

**„Bürgerschaftliches Engagement in Form von BID (Business Improvement Districts) – Am Beispiel des Vereins „Alles im Biegen““**

Bachelorarbeit  
zur Erlangung des Grades Bachelor of Arts (B.A.)  
im Fachbereich 03: Gesellschaftswissenschaften und Philosophie

Erstgutachterin:  
Dr. Kerstin Zimmer

Zweitgutachter:  
Prof. Dr. Dirk Hülst

Daniela Franziska Schäffer  
Marburg, 30.07.08

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	6
<u>1. Einleitung und Gliederung der Arbeit.....</u>	<u>7</u>
<u>2. Bürgerschaftliches Engagement.....</u>	<u>10</u>
<b>2.1 Deutschland in Bewegung.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 Zum Begriff des „Bürgerschaftlichen Engagements“.....</b>	<b>13</b>
<b>2.3 Die Formen und Bereiche des bürgerschaftlichen Engagements.....</b>	<b>13</b>
<b>2.4 Die Motive für das bürgerschaftliche Engagement.....</b>	<b>15</b>
<b>2.5 Die Bedeutung der Zivilgesellschaft.....</b>	<b>17</b>
2.5.1 Die Zivilgesellschaft.....	17
2.5.2 Erwartungen an die Zivilgesellschaft.....	18
2.5.3 Das Verhältnis zu Staat und Markt.....	18
2.5.4 Das Potential der Zivilgesellschaft.....	19
<b>2.6 Die Kommune als Ort des bürgerschaftlichen Engagements.....</b>	<b>20</b>
<b>2.7 Die Rolle des Staates im bürgerschaftlichen Engagement.....</b>	<b>21</b>
2.7.1 Der „aktivierende“ Staat.....	21
2.7.2 Die Förderung verschiedener gesellschaftlicher Bereiche.....	22
2.7.3 Die Förderung von Netzwerken.....	23
2.7.4 Abbau von Hemmnissen und verbesserte Rahmenbedingungen.....	24
<u>3. Das Freiwillige Engagement in Deutschland.....</u>	<u>25</u>
<b>3.1 Der Freiwilligensurvey.....</b>	<b>25</b>
<b>3.2 Die Entwicklung der Engagementquote und des Engagementpotenzials.....</b>	<b>26</b>
<b>3.3 Die Bereiche des freiwilligen Engagements.....</b>	<b>27</b>
<b>3.4 Die Motive des freiwilligen Engagements.....</b>	<b>28</b>
<b>3.5 Die Erwartungen an das freiwillige Engagement.....</b>	<b>28</b>
<b>3.6 Die Strukturen des freiwilligen Engagements.....</b>	<b>29</b>
3.6.1 Organisationsformen.....	29

3.6.2 Mitbestimmung und Mitgestaltung.....	30
3.6.3 Die Bedeutung des Internets.....	30
<b>3.7 Verbesserungsbedarf der Rahmenbedingungen.....</b>	<b>30</b>
3.7.1 Organisationen und Einrichtungen.....	30
3.7.2 Staat und Öffentlichkeit.....	31
<b><u>4. Erfolgsfaktoren für freiwilliges Engagement.....</u></b>	<b>31</b>
<b>4.1 Die internen Faktoren.....</b>	<b>32</b>
I. Motivation und Erwartungen.....	32
II. Identifikation.....	33
a) Kleine Regionen und Organisationsformen.....	33
<b>4.2 Die externen Faktoren.....</b>	<b>33</b>
I. Verbesserte Rahmenbedingungen und Abbau der Hemmnisse.....	34
a) Organisationen und Einrichtungen.....	34
b) Staat und Öffentlichkeit.....	34
<b><u>5. Business Improvement Districts.....</u></b>	<b>35</b>
<b>5.1 Die Situation der Kommunen in Deutschland.....</b>	<b>35</b>
<b>5.2 Zu Begriff und Geschichte.....</b>	<b>36</b>
<b>5.3 BIDs in Deutschland.....</b>	<b>37</b>
<b>5.4 BID- Beispiele aus Hamburg und Gießen.....</b>	<b>39</b>
5.4.1 Das BID „Neuer Wall“ in Hamburg.....	39
5.4.2 Das Gießener BID- Quartett.....	40
<b>5.5 BIDs als Form des bürgerschaftlichen Engagements?.....</b>	<b>41</b>
<b>5.6 BIDs in Marburg.....</b>	<b>43</b>
5.6.1 Die Stadt Marburg.....	43
5.6.2 MarBID.....	43
<b><u>6. Der Verein „Alles im Biegen“.....</u></b>	<b>46</b>
<b>6.1 Die Methode.....</b>	<b>46</b>
6.1.1 Der Untersuchungsgegenstand.....	46
6.1.2 Zugang zum Feld und Auswahl der Interviewpartner.....	47

6.1.3 Die Untersuchungsinstrumente.....	48
6.1.4 Der Verlauf der Interviews.....	50
6.1.5 Die Auswertung des Materials.....	50
<b>6.2 Zum Verein.....</b>	<b>51</b>
6.2.1 Die Gründung des Vereins.....	51
6.2.2 Die Mitglieder.....	51
6.2.3 Die Ziele des Vereins.....	52
6.2.4 Die Aktivitäten des Vereins.....	53
6.2.5 Die Finanzierung des Vereins.....	55
6.2.6 Organisatorischen Tätigkeiten.....	56
6.2.7 Meinungen zu BIDs.....	56
<u>7. Erfolgsfaktoren für freiwilliges Engagement.....</u>	<u>59</u>
<b>7.1 Die internen Faktoren.....</b>	<b>60</b>
I. Motivation.....	60
II. Identifikation.....	61
III. Erfolge.....	62
IV. Zuarbeiten und Kontakte.....	62
<b>7.2 Die externen Faktoren.....</b>	<b>63</b>
I. Die Stadt Marburg.....	63
a) Fachliche und sachliche Unterstützung.....	63
b) MarBID.....	63
II. Öffentlichkeit.....	64
<b>7.3 Schlussfolgerungen.....</b>	<b>64</b>
<b>Fazit.....</b>	<b>66</b>
<b>Ausblick.....</b>	<b>68</b>
<b>Quellen- und Literaturverzeichnis.....</b>	<b>69</b>
<b>Erklärung.....</b>	<b>73</b>

## **Anhang (Datenträger)**

- Interviewdateien
- Das INGE- Gesetz
- Der Freiwilligensurvey 1999- 2004

## Abkürzungsverzeichnis

<b>BBE</b>	Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement
<b>BID</b>	Business Improvement Districts
<b>BMFSFJ</b>	Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
<b>BMI</b>	Bundesministerium des Innern
<b>BPA</b>	Bundespresseamt = Presse- und Informationsamt der Bundesregierung
<b>BPB</b>	Bundeszentrale für Politische Bildung
<b>CIMA</b>	City Management GmbH
<b>DIHK</b>	Deutscher Industrie- und Handelskammertag
<b>DStGB</b>	Deutscher Städte- und Gemeindebund
<b>E.-K.</b>	Enquete- Kommission
<b>GSED</b>	Gesetz zur Stärkung der Einzelhandels- und Dienstleistungszentren
<b>IJF</b>	Internationales Jahr der Freiwilligen
<b>INGE</b>	Gesetz zur Stärkung innerstädtischer Geschäftsquartiere
<b>MarBID</b>	Marburger „Business Improvement Districts“
<b>MNZ</b>	Marburger Neue Zeitung
<b>OP</b>	Oberhessische Presse
<b>PPP</b>	Public Private Partnership

## 1. Einleitung und Gliederung der Arbeit

Das bürgerschaftliche Engagement ist längst nicht mehr nur auf Kommunal- und Landesebene ein Begriff, sondern ist seit einiger Zeit auch in den aktuellen Diskussionen auf der Bundesebene zu finden. Das Interesse der Regierung ist nicht unbegründet; handelt es sich doch bei dem bürgerschaftlichen Engagement um ein wichtiges gesellschaftliches Gut. Dieses gilt es zu fördern und zu aktivieren, mit dem Ziel einer zukunftsfähigen Zivilgesellschaft.

Diese Arbeit soll sich mit einer besonderen Form des Bürgerschaftlichen Engagements befassen, die man „Business Improvement Districts“(BID)<sup>1</sup> nennt. Als Fallbeispiel dient der Verein „Alles im Biegen“ aus Marburg. Dieser Verein hat sich 2005 aufgrund eines Wettbewerbs namens „MarBID“ gegründet. Grundlage des Wettbewerbes war es, in Marburg eine Selbsthilfekultur zu entwickeln. Das Ziel laut MarBID ist es, die historischen Innenstadtbereiche nach ihrer baulichen Sanierung wirtschaftlich beständig zu machen (Stadt Marburg; MarBID 2008: 1). Um dies umzusetzen befasst sich Marburg mit dem Instrument des BID. Die Besonderheit zu anderen, bereits bestehenden BID- Modellprojekten, wie z.B. in Hamburg oder Gießen besteht darin, dass diese BIDs allein auf der Freiwilligkeit und dem Engagement der Bürger basieren. Diese Besonderheit war unter anderem der Grund für das Interesse an dem, aus dem MarBID- Wettbewerb gegründeten Verein<sup>2</sup>. In Rückbezug auf die theoretischen Erkenntnisse zum bürgerschaftlichen Engagement soll der Verein auf Erfolgsfaktoren für bürgerschaftliches Engagement untersucht werden. Daraus ergibt sich die Fragestellung der Arbeit: Was sind die Erfolgsfaktoren für freiwilliges bürgerschaftliches Engagement bei dem Verein „Alles im Biegen“

---

<sup>1</sup> Hierbei geht es nicht um das BID auf Gesetzesbasis, sondern um BID auf freiwilliger, bürgerschaftlicher Grundlage, wie sie bei dem Fallbeispiel „Alles im Biegen“ anzufinden ist. In dieser Arbeit soll nicht die Frage beantwortet werden, ob BID auf Gesetzesbasis als bürgerschaftliches Engagement gelten können.

<sup>2</sup> Durch ein Praktikum bei einer Marburger Doku- Filmproduktion konnte der Kontakt zum Verein hergestellt werden.

Die Arbeit ist in einen theoretischen und einen empirischen Teil untergliedert.

Der theoretische Teil bildet das Grundgerüst und den Bezugsrahmen für den nachfolgenden empirischen Teil der Arbeit. Er umfasst im groben die Kapitel „Bürgerschaftliches Engagement“ und „Business Improvement Districts“.

Die Theorie des bürgerschaftlichen Engagements basiert zum einen auf aktuellen Publikationen, wie z.B. die erschienene Reihe der Enquete- Kommission, des Deutschen Bundestages, die mit dem Auftrag bedacht wurde, politische Strategien und Maßnahmen zur Förderung des freiwilligen Engagements zu entwickeln (Enquete-Kommission 2002: 2) und zum anderen auf einer Studie des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) über das freiwillige Engagement in Deutschland von 1999- 2004<sup>3</sup>.

Unter den Kapiteln „Bürgerschaftliches Engagement“ und „Freiwilliges Engagement in Deutschland“ soll sowohl der Begriff des bürgerschaftlichen Engagements erläutert werden, als auch die Formen, Bereiche und Motive dessen. Die Studie des BMFSFJ soll dazu ergänzend die Belege liefern. Desweiteren soll die Rolle der Zivilgesellschaft aufgegriffen und analysiert werden, um die Basis für die darauf folgenden Kapitel zu schaffen.

Das Ziel dieser Arbeit ist es, die Erfolgsfaktoren für freiwilliges Engagement bei dem Verein „Alles im Biegen“ zu ermitteln. Bevor dies jedoch geschehen kann, sollen zunächst die theoretischen Erkenntnisse nach möglichen Erfolgsfaktoren für freiwilliges bürgerschaftliches Engagement untersucht werden. Dies geschieht mit der Methode der deduktiven Kategorienbildung (Mayring 2000: 12). Hierzu wird das theoretische Material nach möglichen Kategorien durchgearbeitet, die in Bezug auf die Fragestellung, als Erfolgsfaktor für freiwilliges Engagement angesehen werden könnten. Das Kriterium, um als Erfolgsfaktor zu gelten, ist, dass es die Zivilgesellschaft fördert und zukunftsfähig macht. Das Material wird immer wieder nach passenden Kategorien durchsucht, bis letztendlich keine neuen mehr gefunden werden. Das Kapitel vier der Arbeit beinhaltet diese deduktiv gebildeten Kategorien zu den ermittelten Erfolgsfaktoren für freiwilliges Engagement.

