

## Workshop 7

### Sorgekulturen entwickeln. Wie Vernetzungen und bottom-up-Prozesse ermöglichen

Gert Dressel, Klaus Wegleitner

#### *Setting:*

Nachdem die TeilnehmerInnen für sie wichtige Sorgeerfahrungen einander erzählt hatten, wurde als Kern des Workshops ein „fiktives Vernetzungstreffen“ im Rahmen eines Caring Community Prozesses in der idyllischen Schweizer Kleinstadt Oasli im Rathaus Oasli durchgeführt.

Die WorkshopteilnehmerInnen schlüpfen in die Rollen von Menschen mit ganz unterschiedlichen Hintergründen und Rollen in der Kleinstadt Oasli (Betroffene, NachbarInnen, Profis aus unterschiedlichen Organisationen, Verwaltung, Politik, junge Menschen, Ehrenamtliche/Freiwillige, Vereine, Menschen die sich kein Bild von CC machen können – die „Nicht-Wissenden“, usw.)

#### *Diskussionsimpulse:*

Aus den jeweiligen Perspektiven wurde folgende 2 Fragen diskutiert:

1. Wie möchte ich von wem angesprochen werden (bzw. was brauche ich), damit ich mich bzgl. Caring Communities/einer Sorgekultur (noch mehr als jetzt) engagiere?
2. Ideen/Anregungen, die wir mit unserer Perspektive bzgl. CC/Sorgekultur einbringen möchten?

#### *Schlussfolgerungen:*

Die Inhalte, Themen und Positionen wurden in einer sehr authentischen und – der jeweils eingenommenen Perspektive gegenüber – advokatorischen Haltung eingebracht und diskutiert. Zusammenführend erscheinen folgende Aspekte wichtig zu beachten, wenn Sorgekultur in einem CC Prozess bottom-up gestärkt werden soll:

- a) Die Form des Workshops ermöglichte einen Perspektivenwechsel, der die unterschiedlichen (legitimen) Interessen, Anliegen, Hoffnungen und Sorgen nachvollziehbar machte und auch den Wert eines solchen Austausches „in der Realität“ verdeutlichte.
- b) Unabhängig davon, aus welcher Perspektive gesprochen wurde, ist der Wunsch da, möglichst konkret und bezogen auf die eigene Lebenswelt angesprochen zu werden.  
*Dort abholen, wo und wie ich bin ...*
  - a. Bei den Jugendlichen müssen dies beispielsweise Peers sein, oder Erwachsene („coole LehrerInnen“), die ein gutes Standing haben und glaubwürdig sind.
  - b. Bei Jugendlichen, der beruflich stark eingebundenen Erwachsenen sowie der „Nicht-Wissenden“ braucht es zudem eine klare Formulierung der Erwartungshaltung, der zu erwartenden zeitlichen Bindungen, sowie das Angebot unterschiedlicher (flexibler) Beteiligungsformen.

- c. Organisationen/Profis möchten von „offizieller Seite“, dem Bürgermeister bzw. der Bürgermeisterin der Gemeinde angesprochen und in ihrer schon praktizierten Rolle gewürdigt werden.
- c) Bottom-up ist zu wenig, es braucht ermöglichende politische Umwelten. Aber: Das Feuer muss von unten kommen.
- d) Organisationen, aber auch Personen möchten ihre Eigenständigkeit bewahren (Organisationen auch explizit in der Außendarstellung sichtbar sei), erwarten aber unterstützende Rahmenbedingungen, sowie eine klare Vermittlung der Zielsetzungen, der zeitlichen Perspektive und der zu erwartenden Wirkungen.
- e) Das Zueinander, das Zusammenspiel von Profis und Freiwilligen, von formeller und informeller Hilfe ist erst dabei sich einzuspielen.
  - a. Im besten Fall entsteht ein Bewusstsein und eine Praxis des komplementären Beitrages zum Ganzen, in dem – aus Sicht der BürgerInnen – die Profis sich zurückhaltend auf die Rolle des „Backups“ beschränken sollten.
  - b. Beidseitig wird das Verhältnis momentan aber auch als ambivalent angesehen, in dem – gerade in CC Prozessen – die Gefahr innewohnt, dass bürgerschaftlich Engagierte auch „ausgenutzt“ werden, beziehungsweise für z.B. Kosteneinsparungen „missbraucht“. Hier wünschen sich die ehrenamtlich Engagierten mehr Anerkennung und Gerechtigkeit.
- f) „Marketing“ als Instrument der Bewusstseinsbildung in CC Prozessen wurde ambivalent gesehen. Marketing (von Projektseite und/oder von Politik) ohne inhaltliche Substanz (quasi „Oberflächenpolitik“) wird sehr kritisch betrachtet. Umgekehrt kann Marketing dabei unterstützen, die Themen der Sorge, Pflege, sowie die involvierten Menschen sichtbar zu machen, Bewusstsein für das Anliegen zu schaffen, dem in einer angemessenen, selbstbewussten Form Öffentlichkeit zu verleihen ....
- g) Aus allen Perspektiven wurden vielfältige und kreative Ideen generiert, was die jeweilige Gruppe in einen Caring Community-Prozess konkret einbringen kann ...