dem typischen Verbreitungsgrad von entsprechenden Vereinen in Deutschland (z.B. Sportvereine) und speziell auch im Netzgebiet von Westfalen Weser Energie (z.B. Schützenvereine). Insofern scheint der Wettbewerb die zivilgesellschaftliche Basis in der Region gut widerzuspiegeln.

Schaubild 6: Selbstzuordnung 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.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Ø 11 Jahre
Freizeit und Geselligkeit	2,9	2,8	2,9	2,9	2,7	2,8	2,9	2,7	2,7	2,9	2,8	2,8
Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene	2,5	2,6	2,6	2,5	2,5	2,4	2,6	2,6	2,4	2,5	2,5	2,5
Sport und Bewegung	2,7	2,2	2,6	2,6	2,4	2,5	2,5	2,3	2,5	2,5	2,5	2,5
sonstige bürger-schaftliche Aktivitäten	1,8	2,2	2,2	2,2	2,0	2,3	2,2	2,2	2,2	2,3	2,4	2,2
Kunst, Kultur und Musik	2,3	2,2	2,3	2,2	2,0	2,3	2,2	2,2	2,0	2,3	2,3	2,2
Schule oder Kindergarten	1,8	2,2	2,2	2,2	2,1	2,2	2,1	2,0	2,2	1,8	2,0	22,82, 1
Umwelt, Naturschutz oder Tierschutz	1,5	1,6	1,7	1,7	1,5	1,7	1,6	1,6	1,8	1,6	1,7	1,6
Gesundheitsbereich	1,4	1,5	1,6	1,5	1,8	1,5	1,4	1,4	1,5	1,5	1,6	1,5
kirchlicher oder religiöser Bereich	1,4	1,3	1,4	1,3	1,4	1,5	1,4	1,4	1,4	1,3	1,5	1,4
Wissenschaft oder Forschung	1,4	1,6	1,5	1,5	1,4	1,4	1,5	1,4	1,5	1,5	1,4	1,5
Freiwillige Feuerwehr, Unfall-/Rettungsdienst	1,3	1,3	1,2	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,5	1,4	1,3	1,7
Politik und demokratische Interessenvertretung	1,1	1,1	1,1	2,2	1,1	1,2	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2	1,2
Justiz oder Kriminalitätsprobleme	1,1	1,1	1,1	1,1	1,0	1,1	1,1	1,1	1,0	1,1	1,0	1,1

Eine hohe Konstanz weisen in den neun Wettbewerbsjahren auch die Zielgruppen auf, die bei den Projekten im Mittelpunkt stehen (vgl. Schaubild 7 und 8). 2019 betonen fast vier von fünf Bewerberinnen bzw. Bewerber, dass sich die Projekte

explizit an die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen richten. In der konkreten Praxis hat der Ideenwettbewerb also einen ausgesprochenen Jugendbezug.

Schaubild 7: Zielgruppen der Projekte im Jahr 2019. Prozentwerte, Mehrfachnennungen.

Zielgruppen	trifft überhaupt nicht zu	trifft weniger zu	trifft eher zu	trifft ganz genau zu	Gesamt
Kinder und Jugendliche	4,0	4,0	12,9	79,1	100,0
Mädchen und Frauen	9,7	15,3	20,2	54,8	100,0
Senioren und Ältere	24,2	12,1	18,5	45,2	100,0
Menschen mit Migrationsintergrund	13,7	22,6	20,2	43,5	100,0
sozial benachteiligte Bevölkerungsgruppen	12,1	24,2	25,0	38,7	100,0
bestimmte Berufsgruppen (Wissenschaftler, Künstler etc.)	71,0	11,3	4,0	13,7	100,0

Erst mit sichtbarem Abstand folgen Projekte, die sich ausdrücklich an Mädchen und Frauen, Menschen mit Migrationshintergrund, Senioren und Ältere und/oder sozial benachteiligte Bevölkerungsgruppen richten. An spezifischen Interessen von Berufsgruppen orientieren sich hingegen nur wenige Projekte.