---

<sup>3</sup> Diese Studie ist auf dem Datenträger zu dieser Arbeit abrufbar.

Das nachfolgende Kapitel beschäftigt sich mit BIDs. Die dazu gewonnen Erkenntnisse belaufen sich auf eine Studie zum Hamburger BID- Modellprojekt, Vorträge und Informationsmaterialien zu BIDs. In diesem Kapitel wird sowohl erklärt, was man unter BIDs zu verstehen hat, als auch Beispiele für BIDs auf gesetzlicher Basis in Gießen und Hamburg gegeben. An einer weiteren Stelle des Kapitels wird ein Versuch unternommen eine Antwort darauf zu finden, ob BIDs auf gesetzlicher Basis als bürgerschaftliches Engagement betrachtet werden können; wie bereits erwähnt soll dies jedoch nicht in der Arbeit erforscht werden. Das Kapitel zu BIDs gilt vielmehr der Vollständigkeit halber und bildet die Verbindung zu dem empirischen Teil, da hier bereits die Rede von dem Marburger BID- Wettbewerb ist.

Der empirische Teil beschäftigt sich mit dem Fallbeispiel „Alles im Biegen“. Zunächst wird die Methode erklärt, um nachvollziehen zu können, auf welche Weise der Verein untersucht wurde. Ein weiterer Punkt enthält Informationen zum Verein selbst, das heißt zur Gründung, Finanzierung etc. Zu der Ausformulierung des Kapitels wurde nicht-wissenschaftliches Material in Form der Homepage des Vereins und Zeitungsartikeln verwendet.

Das darauf aufbauende Kapitel sieben bildet gleichzeitig Mittelpunkt der Arbeit und Überleitung zum Fazit. Hier geht es, wie bereits zum Ende des theoretischen Teils zum bürgerschaftlichen Engagement, um Kategorienbildung. Diese nennt sich „induktive Kategorienbildung“ (Mayring 2000: 12). Das heißt, aus dem Material der Interviews mit den Mitgliedern des Vereins wurden Erfolgsfaktoren in Form von Kategorien gebildet. Die daraus entstandenen Kategorien wurden an den Kategorien aus dem theoretischen Material geprüft. Das bedeutet, es wurde ermittelt, ob die aus den theoretischen Erkenntnissen gewonnenen Erfolgsfaktoren sich bei dem Fall „Alles im Biegen“ wiederfinden lassen, bzw. nicht. Eine umgekehrte Prüfung, das heißt der deduktiv erforschten Erfolgsfaktoren durch das Fallbeispiel wurde hierbei ausgeschlossen, da ein Fallbeispiel von zu speziellen Faktoren abhängig ist, als das man daraus auf theoretische Erkenntnisse schließen könnte.

Das Fazit der Arbeit erläutert die für den Fall „Alles im Biegen“ ermittelten Erfolgsfaktoren. Diese lassen sich jeweils für sich genommen als erfolgsfördernd

betrachten, doch das Zusammenspiel, was sich aus Verein und Stadt ergibt, wird aufgrund der Untersuchungen am erfolgversprechendsten betrachtet<sup>4</sup>.

Ein etwas allgemeineres Fazit bezieht sich auf die aus den theoretischen Erkenntnissen ermittelten Erfolgsfaktoren. Hier kann ebenfalls von einem Zusammenspiel gesprochen werden, das Erfolgspotenzial, hin zu einer zukunftsfähigen Zivilgesellschaft, in sich trägt.

---

<sup>4</sup> Es ist anzumerken, dass diese ermittelten Erfolgsfaktoren nur auf das Beispiel „Alles im Biegen“ zutreffend sind. Außerdem basieren sie jeweils auf den Aussagen der einzelnen Charaktere. Es könnte sein, dass wenn andere Mitglieder untersucht worden wären, sich ein anderes Ergebnis herauskristallisiert hätte. Aus diesem Grund werden auch keine Rückschlüsse von den induktiv ermittelten Kategorien auf die deduktiv ermittelten Kategorien vorgenommen.

## 2. Bürgerschaftliches Engagement

### **2.1 Deutschland in Bewegung**

Anfang der 70er Jahre fand in Deutschland eine zunehmende Entwicklung von Gruppierungen statt, die sich gegen soziale, politische und gesellschaftliche Missstände zur Wehr setzten (Buck 1991: 46). Zwei Dinge standen zu dieser Zeit im Mittelpunkt des Interesses: die Ablehnung von Inhalten der Politik und ein neues Verständnis von Demokratie, hin zu mehr Mitsprache- und Mitwirkungsrechten. Man war sensibler geworden, was politische Entscheidungen betraf, welche zwar von einem demokratisch gewählten Gremium getroffen wurden, aber das zwischen den Wahlen häufig die Bedürfnisse der Menschen übergang (Buck 1991: 47).

Diese Bewegung wird auch „Bürgerinitiativbewegung“ genannt (Mayer- Tasch 1985: 13). Den Funken, der die Entwicklung von unzähligen Bürgerinitiativen entfacht haben soll, schreibt man der Studentenbewegung und der Außerparlamentarischen Opposition zu. Man sagt, dass in deren Gefolge und Auseinandersetzung die „neuen sozialen Bewegungen“ entstanden sind (Klein et.al 1999: 7). Während diese sich in den Jahren 1965 bis 1969 eher mit Problemen auf nationaler und internationaler Ebene beschäftigten, suchten die Bürgerinitiativen ihren Aktionsraum zunächst primär auf regionaler und kommunaler Ebene. Hier erhob man seine Stimme bspw. gegen fehlende Kindergärten, übergroße Schulklassen, landschaftszerstörende Wohntürme und umweltvergiftende Industrieansiedlungen (Mayer- Tasch 1985: 14).

Häufig spricht man im Zusammenhang mit der Bürgerinitiativbewegung auch von der Ökologiebewegung. Proteste gegen die Atomkraft und Engagement für die Erhaltung der Natur, entstanden vorwiegend aus dem Motiv der persönlichen Betroffenheit heraus. „Ließ diese Betroffenheit wieder nach, versiegte auch das Engagement“ (Buck 1991: 47). Um „Nachschub“ brauchte man sich zu dieser Zeit keine Sorgen zu machen, denn es kamen immer wieder neue Initiativen nach und verschwanden auch wieder (Buck 1991: 47). Man schloss sich nicht nur zu Protesten im Ökologiebereich zusammen, sondern auch der Kultur- und Sozialbereich sowie die Friedenspolitik wurden von Bürgerinitiativen überflutet (Buck 1991: 47).

Einher mit den Neuen sozialen Bewegungen in Deutschland ging in der Mitte der 60er Jahre der Wertewandel. Doch nicht nur in Deutschland, sondern in allen hochentwickelten Industrienationen fand bzw. findet ein solcher Wertewandel statt (Klages 1999: 3). Unter dem Wertewandel versteht man Verhaltens- und Einstellungsänderungen, hin zu einer zunehmenden Individualisierung (Schubert et al. 2006 in: BPB 2008). Betrachtet man die Entwicklung der Wertvorstellung in der Bundesrepublik über die letzten 40 Jahre fällt auf, dass es eine deutliche Verschiebung der Werte gegeben hat und zwar weg von den Werten „Ordnung und Fleiß“ hin zu „Selbstständigkeit und freiem Willen“. Also eindeutig in Richtung der Individualisierung (Klages 1999: 3/4).

Man stellte jedoch fest, dass mit der zunehmenden Individualisierung kein Absterben gemeinschaftsbezogener Bereitschaften einhergeht. Ganz im Gegenteil. Neben Entwicklungen zu einem verbesserten Sozialklima, mehr Vertrauen in andere Menschen und einem höheren politischen Interesse, ist vor allem die positive Entwicklung im freiwilligen Engagement zu nennen. Die Bereitschaft, sich freiwillig und unbezahlt zu engagieren ist mit dem Wertewandel in deutlich nachweisbaren Zusammenhang gewachsen. (Klages 1999: 6). Jedoch geht es dabei nur um die Bereitschaft und das Interesse, oder auch das Engagementpotenzial, wie es in dieser Arbeit noch unter diesem Begriff zur Sprache kommen wird. Die Bereitschaft sich freiwillig zu engagieren ist vorhanden, doch sie wird auf der Ebene des aktiven Handelns nicht wirksam (Klages 1999: 7).

Ende der 60er Jahre, Anfang der 70er Jahre wurde noch überwiegend das „unkonventionellen Repertoire“ politischen Handelns genutzt, in Form von Protest und Bürgerinitiativen (Enquete- Kommission 2002: 43). Heute haben sich diese Protestthemen politisch institutionalisiert und finden ihren Ausdruck z.B. in der von dem Deutschen Bundestag ins Leben gerufenen Enquete- Kommission, die sich mit der Zukunft des bürgerschaftlichen Engagements beschäftigt.

Seither ist der Begriff des „Bürgerschaftlichen Engagements“ im Mittelpunkt der politischen und gesellschaftlichen Diskussion. Im Folgenden wird es darum gehen, wie man das bürgerschaftliche Engagement fördern und vor allem aktivieren und wie man dementsprechende Rahmenbedingungen verbessern und Hemmnisse abbauen kann.

## **2.2 Zum Begriff des „Bürgerschaftlichen Engagements“**

Bürgerschaftliches Engagement ist „alles andere als ein fest umrissener, wohldefinierter Terminus. Vielmehr handelt es sich um einen eher deutungsoffenen und an seinen Rändern unscharfen Begriff [...]“ (Heinze et al. 2001: 13).

Die Enquete- Kommission des Deutschen Bundestages beschreibt das bürgerschaftliche Engagement als freiwillig, nicht auf materiellen Gewinn gerichtet, gemeinwohlorientiert, öffentlich bzw. im öffentlichen Raum stattfinden und in der Regel gemeinschaftlich/kooperativ ausgeübt (Enquete- Kommission 2002: 40).

## **2.3 Die Formen und Bereiche des bürgerschaftlichen Engagements**

Die Enquete- Kommission unterscheidet folgende Formen des bürgerschaftlichen Engagements: Politisches Engagement, Soziales Engagement, Engagement in Vereinen, Verbänden und Kirchen, Engagement in öffentlichen Funktionen, Formen der Gegenseitigkeit, Selbsthilfe, bürgerschaftliches Engagement in und von Unternehmen (Enquete- Kommission 2002: 27/28).

Zum politischen Engagement gehören die klassischen Formen des Engagements als „Gemeinderat und Stadtverordnete in der Kommunalpolitik, die Mitarbeit in Parteien, Verbänden und Gewerkschaften sowie die neueren Formen der Beteiligung und Themenanwaltschaft in Bürgerinitiativen und sozialen Bewegungen, das Engagement in Kinder- und Jugendparlamenten, in Ausländer- und Seniorenbeiräten oder die Mitarbeit in lokalen Agenda 21- Gruppen“ (Enquete- Kommission 2002: 27).

Das soziale Engagement „umfasst viele Tätigkeiten in der Jugend- und Wohlfahrtsverbänden, in Kirchengemeinden und in öffentlichen Einrichtungen. Neue Formen sozialen Engagements finden sich z.B. in den Hospizgruppen, in der „Tafel“- Bewegung, in den AIDS- Initiativen und in Gruppen zur Unterstützung von Asylbewerbern“ (Enquete- Kommission 2002: 27).

Das Engagement in Vereinen, Verbänden und Kirchen „beinhaltet Vorstandstätigkeiten, Geschäftsführungs- und Leitungsaufgaben in allen verfassten Bereichen bürgerschaftlichen Engagements. [...]. Dazu gehört die Tätigkeit des ehrenamtlich tätigen Trainers im Sportverein ebenso wie die Leitung eines Kirchenchors oder die

Durchführung von Erste- Hilfe- Kursen im Bereich des Rettungswesen“ (Enquete-Kommission 2002: 27).

Unter das Engagement in öffentlichen Funktionen „fallen klassische Ehrenämter wie Schöffen, ehrenamtliche Richter oder Wahlhelfer, die nicht immer freiwillig ausgeführt werden, sondern durchaus einen verpflichtenden Charakter haben können. Zu dieser Variante bürgerschaftlichen Engagements gehören auch Tätigkeiten im Rahmen des Betreuungsgesetzes oder das Engagement von Elternbeiräten. Öffentliche Aufgaben werden zudem von den Freiwilligen Feuerwehren, vom Technischen Hilfswerk und von den Rettungsdiensten wahrgenommen. Eine weitere und häufig neuere Variante sind die Bürgervereine und Zusammenschlüsse, die in Einrichtungen, wie Museen, Bibliotheken oder Schwimmbädern durch ihr bürgerschaftliches Engagement den Betrieb aufrechterhalten“ (Enquete- Kommission 2002: 27).

Die Formen der Gegenseitigkeit umfassen „Nachbarschaftshilfen, Genossenschaften und Tauschringe. Bürgerschaftliches Engagement stützt sich hier auf Vorstellungen einer Ökonomie, die auf gegenseitiger Hilfe und moralischen Grundsätzen beruht“ (Enquete- Kommission 2002: 27).

Die Selbsthilfe „findet sich vor allem in den Bereichen von Familie und Gesundheit, bei Arbeitslosen, Migranten und marginalisierten Gruppen. Kennzeichnend für viele dieser Gruppen sind die fließenden Übergänge zwischen Selbsthilfe und einem darüber hinaus gehenden Engagement zur Unterstützung von anderen Menschen“ (Enquete-Kommission 2002: 27/28).

Ebenfalls zu den Formen und Bereichen gehört das bürgerschaftliche Engagement in und von Unternehmen. „Neben den klassischen Formen der Interessenvertretung in Kammern und Verbänden unterstützen insbesondere kleine und mittlere Unternehmen örtliche Vereine und Einrichtungen mit Geld- und Sachspenden sowie Personal- oder Sacheinsatz“ (Enquete- Kommission 2002: 28). In Deutschland spielt sich dieses Engagement bisher nur im Verborgenen ab. In Amerika wird es „Corporate Citizenship“ betitelt, „in der die Unternehmen stärker und bewusster als Akteure bürgerschaftlichen Engagements auftreten und gefragt sind. In diesem Feld kommt auch den Gewerkschaften und ihren Mitgliedern eine besondere Bedeutung zu. Neue Formen dieses Engagements basieren auf direkten Kooperationen zwischen Unternehmen und

Projekten aus dem Sozial-, Jugend- oder Kulturbereich“ (Enquete- Kommission 2002: 28).

## **2.4 Die Motive für das bürgerschaftliche Engagement**

Mit dem in der Mitte der 60er Jahre in Deutschland einkehrenden Wertewandel hat nicht nur die Bereitschaft zum bürgerschaftlichen Engagement zugenommen, sondern es fand auch innerhalb des freiwilligen Engagements ein Umbruch statt. Ein Wandel der Engagementmotive, „bei denen der Wunsch nach dem Ausleben eigener Aktivitätsbedürfnisse eine wachsende Rolle spielt“ (Klages 1999: 11). Mit diesem Wandel wurde auch das Bild des „altruistischen Helfer“<sup>5</sup> etwas entkräftet.

„An die Stelle einer bedingungslosen Hingabe an die soziale Aufgabe unter Verzicht auf die Befriedigung eigener Bedürfnisse und Interessen, wie sie früher einmal vorherrschend war, ist heute bei vielen Menschen gerade umgekehrt der Wunsch nach einem Engagement getreten, das eigene Bedürfnisse nach interessanten Erfahrungen und Erlebnissen befriedigt, das es erlaubt, eigene Interessen, Fähigkeiten und Kenntnisse einzubringen, das sich zeitlich den sonstigen Interessen und Bedürfnissen flexibel anpassen läßt, das zwanglose Kommunikation und Aussprache mit Gleichgesinnten erlaubt und das Mitsprache- und Mitgestaltungsmöglichkeiten anbietet und das aufgrund dessen letztlich auch „Spaß macht““ (Klages 1999: 12).

Bei den Gründen, die jemanden zum bürgerschaftlichen Engagement bewegen, handelt es sich meistens nicht nur um eine spezielle Motivation sondern um „Motivbündel“, die durchaus auch widersprechende Elemente enthalten können (Enquete- Kommission 2002: 51). Anheier und Toepler unterscheiden vier „Motivbündel“: Altruistische Motive, instrumentelle Motive, moralisch- obligatorische Motive und

---

<sup>5</sup> Eine Definition ergibt sich aus den im Zitat verwendeten Worten, „bedingungslosen Hingabe an die soziale Aufgabe“ und „unter Verzicht auf die Befriedigung eigener Bedürfnisse und Interessen“ (Klages 1999: 12).

gestaltungsorientierte Motive (Anheier et al. 2001: 19 in: Enquete- Kommission 2002: 51).

Die altruistischen Motive für das bürgerschaftliche Engagement sind das Solidaritätsgefühl für Arme und Notleidende, Mitgefühl oder Mitleid, die Identifikation von Menschen in der Not, benachteiligten Menschen Hoffnung zu schenken und der Menschenwürde von Armen und Benachteiligten Achtung zu verleihen (Anheier et al. 2001: 19 in: Enquete- Kommission 2002: 51).

Unter instrumentellen Motiven versteht man: neue Erfahrungen und Fähigkeiten zu erlangen, eine sinnvolle Nutzung der Freizeit, andere Menschen zu treffen und Kontakte zu knüpfen, persönliche Zufriedenheit zu finden und eine sinnvolle Beschäftigung zu bekommen (Anheier et al. 2001: 19 in: Enquete- Kommission 2002: 51).

Die moralisch- obligatorischen Motive beinhalten moralische oder religiöse Pflichten, einen humanitären Beitrag für die Gesellschaft zu leisten, politische Pflichten und Wertekonzeptionen und Buße zu leisten (Anheier et al. 2001: 19 in: Enquete- Kommission 2002: 51).

Die gestaltungsorientierten Motive umfassen eine aktive Partizipation und Mitbestimmung, Kommunikation und soziale Integration sowie Veränderung sozialer Missstände (Anheier et al. 2001: 19 in: Enquete- Kommission 2002: 51).

Trotz des Wandels der Engagementmotive „sind Gemeinwohlorientierung und das Interesse an Selbstentfaltung keine einander widersprechenden, konkurrierenden Werte, sondern werden von den Engagierten miteinander verbunden und bilden ein gemeinsames Motivbündel für Engagement“ (Enquete- Kommission 2002: 52).

Das „Leitmotiv des bürgerschaftlichen Engagements ist das Engagement für sich selbst und andere“ (Braun 2001: 470). Die These, dass Selbstentfaltungswerte zu Egoismus und gesellschaftlicher Bindungslosigkeit führen, widerspricht dem Wunsch der Engagierten etwas für andere und für sich selbst zu tun (Enquete- Kommission 2002: 52).

## **2.5 Die Bedeutung der Zivilgesellschaft**

### 2.5.1 Die Zivilgesellschaft

„Seit seinen Anfängen besteht der Sozialstaat nicht nur aus einem staatlich organisierten System der sekundären Einkommensverteilung, sondern lebt von einer Vielzahl nichtstaatlicher Organisationen und Vereinigungen, die erhebliche Beiträge zur allgemeinen Wohlfahrtsproduktion leisten. Diese Organisationen und Vereinigungen sind nicht nur entscheidend an der Hervorbringung von Sozialkapital beteiligt, sondern auch ein Bestandteil dessen, was seit einigen Jahren als Zivil- oder Bürgergesellschaft bezeichnet wird“ (Münkler 2003: 17).

Sozialstaat und Bürgergesellschaft dürfen nicht als zwei sich gegenüberstehende, prinzipiell alternative Formen der Wohlfahrtsproduktion angesehen werden, da sie durch den Dritten Sektor, den zwischen Staat und Markt angesiedelten Bereich gesellschaftlicher Selbstproduktion miteinander verknüpft sind (Münkler 2003: 17).

Die „zivilgesellschaftliche Infrastruktur“ der in der Öffentlichkeit tätigen Gruppen, Vereinigungen etc. erweist sich als der institutionelle Rahmen, „innerhalb dessen sich die Bürgerinnen und Bürger als Mitglieder übergreifender Gemeinschaften artikulieren und insofern Verantwortung nicht nur für sich selbst, sondern auch für andere, übernehmen können“ (Heinze et al. 2001: 17)

Die Zivilgesellschaft kann man im bildlichen Sinne gesehen, auch als „die Möblierung eines Gebäudes [betrachten], dessen Grundriss und Raumabmessung im Wesentlichen durch Staat und Markt bestimmt werden“ (Münkler 2005: 9). Die Errichtung der Außenwände und des Daches, sowie die Versorgung ist Aufgabe von Staat und Markt. Die Inneneinrichtung ist jedoch Sache der Zivilgesellschaft, aus dieser soll sich der Staat so weit wie möglich heraushalten (Münkler 2005: 10). Der Staat sollte sich jedoch nicht völlig zurücknehmen, sondern Anreize für die Nutzung des Gestaltungsraum, den er der Zivilgesellschaft zur Verfügung stellt geben und in gegebenen Fällen, Ressourcen in Aussicht stellen (Münkler 2005: 10).

Die Zivilgesellschaft ist demnach auf die Hilfe von Staat und Markt angewiesen. Sie ist nicht in der Lage, durch ihre begrenzten Ressourcen und Einflussmöglichkeiten die Funktionen des Staates zu erfüllen und sie kann ebenfalls nicht die Gesetzmäßigkeiten des Marktes außer Kraft setzen (Münkler 2005: 9).

### 2.5.2 Die Erwartungen an die Zivilgesellschaft

Immer wieder wird in Verbindung mit den Begriffen Zivilgesellschaft bzw. Bürgergesellschaft von einer Art „Zauberformel“ gesprochen, „zur Lösung aller Steuerungs- und Integrationsprobleme des Staates“ (Münkler 2002: 15). Doch ebenso wird davor gewarnt, an das Konzept der Zivilgesellschaft zu hohe Erwartungen zu stellen. Zum Beispiel in Form von der Vorstellung, die Zivilgesellschaft könne als Reparaturanstalt für das Staats- und Marktversagen dienen (Münkler 2002: 15). Oder auch die Auffassung, die Zivilgesellschaft könne die Partizipationsdichte und –intensität der Bürger am politischen und gesellschaftlichen Leben erhöhen (Münkler 2002: 15).

Bürgerschaftliches Engagement gilt weder als Ersatz für die Erwerbsarbeit, noch als professionelle soziale Arbeit. Es ist eher als eine Art Unterstützung der professionellen und hauptamtlichen sozialen Arbeit zu verstehen (Willim 2007: 21). Daher ist es wichtig, eher die Bereiche des bürgerlichen Engagements zu unterstützen und zu fördern, als zu viele Erwartungen an die Zivilgesellschaft zu stellen, Lösungen zentraler gesellschaftlicher Probleme zu erarbeiten und diese dann als Ersatz für die Erwerbsarbeit zu betrachten (Braun 2001: 462).

### 2.5.3 Das Verhältnis zu Staat und Markt

Sowohl die Regierung als auch der Markt haben versucht durch eine Reform des Stiftungsrechts und mehreren Förderprogrammen zu einer Anregung und Stabilisierung von bürgerschaftlichem Engagement beizutragen. Einige Wirtschaftsunternehmen haben Initiativen gestartet, und stellen Geld und Personal für den Non- Profit- Bereich der Zivilgesellschaft zur Verfügung (Münkler 2005: 10).

Jedoch ist an dieser Stelle anzumerken, dass es sich bei solchen Aktionen um sehr schmale Gratwanderungen handelt. Einerseits soll das bürgerschaftliche Engagement durch Markt und Staat angeregt und gefördert werden, doch in die gestalterischen Dinge dürfen bzw. sollten sie sich nicht einmischen. Eine schrittweise „Verstaatlichung“ oder „Vermarktlichung“ der Zivilgesellschaft hätte dies zur Folge und das wofür

Zivilgesellschaft steht, nämlich Unabhängigkeit von Staat und Markt, wäre bei zu viel von beidem gefährdet (Münkler 2005: 10).