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

Zielgruppen	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Ø 11 Jahre
Kinder und Jugendliche	3,7	3,6	3,6	3,7	3,5	3,7	3,7	3,6	3,7	3,6	3,7	3,6
Mädchen und Frauen	3,0	2,9	2,9	3,0	2,9	2,9	3,0	2,9	3,2	3,0	3,2	3,0
Personen mit Migrationshintergrund	2,5	2,7	2,7	2,8	2,7	2,6	2,8	2,8	2,8	2,8	2,9	2,7
soz. benachteiligte Bevölkerungsgruppen	2,5	2,6	2,8	2,8	2,8	2,6	2,7	2,8	2,7	2,8	2,9	2,7
Ältere	2,6	2,6	2,7	2,6	2,7	2,7	2,6	2,6	2,7	2,7	2,9	2,7
bestimmte Berufsgruppen	1,4	1,6	1,7	1,5	1,6	1,4	1,4	1,5	1,5	1,4	1,6	1,5

Auffällig ist allerdings, dass 2019 Projekte zugunsten von Mädchen und Frauen, von Personen mit Migrationshintergrund, von sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen und von Älteren als Zielgruppen durchschnittlich an Bedeutung gewonnen haben, wenn man die Angaben aus diesem Jahr mit den entsprechenden Daten der Vorjahre und vor allem auch mit dem Mittelwert über die elf Wettbewerbsjahre hinweg vergleicht (vgl. Schaubild 8).

5. Handlungsweise: Eröffnung von Gelegenheitsstrukturen

Die zu prämierenden Projekte sollen Gelegenheitsstrukturen zur Durchführung von gesellschaftlichen Aktivitäten im Gemeinwesen 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. Vor diesem Hintergrund können die auszuwählenden Projekte durch das bürger-schaftliche 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, literarische Abende und Ausstellungen, musikalische Darbietungen organisiert werden,
- Maßnahmen durchführen (operative Ebene), indem durch das Projekt z.B. interkulturelle Trainings für Jugendtrainer in einem Fußballverein realisiert werden.

Auch in diesem Fall dokumentieren die Daten eine bemerkenswert deutliche Konstanz über den elfjährigen Wettbewerbszeitraum hinweg: Maßnahmen auf der operativen Ebene im Zusammenspiel mit Aktivitäten auf der ermöglichenden Ebene spielen bei den Projekten eine herausgehobene Rolle (vgl. Schaubild 9). Die meisten Projekte beabsichtigen, konkrete Maßnahmen durchzuführen, die vielfach damit verbunden sind, die dafür erforderlichen Rahmenbedingungen zu organisieren oder zu unterstützen. Besonders relevant sind dabei zwei Aspekte: erstens die Organisation und Durchführung von Treffen oder Veranstaltungen und zweitens die Betreuung oder Anleitung von Gruppen.

Darüber hinaus lassen die Daten erkennen, dass seit 2017 Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der Projektarbeiten an Relevanz gewonnen hat. Möglicherweise wird an

diesem Befund auch sichtbar, dass Vereine vor Ort immer aktiver um Aufmerksamkeit im öffentlichen Raum werben müssen.

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.

Aufgabe	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Ø 11 Jahre
Organisation und Durchführung von Treffen oder Veranstaltungen	3,0	3,1	3,0	3,1	3,0	3,0	3,0	3,1	3,0	3,2	3,2	33,7,1
Betreuung oder Anleitung von Gruppen	3,0	3,1	3,1	2,8	3,0	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9
Unterstützung bei Veranstaltungen	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,8	2,8	2,7
Öffentlichkeitsarbeit	2,4	2,6	2,5	2,4	2,5	2,4	2,4	2,4	2,8	2,8	2,7	2,5
Lehren, Unterrichten oder Ausbilden	2,8	2,6	2,7	2,5	2,7	2,5	2,6	2,8	2,6	2,5	2,5	2,6
Anschaffung oder Verbesserung der Infrastruktur (z.B. Tornetze)	2,6	2,3	2,4	2,6	2,4	2,5	2,5	2,5	2,5	2,4	2,4	2,5
Wartung oder Pflege von Anlagen/ Einrichtungen	1,9	1,7	1,8	1,8	1,7	1,9	2,0	1,8	1,9	1,9	1,6	1,8
Beratung	1,7	1,8	1,8	1,7	1,9	1,7	1,6	1,9	1,8	1,7	1,7	1,8
Interessenvertretung und Mitsprache	1,6	1,8	1,8	1,9	1,7	1,8	1,6	1,8	1,9	1,7	1,7	1,8
Geld sammeln oder Mittelbeschaffung (Fundraising)	1,6	1,7	1,7	1,7	1,8	1,7	1,7	1,8	1,9	1,8	1,7	1,7
Pflege oder Betreuung von Personen	1,6	1,7	1,8	1,7	1,8	1,6	1,7	1,6	1,6	1,6	1,6	1,7
Verwaltungsarbeit	1,4	1,5	1,5	1,4	1,5	1,4	1,3	1,5	1,5	1,5	1,4	1,4
Transport-/ Fahrleistungen	1,3	1,5	1,3	1,4	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4

6. Handlungsraum: Projekte mit Ausgangspunkt im Netzgebiet

Prämiert werden sollen Projekte aus der regionalen Bürgergesellschaft des Netzgebiets von Westfalen Weser Energie. Die Projekte müssen jedoch nur ihren räumlichen Ausgangspunkt im Netzgebiet haben, das Engagement kann aber auch anderen Regionen in kommunaler, bundesweiter, europäischer oder auch globaler Perspektive zugutekommen.