Im Grunde genommen lässt sich die Zivilgesellschaft als „spiegelbildliches Pendant des Marktes beschreiben: Hier ist der Modus, in dem die Menschen zueinander in Beziehung treten, nicht die Konkurrenz, sondern die Solidarität, und hier müssen die gewünschten Effekte gewollt und angestrebt werden“ (Münkler 2005: 12). Das Gemeinwohl steht im zivilgesellschaftlichen Interesse an erster Stelle und ist nicht wie auf dem Markt ein beiläufiges Ereignis eines Handelns, das etwas ganz anderes im Sinn hatte.

Wäre die Zivilgesellschaft allein nur „auf der moralischen Disposition des Altruismus, des Selbstverzichts und der Aufopferung für andere aufgebaut“ (Münkler 2005: 12) wäre sie auf Dauer nicht widerstandsfähig genug um bestehen zu können (Münkler 2005: 12).

„Idealerweise stehen Staat, Markt und Zivilgesellschaft also in einem Komplementärverhältnis zueinander: Sie ergänzen sich nicht nur gegenseitig hinsichtlich der von ihnen hervorgebrachten Ergebnisse, sondern eröffnen auch unterschiedliche Felder, in denen Fähigkeiten nachgefragt und gefördert werden“ (Münkler 2005: 13).

#### 2.5.4 Das Potential der Zivilgesellschaft

Das Potential der Zivilgesellschaft erschließt sich eher abseits der individuellen Ebene des bürgerschaftlichen Engagements und zwar in den organisatorischen Formen – also in den „nicht- staatlichen und nicht- ökonomischen Zusammenschlüssen und Assoziationen auf freiwilliger Basis“ (Olk 2001: 44).

„[...] Erst durch den organisatorischen Rahmen solcher bürgerschaftlicher Assoziationsformen bekommt das individuelle Engagement der Bürgerinnen und Bürger gesellschaftliche Sichtbarkeit, Durchschlagskraft und Relevanz sowie ein gewisses Maß an Stabilität und zeitlicher Dauerhaftigkeit“ (Olk 2001: 44).

Den organisatorischen Rahmen bilden z.B. Selbsthilfekontaktstellen, Seniorenbüros, Ehrenamtsagenturen, Freiwilligenzentren bzw. -agenturen.

Derzeit können wir in Deutschland von ca. 400 Engagement unterstützenden Diensten ausgehen, mit je ein bis vier hauptberuflich Arbeitenden in Städten und Kreisen. Ihre Aufgabenprofile sind ähnlich, aber in ihren Zielgruppen unterscheiden sie sich. Bürgerschaftliches Engagement kann durch diese bereits bestehenden zentralen Anlauf- und Kontaktstellen in Städten und Kreisen wirksam unterstützt werden. Es hat sich sogar erwiesen, dass dort, wo bürgerschaftliches Engagement durch Anlaufstellen unterstützt wird, es sich quantitativ und qualitativ verbessert hat (Braun 2001: 467).

Zwar entstehen immer häufiger neue Einrichtungstypen der infrastrukturellen Engagementförderung in Form der bereits genannten Freiwilligenagenturen, Ehrenamtsagenturen etc., aber dennoch findet die gesellschaftliche Bedeutung des bürgerschaftlichen Engagements und seine aktive Förderung derzeit im Politikverständnis vieler Kommunen und Länder noch keinen angemessenen Niederschlag (Braun 2001: 465). Dabei gelten die Kommunen als guter Ort um das Potential des bürgerschaftlichen Engagements zu nutzen und so eine stabile Zivilgesellschaft aufzubauen (Roth 1997: 405).

## **2.6 Die Kommune als Ort des bürgerschaftlichen Engagements**

In der Bundesrepublik Deutschland findet das bürgerschaftliche Engagement vorwiegend auf kommunaler Ebene statt (Enquete- Kommission 2002: 158). Die kommunale Ebene als erster politischer Lernort (Roth 1997: 405), wird als sehr fruchtbar für das bürgerschaftliche Engagement angesehen. Kleine Lebenskreise sind der Organisationsform des Menschen am nächsten, deshalb kann sich Verantwortung auch am ehesten in kleinen Einheiten entfalten. Es ist daher wichtig, das sozialräumliche Denken und Handeln in Städten, Kreisen und Gemeinden zu fördern (Braun 2001: 464).

„Die Entscheidungen sind in der Gemeinde am überschaubarsten. Der einzelne kennt die Vorder- und Hintergründe, aber auch die handelnden Akteure. Interessenverflechtungen liegen vergleichsweise offen, die Folgen sind leicht nachvollziehbar, die Möglichkeit, der Einzelmeinung Gehör und Geltung zu verschaffen, ist vor Ort am größten. In diesem Bereich kann und sollte ihm ein mehr an Mitgestaltung überlassen werden als im weiter entrückten staatlichen Bereich“ (Knemeyer 1995: 78 in: Roth 1997: 405).

In vielen Städten und Gemeinden hat es in den letzten Jahren große Fortschritte in Bezug auf das Angebot von Verantwortungsrollen durch neue Formen der Bürgerbeteiligung gegeben (Klages 1999: 17). Um das Leitbild einer „bürgerorientierten Kommune“ zu fördern, müssen jedoch nicht nur die Rollen zwischen Bürgern und Kommune neu verteilt, förderliche Rahmenbedingungen und Anreize geschaffen werden, sondern es ist vor allem wichtig, die Distanz zwischen den beiden Akteuren zu verringern (Braun 2001: 464).

## **2.7 Die Rolle des Staates im bürgerschaftlichen Engagement**

### **2.7.1 Der „aktivierende“ Staat**

In der Diskussion von Staat und Zivilgesellschaft stand in den letzten Jahren immer wieder die Rolle des Staates im Mittelpunkt des Interesses. In dessen Zusammenhang wurden Begriffe, wie „ermunternder“, „ermöglichender“ oder „aktivierender“ Staat propagiert und diskutiert (Olk 2001: 29/30).

„Dieses neue Leitbild zielt weder auf einen wachsenden Versorgungsstaat, der immer mehr Verantwortlichkeit übernimmt, noch auf einen schrumpfenden Staat, der sich aus immer weiteren gesellschaftlichen Aufgabenbereichen zurückzieht. Vielmehr geht es um einen Funktionswandel des Staates, der seine Rolle bei der Erledigung gesellschaftlicher Aufgaben neu definiert und in diesem Zusammenhang sein Verhältnis zur Gesellschaft grundsätzlich neu bestimmt“ (Olk 2001: 29/30).

Im Kern geht es also um eine Steigerung der Gerechtigkeit, Effizienz und gesellschaftlicher Wohlfahrt durch eine Neuaufteilung der Verantwortlichkeiten zwischen Staat und Gesellschaft (Heinze/Olk 2001: 20).

Eine „*Verantwortungsteilung*“ (Olk 2001: 31) soll die Beziehung von Staat und Gesellschaft neu definieren. Die Verantwortungsteilung umfasst demnach eine Klärung der Rollen von staatlichen und nicht- staatlichen Akteuren bei der Erbringung öffentlicher Aufgaben. Grundvoraussetzung für eine Teilung der Verantwortlichkeiten „sind präzise Konzeptionen einer Differenzierung staatlicher Verantwortung“ (Olk 2001: 31). Staat und Gesellschaft sollen ihre Verantwortlichkeiten hinsichtlich des Leitbildes eines „aktivierenden Staates“ teilen um nicht zuletzt eine „[...] Stärkung und Aufwertung von Bürgergesellschaft und bürgerschaftlichen Engagement[...]“ zu erzielen (Heinze(Olk 2001: 19).

### 2.7.2 Die Förderung verschiedener gesellschaftlicher Bereiche

Die Bundesregierung hat in den letzten Jahren kontinuierlich versucht die Rahmenbedingungen für das freiwillige bürgerschaftliche Engagement zu verbessern. Es geht nicht nur um die Förderung der bereits aktiven Engagementbereiche, sondern auch um die Nutzung und Aktivierung des Engagementpotenzials, das, wie bereits zu Anfang der Arbeit erklärt wurde, bislang eher unausgeschöpft bleibt (BMFSFJ 2006: 3).

„Die Bundesregierung fördert und ermutigt bürgerschaftliches Engagement auf vielfältige Weise. Sie unterstützt neue und klassische Formen des Engagements, fördert die Vernetzung, erweitert generationsübergreifend die Freiwilligendienste und vereinfacht die Gründung von Stiftungen“ (BPA 2005: 17).

Eines der populärsten Gebiete des bürgerschaftlichen Engagements ist der Sport. Im Sportbereich bilden die Jugendarbeit und gesundheitliche Prävention, wichtige gesellschaftliche Aufgaben (BPA 2005: 18). Doch auch den politischen Engagementbereich, der derzeit in das Mittelfeld der Engagementbeteiligung fällt, möchte der Staat verbessern. Das Bundesministerium des Innern hat im Jahr 2000 das „Bündnis für Demokratie und Toleranz – gegen Extremismus und Gewalt“ ins Leben gerufen. Die Zahl der zivilgesellschaftlichen Gruppen und Einzelpersonen beläuft sich auf ca. 1300, die sich vor allem auf der lokalen Ebene gegen fremdenfeindliche und rassistische Strömungen in unserer Gesellschaft einsetzen. Das Bündnis nimmt dabei

die Aufgaben der Beratung, der Unterstützung und des Kontaktknüpfens wahr (BPA 2005: 22).

Ein ebenfalls großes Interesse in der Förderung des Engagements liegt bei den jungen Menschen im Alter von 12- 21 Jahren. In diesem Fall bemühen sich das BMFSFJ, die Bundeszentrale für Politische Bildung und der Deutsche Bundesjugendring um die Initiierung zahlreiche Projekte und Wettbewerbe um das bürgerschaftliche und politische Engagement der jungen Leute zu aktivieren (BPA 2005: 22).

Auch die klassischen Bereiche, wie die Freiwillige Feuerwehr, der Zivil- und Katastrophenschutz, Umwelt- und Naturschutz, Entwicklungspolitik, Gesundheitspolitik etc. fallen unter die vom Staat geförderten Bereiche (BPA 2005: 23).

### 2.7.3 Die Förderung von Netzwerken

Das „Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)“ bildet eines der Netzwerke, die von dem BMFSFJ gefördert werden (BPA 2005: 24). Das BBE ist mit seinen bereits über 210 Mitgliedern eines der größeren Netzwerke. Es hat sich im Jahre 2002 aus den 31 Mitgliedern des Nationalen Beirats des „Internationalen Jahrs der Freiwilligen (IJF)“ gegründet. Im BBE haben sich über 170 Organisationen aus Gesellschaft, Staat und Wirtschaft zusammengefunden, um rechtliche, institutionelle und organisatorische Rahmenbedingungen nachhaltig zu verbessern und um bürgerschaftliches Engagement zu fördern (BPA 2005: 25). Das übergeordnete Ziel des BBE ist eine nachhaltige Förderung von Bürgergesellschaft in allen Gesellschafts- und Politikbereichen. Das Netzwerk möchte aus diesem Grund die Freiwilligenarbeit, die Selbsthilfe und das Ehrenamt in der Gesellschaft stärker verankern (BBE 2008). Das BBE bezeichnet sich selbst als ein „gemeinsames Netzwerk aller drei großen gesellschaftlichen Bereiche – Bürgergesellschaft, Staat und Kommunen, Wirtschaft/Arbeitsleben – zur Förderung von bürgerschaftlichem Engagement und Bürgergesellschaft“ (BBE 2008). Aus Gründen des Umfangs der Arbeit können weitere

vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend geförderte Netzwerke hier nicht aufgelistet werden<sup>6</sup>.

#### 2.7.4 Abbau von Hemmnissen und verbesserte Rahmenbedingungen

Um bürgerschaftliches Engagement nachhaltig zu fördern, müssen Hemmnisse abgebaut und bessere Rahmenbedingungen geschaffen werden. Häufig stehen dem freiwilligen Engagement oder auch der Aktivierung des Engagementpotenzials bürokratische Hindernisse im Weg. Wenn das freiwillige Engagement gefördert werden soll, ist es notwendig den bürokratischen Aufwand so niedrig wie möglich zu halten. (BPA 2005: 30).

Das BMI hat in diesem Zusammenhang im Jahre 2003 die „Initiative Bürokratieabbau“ ins Leben gerufen. Dadurch soll die Verwaltung bürgerfreundlicher gestaltet werden. In diesen Bereich fallen z.B. der Ausbau des Informationsangebots im Internet und die Einrichtung von Bürgerservices in Form von kostenlosen Bürgertelefonen, die inzwischen in mehreren Bundesministerien eingerichtet sind (BPA 2005: 31).

Seit 2000 hat die Bundesregierung gemeinnützigen Vereinen erleichtert, finanzielle Mittel für schlechtere Zeiten zurück zu legen. Nun besteht nicht mehr die Gefahr, den Status der Gemeinnützigkeit zu verlieren, wenn jährlich ein Drittel des Überschusses aus der Vermögensverwaltung zurückgelegt wird. Auch dürfen nun Spenden direkt an Vereine gezahlt werden, ohne vorher ein kompliziertes Durchlaufspendenverfahren absolviert zu haben, bei denen die Spenden erst über eine öffentliche Dienststelle geleitet wurden (BPA 2005: 30).

Zudem ist das Gesetz zur Erweiterung der gesetzlichen Unfallversicherung im Jahre 2005 in Kraft getreten. Bis dahin waren nur Ehrenamtliche wie z.B. in Rettungsdiensten oder in den öffentlich- rechtlichen Einrichtungen gesetzlich unfallversichert (BPA 2005: 31). Dieser Bereich wurde erheblich ausgeweitet.

---

<sup>6</sup> Nachzuschlagen unter: BPA (Presse- und Informationsamt der Bundesregierung) (2005): „Auf dem Weg zu einer modernen Zivilgesellschaft“ in: Ehrensache – Bürgerschaftliches Engagement in Deutschland, 2005; Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.)

„In den gesetzlichen Unfallschutz sind jetzt auch Bürgerinnen und Bürger einbezogen worden, die in privatrechtlichen Organisationen im Auftrag oder mit Zustimmung von öffentlich- rechtlichen Institutionen, auch Religionsgemeinschaften tätig werden“ (BPA 2005: 31).

Außerdem wurden seit 2004 die Finanzämter durch die Bundesregierung dazu angewiesen, Freiwilligenagenturen regelmäßig als gemeinnützig anzuerkennen (BPA 2005: 32).

### 3. Das freiwillige Engagement in Deutschland

#### **3.1 Der Freiwilligensurvey**

In der zweiten Hälfte der 90er Jahre gab das BMFSFJ eine Erhebung des freiwilligen Engagements in Deutschland bei dem Projektverbund „Freiwilligensurvey“ in Auftrag. Ein Sozialforschungsunternehmen führte sowohl 1999 als auch 2004 die Erhebung durch (BMFSFJ 2006: 24). Daraus ist eine umfassende Beobachtung des freiwilligen Engagements in Deutschland von dem Jahre 1999 bis 2004 hervorgegangen. Seit dem zweiten Freiwilligensurvey, hat man sich „zu einer repräsentativen Dauerbeobachtung des freiwilligen Engagements in Deutschland“ (BMFSFJ 2006: 24) entschlossen.

Unter dem Freiwilligensurvey versteht man ein „[...] öffentliches Informationssystem, das umfassende und detaillierte bundes- und landesweite Informationen zu den verschiedenen Bereichen und Formen des freiwilligen Engagements von Bürgerinnen und Bürgern in Deutschland zur Verfügung stellt. Die Wirklichkeit des bürgerschaftlichen Engagements, dessen Umfang, Qualität und öffentliche Leistungen, wird ebenso erfasst wie die Bedürfnisse engagierter Bürgerinnen und Bürger nach öffentlicher Unterstützung. Basis dieses Informationssystems sind große repräsentative, telefonisch durchgeführte Bevölkerungsumfragen bei jeweils 15.000 zufällig ausgewählten Befragten“ (BMFSFJ 2006: 24).

Für das Verständnis der Ergebnisse ist es wichtig zu wissen, dass der Freiwilligensurvey die Befragten in Altersklassen eingeteilt hat. Die erste Altersklasse erstreckt sich von den Jahren 14- 30. Die zweite geht von den Jahren 31- 45. Die dritte umfasst die Jahre

45- 65 und die letzte Altersklasse ist für die 66 Jährigen und älteren bestimmt (BMFSFJ 2006: 46). Für die Interpretation ist es außerdem essentiell, was der Freiwilligensurvey als freiwilliges Engagement betrachtet. Die Studie unterscheidet die Begriffe „Gemeinschaftsaktivität“ und „freiwilliges Engagement“. Seite: 26 Es ist von einer Gemeinschaftsaktivität die Rede, wenn bspw. eine Person in einem Sportverein spielt oder sich an einer Freizeitgruppe beteiligt. Wird diese Person nun auf eine Trainerfunktion angesprochen und sie übernimmt eine qualitativ andere Tätigkeitsform, bezeichnet sie der Freiwilligensurvey als „freiwillig engagiert“ (BMFSFJ 2006: 33).

Im folgenden Abschnitt sollen nun die Ergebnisse der Studie über das freiwillige Engagement betrachtet werden.

### **3.2 Die Entwicklungen der Engagementquote und des Engagementpotenzials**

Das Ergebnis des Freiwilligensurveys von 1999- 2004 ergab eine Steigerung der Engagementquote um zwei Prozent. Damit liegt die Prozentzahl der engagierten Bürgerinnen und Bürger heute bei 36% oder auch 23,4 Millionen Menschen (BMFSFJ 2006: 6).

Auch die Intensität des Engagements ist gestiegen worunter man die Anzahl der freiwilligen Tätigkeiten und Funktionen versteht. Im Jahr 2004 haben 42% der Personen, die sich freiwillig engagiert haben, ihr Engagement weiter intensiviert was eine Steigerung zum Jahr 1999 mit nur 37% darstellt (BMFSFJ 2006: 6).

Ein weiteres wichtiges Thema ist das Engagementpotenzial. Hierbei wird zwischen dem „externen“ Engagementpotenzial und dem „internen“ Engagementpotenzial unterschieden. Das „externe“ Engagementpotenzial bezeichnet die nicht engagierten Bürgerinnen und Bürger. Diese Art des Engagementpotenzial drückt aus, wie viele nicht Engagierte für eine freiwillige Tätigkeit bereit wären. Im Jahre 1999 lag dieser Wert bei 26%. Heute ist der Wert auf 32% angestiegen (BMFSFJ 2006: 8). Beim „internen“ Engagementpotenzial geht es um diejenigen Menschen, die bereits engagiert sind und ihr Engagement weiter intensivieren möchten. Seit 1999 ist die Prozentzahl von 35% auf 40% gestiegen, also um ganze fünf Prozent (BMFSFJ 2006: 6).

Der Schwerpunkt der Forschung liegt auf den Personengruppen der Jugendlichen, Männer und Frauen, Älteren Menschen, Arbeitslosen und Migrantinnen. Die Jugendlichen sind dabei einer der aktivsten Gruppe mit einer stabilen Engagementquote von 36%. Auch das „externe“ und „interne“ Engagementpotenzial ist bei den Jugendlichen recht hoch ausgeprägt (BMFSFJ 2006: 10).

Bei Männern und Frauen ist das Engagement unterschiedlich. Männer engagieren sich mit 39% immer noch stärker als Frauen. Jedoch hat mit den letzten Jahren die Engagementquote vor allem der erwerbstätigen Frauen zugenommen. Sie ist von 32% auf 37% gestiegen und wächst seit 1999 schneller als bei den Männern. Bei den männlichen Engagierten ist eine zunehmende freiwillige Tätigkeit in den Bereichen „Schule und Kindergarten“ und im sozialen Bereich zu verzeichnen (BMFSFJ 2006: 10/11).

Auch ältere Menschen ab 60 Jahren engagieren sich jetzt mehr. Seit 1999 ist ihr Engagement von 26% auf 30% angewachsen. In der Altersgruppe der 60- 69 Jährigen stieg es sogar um sechs Prozent, begleitet von einem Anstieg des Engagementpotenzials (BMFSFJ 2006: 11)

Bei den Arbeitslosen sind ebenfalls sowohl Engagementquote, als auch Engagementpotenzial deutlich gestiegen. Die Engagementquote belief sich im Jahre 1999 noch auf 23%. Im Jahre 2004 liegt sie bereits bei 27%. Das Engagementpotenzial von 48% ist im Gegensatz zu 1999 mit 37% außerordentlich hoch (BMFSFJ 2006: 12).

Unter den Migrantinnen hat das freiwillige Engagement zugenommen. 2004 engagieren sich 23% freiwillig. Das Engagementpotenzial beläuft sich auf 42% (BMFSFJ 2006: 13)

### **3.3 Die Bereiche des freiwilligen Engagements**

Wie schon im Jahre 1999 bildete auch 2004 der Bereich „Sport und Bewegung“ die größte Gruppe des freiwilligen Engagements mit elf Prozent. Mit großem Abstand folgen die Bereiche „Schule und Kindergarten“ mit sieben Prozent, „Kirche und Religion“ mit sechs Prozent, „Kultur und Musik“ sowie der „Soziale Bereich“ mit 5,5% und „Freizeit und Geselligkeit“ mit fünf Prozent (BMFSFJ 2006: 15). Im mittleren Bereich liegen die Engagementfelder „Feuerwehr und Rettungsdienste“ mit 3%,

„Berufliche Interessenvertretung“, „Politik und Interessenvertretung“, „Umwelt und Tierschutz, „Jugendarbeit und Bildung“ mit jeweils 2,5% und das „Lokale Bürgerengagement“ mit 2% (BMFSFJ 2006: 15). Die kleineren Engagementbereiche bilden der „Gesundheitsbereich“ mit gerade einmal 1% und „Justiz und Kriminalitätsprobleme“ mit 0,5% (BMFSFJ 2006: 15).

Zusammenfassend kann man sagen, dass fast alle Engagementbereiche eine Aufwertung über die Jahre erfahren haben bzw. die Prozentzahl gleich geblieben ist.

### **3.4 Die Motive des freiwilligen Engagements**

Das häufigste Motiv zur freiwilligen Betätigung ist laut der Umfrage der Grund der Mitgestaltung der Gesellschaft. 66% der Befragten stimmten der Aussage „Ich will durch mein Engagement die Gesellschaft zumindest im Kleinen mitgestalten“ voll und ganz zu, 29% teilweise und 5% gar nicht. Das zweithäufigste Motiv fand sich in der Aussage „Ich will durch mein Engagement vor allem mit anderen Menschen zusammenkommen“. 60% fanden sich in diesem Beweggrund voll und ganz wieder, 35% noch teilweise und 5% gar nicht. „Mein Engagement ist eine Aufgabe, die gemacht werden muss und für die sich jedoch schwer jemand findet“ fand bei 44% der Engagierten vollen Zuspruch, bei 40% teilweise und bei 16% überhaupt nicht (BMFSFJ 2006: 16).

### **3.5 Die Erwartungen an das freiwillige Engagement**

Auf einer Skala von eins bis fünf sollten die Befragten einordnen, wie wichtig ihnen bestimmte Gegebenheiten innerhalb des freiwilligen Engagements sind. Dabei steht eins für unwichtig und fünf für außerordentlich wichtig. In den Erwartungen gibt es in der Zeit zwischen dem ersten Freiwilligensurvey und dem Zweiten keine nennenswerten Abweichungen, darum wird sich im Folgenden nur auf die aktuellen Zahlen bezogen.

Das die Tätigkeit Spaß macht steht mit 4,5 von 5 an oberster Stelle der Erwartungen der freiwillig Engagierten. Ein Zusammentreffen in der Tätigkeit mit sympathischen Menschen steht mit 4,2 zweiter Stelle. Der Gedanke anderen Menschen zu helfen und etwas für das Gemeinwohl zu tun, ist bei den Engagierten mit 4,1 Punkten vertreten.