Die Befunde zeigen, dass fast alle Projekte einen klaren lokalen Bezug haben (vgl. Schaubild 10). Für rund 94% der Projekte trifft das ganz genau zu. Darüber hinaus sehen knapp die Hälfte der Projekte ihren Handlungsraum ausdrücklich (auch) im regionalen Kontext. Im Vergleich dazu spielt der Bezug zum Bundesland, zum Bundesgebiet und zu Europa oder zum globalen Kontext für einen hohen Anteil der Projekte keine Rolle, wobei die Zustimmungsrate mit zunehmender räumlicher Reichweite sukzessive abnimmt.

Schaubild 10: Handlungsraum der Projekte im Jahr 2019. Prozentwerte, Mehrfachnennungen.

Der örtliche Bezug ist...	trifft überhaupt nicht zu	trifft weniger zu	trifft eher zu	trifft ganz genau zu	gesamt
lokal	-	1,6	4,0	94,4	100,0
regional	8,1	12,1	30,6	49,2	100,0
Bundesland NRW	38,7	19,4	17,7	24,2	100,0
Deutschland	50,8	24,2	12,1	12,9	100,0
Europa	72,6	14,5	4,0	8,9	100,0
global	80,6	9,7	2,4	7,3	100,0

Vor diesem Hintergrund erweist sich der Wettbewerb „Ideen werden Wirklichkeit“ als ein lokaler Ideenwettbewerb, bei dem konkrete Maßnahmen vor Ort ermöglicht bzw. gefördert werden. An dieser grundsätzlichen Beobachtung hat sich für über alle Wettbewerbsjahre hinweg nichts geändert (vgl. Schaubild 11). Primär haben sich bislang also Projekte um eine Spende beworben, die in den unmittelbaren lokal-räumlichen Zusammenhängen der Bürgergesellschaft im Netzgebiet von Westfalen Weser Energie 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.

Der örtliche Bezug ist...	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Ø 11 Jahre
lokal	3,9	3,9	4,0	3,9	3,9	4,0	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9
regional	2,9	3,0	3,0	2,8	2,9	2,9	2,9	2,8	3,0	3,2	3,2	3,0
Bundesland NRW	1,8	2,0	1,8	1,8	1,7	1,8	1,8	1,8	1,9	1,9	2,3	1,9
Deutschland	1,7	1,7	1,7	1,6	1,4	1,3	1,6	1,7	1,8	1,7	1,9	1,6
Europa	1,3	1,4	1,4	1,3	1,2	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,5	1,3
global	1,2	1,3	1,4	1,2	1,5	1,6	1,2	1,3	1,3	1,3	1,4	1,3

7. Fazit

Die Vielzahl von Projektbewerbungen im Jahr 2019 scheint die zivilgesellschaftliche Wirklichkeit im Netzgebiet von Westfalen Weser Energie zu reflektieren, insofern als selbstorganisierte und vor allem in Vereinen organisierte Angebote in Freizeit und Geselligkeit, Bildung, Sport und Bewegung wie auch in Kunst, Kultur und Musik vor Ort eine maßgebliche Rolle spielen. Die Angebote, bei denen vorrangig Treffen oder Veranstaltungen realisiert, Gruppen angeleitet und immer häufiger auch Maßnahmen im Feld der Öffentlichkeitsarbeit ergriffen werden, richten sich primär an Kinder und Jugendliche, wobei die Angebote von Mitgliedern und vielfach auch von Dritten in Anspruch genommen werden können. Ökonomische Basis dafür bilden Wissens-, Zeit- und Geldspenden im Sinne eines bürgerschaftlichen Engagements der Menschen vor Ort.

Insgesamt zeigen die Bewerbungen auch in diesem Wettbewerbsjahr, dass es bei den Projekten nicht um die ressourcenstarken Projekte in der Gesellschaft handelt, die vielfach medial und politisch im Fokus der Aufmerksamkeit stehen. Die Bürgergesellschaft 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

T 0 52 51-5 03-67 67, F 0 52 51-5 03-72 59

Verantwortlicher Angelika Schomberg

Redaktion Uta Wolff T 0 52 51-5 03 67 67

uta.wolff@ww-energie.com

Text Prof. Dr. Sebastian Braun, Berlin

ideen.werden.wirklichkeit@online.de

Stand: September 2019