Das man die eigenen Erfahrungen und Kenntnisse erweitern kann, hat mit einem Wert von 3,9 einen überdurchschnittlichen Stellenwert bei den Erwartungen der freiwillig engagierten Menschen. Eigene Verantwortung und Entscheidungsmöglichkeiten bewerten sie mit 3,5 Punkten auf der Skala. Kurz danach steht mit 3,4 Punkten, dass man Anerkennung für seine Tätigkeit findet. Mit einem großen Abstand dahinter findet man die Aussagen wieder, die sich auf das persönliche Wohl beziehen. Mit einem durchschnittlichen Wert von 2,8 bewerten die Engagierten die Aussage „dass man damit berechnigte eigene Interessen vertreten kann“. Dahinter mit 2,6 Punkten „das man damit eigene Probleme in die Hand nehmen und lösen kann“. Den Schluss mit 2,2 bildet die Erwartung, dass die Tätigkeit auch für die beruflichen Möglichkeiten nutzen könnte (BMFSFJ 2006: 16).

In Bezug auf die Erwartungen ist jedoch festzuhalten, dass es in den entsprechenden Alters- und Personengruppen unterschiedliche Meinungen gibt. Auffällig ist, dass die jüngeren und die arbeitslosen Engagierten zunehmend mit ihrer freiwilligen Tätigkeit eigene Interessen und berufliche Aspekte verbinden. „Sie sehen ihre freiwillige Tätigkeit durchaus als gemeinwohlorientiert an, fügen dieser Motivation aber eine Interessenorientierung persönlicher Art hinzu“ (BMFSFJ 2006: 17). Bei den älteren Engagierten sieht das anders aus. Ihnen ist es wichtiger, dass sie ihre soziale Verpflichtung erfüllen, das heißt mit der Ausübung ihrer freiwilligen Tätigkeit etwas für das Gemeinwohl zu tun (BMFSFJ 2006: 17).

### **3.6 Die Strukturen des freiwilligen Engagements**

#### **3.6.1 Organisationsformen**

1999 wie 2004 bildet der Verein mit 43% die mit Abstand wichtigste Organisationsform des freiwilligen Engagements. Kirchen oder religiöse Einrichtungen mit 15% sind an zweiter Stelle und haben seit 1999 einen Zuwachs um ein Prozent zu verzeichnen. Es folgen staatliche und kommunale Einrichtungen, die seit 1999 von elf Prozent auf 13% gewachsen sind. Mit elf Prozent liegen die Gruppen und Initiativen auf Platz vier und

haben seit 1999 in ihrer Organisationsform um zwei Prozent eingebüßt<sup>7</sup>. Die Verbände, private Einrichtungen, Stiftungen und sonstige Organisationsformen haben jeweils 7% aufzuweisen. Jedoch hat die Organisation im Verband seit 1999 um einen Prozent abgenommen, die privaten Einrichtungen, Stiftungen etc. sind jedoch um 2% gestiegen. Parteien und Gewerkschaften sind die unbeliebtesten Organisationsformen und bilden mit fünf Prozent den Schluss (BMFSFJ 2006: 61).

### 3.6.2 Mitbestimmung und Mitgestaltung

In den Umfragen wurde deutlich, dass Freiwillige, die in eher kleineren und locker gefügten Organisationsformen engagiert sind, vermehrt der Meinung sind, über ausreichende Spielräume zu verfügen um mitzubestimmen und mitzugestalten (BMFSFJ 2006: 19). Engagierte im Partei- und Verbandswesen schätzen diese Möglichkeiten als weniger gut ein. Vereine hingegen stechen positiv aus dem Durchschnitt heraus. Vereine mit weniger als 500 Mitgliedern geben ähnlich gute Mitbestimmungs- und Mitgestaltungsmöglichkeiten an, wie Gruppen und Initiativen (BMFSFJ 2006: 19).

### 3.6.3 Die Bedeutung des Internets

Die Bedeutung des Internets für das freiwillige Engagement ist heutzutage sehr wichtig. 43% der Engagierten bedienen sich gerne dieses modernen Kommunikationsmediums um wichtige Informationen und Meinungen auszutauschen und zur Organisation und Abwicklung der laufenden Arbeit (BMFSFJ 2006: 20).

## **3.7 Verbesserungsbedarf der Rahmenbedingungen**

### 3.7.1 Organisationen und Einrichtungen

---

<sup>7</sup> Eine Vermutung wäre, dass sich viele der Gruppen zu mehr Rechtsfähigkeit entschlossen haben und sich als Verein eintragen lassen haben.

Die Verbesserungswünsche der Engagierten an die Organisationen umfassen mit 63% die finanziellen Mittel für Projekte. An zweiter Stelle stehen die bessere Bereitstellung von Räumlichkeiten und Sachmitteln (43%). 35% wünschen sich mehr Weiterbildungsmöglichkeiten und 34% eine bessere fachliche Unterstützung. Eine unbürokratischere Kostenerstattung erhoffen sich 33%, außerdem möchten 28% eine bessere Anerkennung durch die Hauptamtlichen und 22% eine bessere finanzielle Vergütung (BMFSFJ 2006: 69).

### 3.7.2 Staat und Öffentlichkeit

Mit 55% seit 1999 immer noch an der Spitze stehend und nur um 2% Punkte eingebüßt, befindet sich der Verbesserungswunsch der Engagierten, eine bessere Information und Beratung über die Möglichkeiten des freiwilligen Engagements zu erhalten. Von 52% auf 44% ist der Wunsch nach einer besseren steuerlichen Absetzbarkeit der Aufwandsentschädigungen getreten. Kurz darauf von 56% auf 43% befindet sich der Vorschlag nach einer besseren steuerlichen Absetzbarkeit der Unkosten. 48% wünschen sich eine bessere Anerkennung ihrer freiwilligen Tätigkeit in den Medien. 40% möchten eine bessere Anerkennung ihres Engagements als berufliches Praktikum. An den beiden letzten Stellen steht mit 38% der Wunsch nach einer besseren Absicherung der Freiwilligen durch Haftpflicht- und Unfallversicherung und mit 24% eine bessere öffentliche Anerkennung durch z.B. Ehrungen (BMFSFJ 2006: 71).

## 4. Erfolgsfaktoren für freiwilliges Engagement

Sowohl die Theorie, als auch die Ergebnisse der Studie zum bürgerschaftlichen Engagement deuten auf bestimmte Faktoren hin, die für ein erfolgreiches bürgerschaftliches Engagement stehen könnten. Diese sollen nachfolgend, wie bereits in der Methode geschildert, anhand von deduktiver Kategorienbildung aufgeführt werden. „Interne“ und „Externe Erfolgsfaktoren“ bilden dabei die zwei Oberkategorien. Zum besseren Verständnis könnte man sich bei der Interpretation der Ergebnisse unter den „internen“ Erfolgsfaktoren die freiwilligen Organisationsformen, bzw. Bürger vorstellen

und unter den „externen“ bspw. den Staat. Alle anderen, unter diesen beiden Oberkategorien aufgelisteten Punkte stellen Unterkategorien dar.

#### **4.1 Die internen Faktoren**

Eine der Oberkategorie „interne Faktoren“ zugeordnete Unterkategorie der „Motivation und Erwartungen“ wurde nach dem Kriterium der subjektiven Faktoren gebildet. Das heißt die möglichen Antriebe, die innerhalb eines Menschen gegeben sein könnten, um die Voraussetzung für ein erfolgreiches Engagement erhöhen oder schaffen zu können. Die andere Unterkategorie beschäftigt sich mit der Identifikation. Diese könnte, aufgrund kleinerer Organisationsstrukturen, wie sie die Kommunalebene und kleinere, locker gefügte Gruppen aufweisen, zu einem erfolgreichen freiwilligen Engagement beitragen.

##### ***I. Motivation und Erwartungen***

Wie bereits in der Theorie erklärt, verbinden die Engagierten trotz des Wertewandels und des Wandels der Engagementmotive, das Interesse an Selbstentfaltung mit dem der Gemeinwohlorientierung (Enquete- Kommission 2002: 52).

Dies lässt sich an den Daten des Freiwilligensurveys wiederfinden. Die häufigste Antwort für die Motivation für das Engagement bildet mit 66% die Aussage: „Ich will durch mein Engagement die Gesellschaft zumindest im Kleinen mitgestalten“ (BMFSFJ 2006: 16). Aus dieser Aussage könnte man sowohl ein Eigeninteresse, weil man mitgestalten möchte, als auch ein Interesse am Gemeinwohl, weil es die Gesellschaft ist, die man mitgestalten möchte vermuten.

Die Erwartungen an das freiwillige Engagement implizieren ähnliche subjektive Faktoren, wie die der Motivation. Der Freiwilligensurvey ergab, dass die meisten der Befragten an die freiwillige Tätigkeit die Erwartung eines hohen Spaßfaktors stellten. Danach folgte, „dass man mit sympathischen Menschen zusammenkommt“ und „dass man damit anderen Menschen helfen kann“ (BMFSFJ 2006: 16). Dies könnte ebenfalls

ein Zusammenwirken von eigeninteressierten, als auch gemeinwohlorientierten Erwartungen beinhalten<sup>8</sup>.

## **II. Identifikation**

### **a) Kleine Regionen und Organisationsformen**

Laut Theorie ist die Kommunalebene die Ebene, wo bürgerschaftliches Engagement am häufigsten stattfindet (Enquete Kommission 2002: 158).

„Kleine Lebenskreise sind der Organisationsform des Menschen am nächsten, deshalb kann sich Verantwortung auch am ehesten in kleinen Einheiten entfalten“ (Braun 2001: 464). Dies gilt laut Theorie vor allem für die Kommunalebene. Man kann also davon ausgehen, dass Menschen sich besonders auf der kommunalen Ebene engagieren, weil sie am überschaubarsten ist und untereinander ein höherer Bekanntheitsgrad herrscht (Knemeyer 1995: 78 in: Roth 1997: 405). Ähnliches wurde in Bezug auf kleine und locker geführte Organisationsformen im Freiwilligensurvey ermittelt. Freiwillig Engagierte hatten in dieser Art der Organisationsform eher das Gefühl über mehr Spielräume der Mitgestaltung und Mitbestimmung zu verfügen. Dazu rechnen sich laut Freiwilligensurvey auch Vereine, die weniger als 500 Mitglieder haben (BMFSFJ 2006: 19). Diese Tatsache könnte zur Folge haben, dass durch eine höhere Identifikation mit der Organisationsform und der Erwartung, wie bereits unter dem vorherigen Punkt beschrieben, auch das Engagement erfolgreicher praktiziert werden könnte.

## **4.2 Die externen Faktoren**

Die unter der Oberkategorie der externen Erfolgsfaktoren zusammengefassten Unterkategorien befassen sich in erster Linie mit den Rahmenbedingungen, die gegeben sein müssten bzw. verbessert werden müssten, um die Voraussetzung für ein erfolgreiches freiwilliges Engagement gewähren oder vergrößern zu können.

---

<sup>8</sup> Das Zusammenspiel der Motive des Eigeninteresses und des Gemeinwohlinteresses, könnten auf ein erfolgreiches freiwilliges Engagement hindeuten, was an dem empirischen Material noch zu prüfen sein wird

## ***I. Verbesserte Rahmenbedingungen und Abbau der Hemmnisse***

### ***a) Organisationen und Einrichtungen***

Laut Freiwilligensurvey wünschen sich die meisten der befragten freiwillig Engagierten eine bessere finanzielle Unterstützung (63%). An zweiter Stelle steht eine bessere Bereitstellung von Räumlichkeiten und Sachmitteln mit 43% (BMFSFJ 2006: 69). Man kann davon ausgehen, dass wenn diese Rahmenbedingungen verbessert bzw. gefördert werden würden, das freiwillige Engagement besser und somit erfolgreicher praktiziert werden könnte.

### ***b) Staat und Öffentlichkeit***

In Bezug auf den Staat und die Öffentlichkeit steht der Verbesserungswunsch einer besseren Information und Beratung über die Möglichkeiten des freiwilligen Engagements an erster Stelle. An zweiter Stelle steht der Wunsch nach einer besseren Absetzbarkeit der Aufwandsentschädigung (BMFSFJ 2006: 71). Es ist also durchaus möglich, dass wenn über die Möglichkeiten des freiwilligen Engagements besser beraten und informiert wird, dass sich bereits engagierte Bürger zu einer weiteren Aufnahme eines Engagements entscheiden. Das interne Engagementpotenzial liegt dafür mit 40% recht hoch (BMFSFJ 2006: 6). Aber auch das externe Engagementpotenzial weist einen hohen Wert von 32% auf (BMFSFJ 2006: 8). Der Aktivierung, wie bereits aus der Theorie bekannt, stehen häufig bürokratische Hemmnisse im Weg. Man kann also davon ausgehen, dass bessere Rahmenbedingungen in Bezug auf Information und Beratung durch Staat und Öffentlichkeit, als auch der Abbau bürokratischer Hemmnisse, für die Aufnahme eines Engagement bzw. eines weiteren Engagements förderlicher wären. Aufgrund dessen könnte man annehmen, dass dies als eine gute Grundlage für ein erfolgreiches Engagement stehen könnte.

Im Folgenden soll nun das Instrument des BID erläutert werden. Dieses Kapitel bildet die Verbindung zu dem darauf folgenden empirischen Teil der Arbeit.

## 5. Business Improvement Districts

### **5.1 Die Situation der Kommunen in Deutschland**

Die Stadtentwicklung in den Städten und Gemeinden vollzieht sich in einer enormen Umbruchsituation. Das kommunale Finanzdefizit betrug im Jahre 2004 rund zehn Mrd. Euro und die kommunalen Investitionen haben sich in den letzten zehn Jahren um zehn Mrd. Euro verringert (DStGB 2004: 1). Aufgrund der Investitionsrückgänge der Kommunen, schreitet auch der Verfall der öffentlichen Infrastruktur, wie z.B. Schulen, Plätze etc. bedrohlich voran (DStGB 2004: 2)<sup>9</sup>.

Auch der demographische Wandel hinterlässt in den Städten seine Wirkung. Eine niedrige Geburtenrate und ein Sterbeüberschuss führen zu einem kontinuierlichen Sinken der Einwohnerzahlen (DStGB 2004: 2). Zudem kommt die Globalisierung und Internationalisierung der Wirtschafts-, Handels- und Finanzströme hinzu. Bezogen auf die kommunale Ebene hat dies eine Konkurrenzsituation unter den Städten zur Folge. Auch der Bürger orientiert sich mehr und mehr über die eigenen Stadtgrenzen hinweg (DStGB 2004: 6).

„Für die Städte und Gemeinden kommt es angesichts dieser Internationalisierung darauf an ein eigenes und unverwechselbares sowie an den eigenen Traditionen ausgerichtetes Profil zu entwickeln. Dieses Profil muss dem Bürger eine Identifikation mit „seiner Gemeinde“ und deren Stärken vermitteln und die Wirtschaft als Verantwortungsträger für die jeweilige Gemeinde mit ins Boot holen“ (DStGB 2004: 6).

Unter dem Stichwort der „Verantwortungskultur“ sollen private Akteure und Investoren zur gemeinsamen Zielformulierung mit der Gemeinde an einen Tisch gebracht werden. Diese Akteure können aus der Wohnungswirtschaft, aus Sozial- und Bildungsträgern, Vereinen, aus der Bürgerschaft, dem Handel und anderen privaten Bereichen kommen. Die Verbindung mit privaten Akteuren und Investoren, aus Handel und Wirtschaft, kann

---

<sup>9</sup> „Von einer negativen Bevölkerungs- und Wirtschaftsentwicklung sind nicht alle Städte und Gemeinden in gleichem Maße betroffen. Es bestehen starke regionale, zum Teil sogar lokale Disparitäten“ (DStGB 2004: 3).

für die Gemeinden von großem Vorteil sein. Neben der Gewinnung von Kapital und Know-how hilft vor allem auch das Engagement, etwas für eine positive Stadtentwicklung tun zu wollen (DStGB 2004: 4/5).

Um die Funktionsfähigkeit der Städte und Gemeinden aufrecht zu erhalten, müssen diese von einer breiten Nutzungsmischung profitieren können. Um diese Nutzungsmischung zu erreichen, müssen unterstützende Infrastrukturen geschaffen bzw. erhalten werden, wie z.B. familiengerechtes Wohnen und Verkehrskonzepte, die die Erreichbarkeit der Innenstädte garantieren (DStGB 2004: 8). Der Handel, das Gewerbe, Dienstleistungen, Freizeit, Bildung und Kultur „sind für lebenswerte Städte und Gemeinden unverzichtbar“ (DStGB 2004: 9).

Es ist jedoch nicht möglich die kommunale Finanzkrise in einigen Fällen mit Public-Private- Partnership- Modellen lösen zu wollen (DStGB 2004: 5/6).

„PPP- Modelle können aber im Einzelfall zu Effizienzsteigerungen im Rahmen des kommunalen Handelns beitragen, wenn insbesondere das jeweilige Risiko ebenso wie die Vorteile zwischen den beiden Partnern effizient und je nach den jeweiligen Stärken der beiden Parteien sachgerecht verteilt werden“ (DStGB 2004: 5/6).

Das nun im Folgenden vorgestellte Business Improvement Districts ist eine besondere Form von Public Private Partnership (Ingwersen 2005: 61).

## **5.2 Zu Begriff und Geschichte**

Ursprünglich stammt die BID- Idee aus dem amerikanischen und kanadischen Raum. In Kanada setzte sich die Idee in den 80er Jahren, in den USA in den 90er Jahren durch (Ingwersen 2005: 43). Angefangen hat es mit einer langen, unattraktiven Einkaufsstraße in Toronto namens Bloor West. Diese Einkaufsstraße war durch Leerstände geplagt und befürchtete, als ein Shopping- Center in der Nachbarschaft geplant wurde, endgültig seine Kunden zu verlieren. Als die Bemühungen des lokalen Gewerbevereins in dem Viertel die private Initiative zu mobilisieren fehlschlagen, wurde ein Antrag zur Regelung für eine Sondersteuer auf alle Grundstücke der Lage gestellt. Man wollte somit ein festes Beitragsvolumen und finanzielle Planungssicherheit erreichen und gleichzeitig das Problem der Trittbrettfahrer unterbinden (Ingwersen 2005: 30).

Dem Konzept wurde durch die dort ansässigen Gewerbetreibenden und Grundeigentümer zugestimmt und die Stadtverwaltung verschob die Planung für das Einkaufszentrum um fünf Jahre. Die Sondersteuer wurde der Eigentümerversammlung des Quartiers zur Verfügung gestellt. Diese Gelder wurden für Maßnahmen zur Aufwertung des Viertels benutzt, wie z.B. die Möblierung des öffentlichen Raums, eine zusätzliche Straßenreinigung und öffentliche Veranstaltungen (Ingwersen 2005: 30). Das Konzept des BID war erfolgreich, denn der Geschäftsbereich wurde wieder belebt. Die Idee der BIDs fand viele Nachahmer in Kanada, wie auch den USA. „Für Nordamerika wird eine Gesamtzahl von 1500 BIDs geschätzt (Kiru 2003: 17 in: Ingwersen 2005: 30).

Die Definitionen für BIDs sind ähnlich. Die folgende Begriffsbestimmung enthält die wichtigsten Eigenschaften die man BIDs zuschreibt.

„Ein Business Improvement District ist ein räumlich begrenzter, meist innerstädtischer Bereich, in dem sich Grundeigentümer und Gewerbetreibende zusammenschließen, um Maßnahmen zur Verbesserung ihres Umfeldes durchzuführen. Die Finanzierung der Maßnahmen erfolgt dabei über eine Sonderabgabe, die von der Gemeinde zusammen mit der Grundsteuer eingezogen und dem BID zur Verfügung gestellt wird“ (Bloem/Bock 2001: 11 in: Ingwersen 2005: 29).

### **5.3 BIDs in Deutschland**

Kaufkraftschwund und Kaufzurückhaltung, wachsende Konkurrenz der grünen Wiese, Rückzug traditioneller Einzelhändler und Zunahme der Filialisierung der Innenstädte, Veränderungen im Bereich der Produktion und der Verteilung von Waren und Dienstleistungen, demografischer Wandel und die Lage der öffentlichen Haushalte sind die Gründe dafür, dass man sich über die Situation der Innenstädte und die Lage des Einzelhandels Sorgen macht (Staiger 2006: 4). Häufig wird in diesem Zusammenhang das Engagement der privaten Eigentümer und Einzelhändler als nicht ausreichend genug betrachtet. Die Lasten freiwillig lokaler Initiativen würden sich oft nur auf den Schultern Weniger verteilen; außerdem würden fehlende Finanzmittel und das Trittbrettfahrerproblem häufig eine effektive Selbstorganisation verhindern. Als mögliches Instrument dem entgegenzuwirken wird das BID betrachtet (Staiger 2006: 4). Anstatt von Business Improvement Districts wird in BID- Modellprojekten in

Deutschland z.B. auch von „Bündnissen für Investition und Dienstleistungen“ gesprochen (Städtebau- Recht 2006: 1).

Im Jahre 1999 wurde erstmals über eine Übertragung von dem Konzept der BIDs aus dem amerikanischen Raum nach Deutschland im Rahmen der Tagung *Stadtplanung als Deal? Urban Entertainment Center und private Stadtplanung* in Nordrhein- Westfalen gesprochen. Dies war der Anlass für eine deutschlandweite Diskussion. Seitdem wurde bestätigt, dass BIDs auch in Deutschland möglich seien (Bloem/Bock 2001 in: Ingwersen 2005: 45).

Bei BID handelt es sich um ein bereits weit verbreitetes Instrument „zur Attraktivitätssteigerung, Stärkung und Revitalisierung von Innenstädten und Stadtteilzentren“ (BID News 01, 2007: 1). Es ist jedoch nicht von heute auf morgen realisiert. Es bedarf dazu mehrerer Stufen die bis dahin durchlaufen werden müssen.

Die erste Phase ist die „Analysephase“. Dabei geht es darum die Ausgangssituation zu analysieren. Dazu gehören z.B. die Abgrenzung eines Gebiets, die Dokumentation dessen Stärken und Schwächen und die Prüfung durch öffentliche Dienste (Stauder 2006: 6).

Die zweite Stufe ist die „Konzeptionsphase“. In diesem Schritt werden Projektideen gesammelt und beschrieben und über gemeinschaftliche Entwicklungsziele abgestimmt. Außerdem wird über die Vorstellung über einen Businessplan, die Organisation etc. diskutiert. Ein wichtiger Punkt in der Konzeptionsphase stellt auch die Abwägung dar, ob man BID in Form des Gesetzes anwendet (Stauder 2006: 7).

Der nächste Schritt ist die Prüfungs- Entscheidungsphase. Das heißt die Beteiligten prüfen und entscheiden über die Kooperationsbereitschaft, erwartete wirtschaftliche Beteiligung, die Einholung von Entscheidungsvoten und das Abwarten von Einsprüchen- Fristen (Stauder 2006: 8).

Die letzte Stufe ist die Umsetzungsphase. Diese tritt natürlich nur ein, wenn sich eine bestimmte Prozentzahl nicht gegen die Realisierung ausgesprochen haben. Diese Phase umfasst die Wahrnehmung von Managementaufgaben, den Einzug des erforderlichen Budgets, prozessorientierten Mitteleinsatz, jährliche Rückkopplung der Pläne sowie den Abschluss und die Abrechnung der Maßnahme (Stauder 2006: 9).

## 5.4 BID- Beispiele aus Hamburg und Gießen

Die Städte Hamburg und Gießen werden immer wieder als die zwei Vorzeigestädte in Bezug auf BID genannt. Die Gemeinsamkeit liegt vor allem in Bezug auf die Gesetzesbasis, die die Abgaben etc. in den BIDs in Hamburg und Gießen regeln.

### 5.4.1 Das BID „Neuer Wall“ in Hamburg

Ein gutes Beispiel, an dem sich der Erfolg des Konzepts BID ablesen lässt, stellt die Stadt Hamburg dar. Hamburg als Stadtstaat war das erste deutsche Bundesland, das sich für ein BID- Gesetz und somit eine BID- Gründung entschied (Ingwersen 2005: 53). In Hamburg spricht man derzeit von den zwei BID- Modellen „Neuer Wall“ und „Bergedorf“ (Ingwersen 2005: 1). 2005 trat das benötigte „*Gesetz zur Stärkung der Einzelhandels- und Dienstleistungszentren (GSED)*“ in Kraft, was die jeweiligen Abgaben der Eigentümer in dem Innovationsbereich regeln soll (Ingwersen 2005: 57).

Bei dem Fall Hamburg ist zu betonen, dass es hier jeweils um zwei BIDs geht, die die Gemeinsamkeiten einer sehr guten Lage teilen und außerdem durch die BID- Einführung nicht gerettet, sondern für die Zukunft gestärkt werden sollen (Ingwersen 2005: 63).

Bei dem BID „Neuer Wall“ handelt es sich um eine Einkaufsstraße mit hochwertigen Marken- Filialen wie *Joop* oder *Cartier*. Man findet jedoch auch Arztpraxen und Büros. Die Wohnfunktion ist eher schwächer ausgeprägt. Die Eigentümer beschreiben den Neuen Wall als hochattraktive, begehrte und knappe Fläche in der Innenstadt (Ingwersen 2005: 65). „Im Widerspruch zum Image des Neuen Wall und seiner Geschäfte steht das Straßenbild der Lage“ (Ingwersen 2005: 65). Dies umfasste z.B. die Park- und Verkehrssituation, zu schmale Bürgersteige, schlechte Straßenbeläge. Eine Image- Befragung der Kunden zum Neuen Wall bestätigten die Mängel (Ingwersen 2005: 66/67). Insgesamt ist das BID- Projekt Neuer Wall für eine Laufzeit von fünf Jahre angelegt worden. Der hohe Organisationsgrad mit den neben dem BID im Quartier bestehenden Interessengemeinschaft und dem Grundeigentümergeinschaft wird als sehr wichtig angesehen. Als Erfolg bereits vor den Baumaßnahmen sah man die gestiegene öffentliche Aufmerksamkeit von lokaler und nationaler Ebene an. Außerdem

empfind man die Gemeinschaft innerhalb des Neuen Walls durch den hohen Organisationsgrad als gestärkt, da die Leute an das gleiche Ziel glauben. Auch der Kontakt zu Politik und Verwaltung sei persönlicher und enger geworden. Diesen Aspekt führen die Grundeigentümer und Gewerbetreibenden auch auf das Umdenken der Verwaltung in Bezug auf private Akteure zurück. Man empfindet diese in den Verwaltungen nun nicht mehr als störend, sondern man hat zu einem guten Miteinander gefunden (Ingwersen 2005: 70). Zusammengefasst können folgende Ziele für den BID Neuer Wall festgehalten werden. Die Einkaufstraße soll so gestaltet werden, dass sie den Vorstellungen des Handels, der Eigentümer und Kunden entspricht. Die Gewerbetreibenden profitieren durch ein verbessertes Umfeld für ihre Geschäfte etc. und die Eigentümer können langfristig eine Wertsicherung und –steigerung erzielen (Ingwersen 2005: 70).

#### 5.4.2 Das Gießener BID- Quartett

Die Stadt Gießen gehört neben Hamburg zu den ersten Städten, die versuchen, das BID-Konzept anzuwenden. In Gießen handelt es sich derzeit um vier BIDs: BID Seltersweg, BID Marktquartier, BID Katharinenviertel und BID Theaterpark. Seit Anfang 2007 sind alle vier beschlossene Sache (Stadt.info 2006: 7). Die Besonderheit ist, dass diese BIDs alle aneinander angrenzen und somit eine flächendeckende Abdeckung der Innenstadt gewährleistet ist (Stadt.info 2006: 7). Ziel ist es Gießen als Einkaufstandort zu stärken und gleichzeitig über Managementleistungen und Servicedienstleistungen Kostenvorteile für die Mitglieder zu erreichen“ (Giese et al. 2007: 24).

Die Aufgabenträgerschaft wird von eigenständig gegründeten Vereinen übernommen. Dies hat zum Vorteil, dass sie große Mitgestaltungsmöglichkeiten für die Immobilienbesitzer über die gesetzliche Beteiligung hinaus bietet und eine gleichzeitige Integration und Beteiligung der Einzelhändler am BID- Prozess ermöglichen. Dadurch ist die Planungs- und Durchführungskontrolle gewährleistet (Giese et al. 2007: 24).

Zur Abstimmung von wichtigen Themen, wie z.B. Innenstadtwerbung, wurde ein Team aus den jeweiligen Sprechern aller BIDs gegründet. Ein Vorteil in der Existenz von mehreren Aufgabenträgern besteht darin, dass in allen Teilräumen der Innenstadt verantwortliche Personen aufzufinden sind, „die in ihrem Nahumfeld die BID- Idee

vermitteln, zur Mitwirkung motivieren und die Zahlungsbereitschaft sicherstellen“ (Stadt.info 2006: 8).

„In finanzieller Hinsicht haben die Gießener BIDs in ihren jeweiligen Etats feste Quoten für eine gemeinsame Innenstadt- bzw. Eventwerbung sowie ein zentrales Management festgelegt. Diese Mittelbündelung bedeutet einen Zugewinn an Schlagkraft, weil die Gelder gerade bei kleinen BIDs vielfach nicht für eine professionelle Organisation der Maßnahmen ausreichen werden. In Gießen kann sich keines der Quartiere auf sich allein gestellt eigenes Personal leisten, dessen Finanzierung aber gemeinsam möglich wird“ (Stadt.info 2006: 8).

In Gießen sind die BIDs derzeit noch bis 2012 aktiv. Jedoch wurde von den BID-Akteuren der jeweiligen Quartiere von vornherein eine Entwicklungsperspektive von zehn bis fünfzehn Jahren angestrebt (Stadt.info 2006: 9).

### **5.5 BIDs als Form des bürgerschaftlichen Engagements?**

Bei den bereits vorgestellten BIDs auf Gesetzesbasis kommt die Frage auf, ob man hier von bürgerschaftlichem Engagement sprechen kann.

An dieser Stelle ist es noch einmal wichtig, sich einige der Faktoren ins Gedächtnis zu rufen, die das bürgerschaftliche Engagement ausmachen. Es soll freiwillig, nicht auf materiellen Gewinn gerichtet und gemeinwohlorientiert sein (Enquete- Kommission 2002: 40).

Zunächst der Begriff der Freiwilligkeit. Bei BID ist eine, wie im INGE- Gesetz nachlesbar ist, Zustimmung von „nur“ 15% der Grundstücksbesitzer erforderlich um ein derartiges zu gründen<sup>10</sup>. Daraus geht hervor, dass die Mehrheit zu einem BID gezwungen werden könnte, wenn sie sich nicht mit mindestens 25% dagegen aussprechen würde. Das heißt, eine Minderheit von unter 25% könnte dazu gezwungen werden, sich an einem BID zu beteiligen. Der Aspekt der Freiwilligkeit ist also in

---

<sup>10</sup> Das INGE- Gesetz befindet sich in dem der Arbeit zugefügten Datenträger. Dort können weitere Paragraphen nachgelesen werden.

diesem Sinne hinfällig, bzw. gilt nur für diejenigen, die sich bereits freiwillig zu einer Teilnahme entschlossen haben. Im Weiteren soll es nur um diejenigen gehen, die sich freiwillig dazu bereit erklärt haben.

Ein nicht auf materiellen Gewinn ausgerichtetes Interesse besteht bei dem BID eher nicht. Hier entschließen sich die Grundeigentümer und Gewerbetreibenden unter anderem aus dem Grund des Eigeninteresses dazu. Das heißt, die Gewerbetreibenden profitieren dadurch, dass sie durch ein verbessertes Umfeld mehr Geld in ihren Geschäften erzielen, weil die verbesserten Maßnahmen z.B. mehr Kunden anziehen.

Die Grundeigentümer haben durch das BID eine gute Grundlage, langfristig eine Wertsicherung und –steigerung zu erreichen (Ingwersen 2005: 71). Es ist eher unwahrscheinlich, dass die Gewerbetreibenden und Grundeigentümer, nur aus dem Motiv des Gemeinwohls, ihren Zwangsbeitrag leisten würden.

Es könnte z.B. ein Zusammenwirken von Motiven des Eigeninteresses und der Gemeinwohlorientierung bestehen. Das heißt, der Gewerbetreibende oder Grundeigentümer hat durch sein Geschäft, oder seine Immobilie ein Eigeninteresse daran, dass er entsprechendes Geld damit verdient. Jedoch trägt er durch seinen Zwangsbeitrag auch dazu bei, dass das Umfeld verbessert bzw. verschönert wird und so dem Interesse an dem Gemeinwohl zuzurechnen ist. Vielleicht hat der BID- Teilnehmer aber auch kein Gemeinwohlinteresse als Motiv und es resultiert allein aus seinem durch das Eigeninteresse vorangetriebene Engagement.

Nach Wiezorek setzen BIDs einen Bottom- up- Prozess voraus. Das bedeutet, dass die Initiative von der lokalen Wirtschaft ausgeht (Wiezorek 2004: 24f. in: Ingwersen 2005: 29). Ingwersen sieht in diesem Punkt, dass BIDs kein Instrument der Stadtplanung darstellen, „sonder ein Instrument, das privaten Akteuren helfen soll, den eigenen Standort zu vermarkten“ (Ingwersen 2005: 29). Unter diesem Aspekt, dass BID nur als Form der Vermarktung und nicht als Instrument der Stadtplanung dienen soll, ist die Tendenz der Frage ob BID als bürgerschaftliches Engagement gewertet werden kann, eher zu einem Nein.

Die Frage, ob BIDs mit Zwangsbeiträgen als bürgerschaftliches Engagement angesehen werden können, soll und kann nicht eindeutig beantwortet werden. Es ist vielmehr davon abhängig unter welchen Motiven die entsprechenden Gewerbetreibenden und

Grundstücksbesitzer sich für das BID engagieren. Und wie letztendlich, falls ein Gemeinwohlinteresse als Motiv da ist, es inhaltlich von demjenigen bestimmt wird.

## **5.6 BIDs in Marburg**

### 5.6.1 Die Stadt Marburg

Marburg hat eine Einwohnerzahl von knapp 79.500 Menschen, davon 19.000 Studenten. Die in Marburg ansässige Philipps- Universität ist der größte Arbeitgeber und wichtigster Wirtschaftsfaktor der Stadt. Die Pharmaindustrie am Standort Behringwerke mit über 4000 Beschäftigten macht dabei ebenfalls einen großen Teil aus (Stadt Marburg; Uni und Wirtschaft 2008: 1).

Kulturell ist die Stadt gut bedient. Neben den vielen Sehenswürdigkeiten, wie die historische Altstadt, das Landgrafenschloss, die Elisabethkirche und die Alte Universität, verfügt Marburg auch über Theater, Museen und Kinos (Stadt Marburg; Tourismus und Kultur 2008: 1).

Die finanzielle Lage der Stadt ist, laut des Diplom Geographen Wolfgang Liprecht<sup>11</sup> des Referat für Stadt-, Regional- und Wirtschaftsentwicklung, gut. Seit Jahren gäbe es ausgeglichene Einnahmen und Ausgaben und es würden keine Neuverschuldungen gemacht werden, sondern eher eine aktive Schuldenrückführung betrieben werden (Liprecht 4.06.08).

### 5.6.2 MarBID

Nachdem BIDs immer mehr in den Mittelpunkt der Diskussion um die Aufwertungen der Innenstädte geriet, entschloss sich auch die Stadt Marburg zu einer genaueren Betrachtung dieses Instrumentes. Nach Aussage von Herrn Liprecht waren „in Deutschland [...] bereits politische Grundströmungen vorhanden und es gab Liberalisierungstendenzen aus dem ökonomischen Bereich. [...]. Durch die Strömungen

---

<sup>11</sup> Herr Liprecht ist für die Betreuung der noch bestehenden BID- Gruppen zuständig. Er besucht sie ca. einmal im Jahr und beantwortet allgemeine Fragen z.B. zur Antragsstellung etc. (Liprecht 4.06.08).

und allgemeinen Entwicklungen und auch dem Modegedanke, war die Zeit reif“ (Liprecht 4.06.08).

Am 20. November 2004 fand im Marburger Stadtverordnetensaal eine Informationsveranstaltung unter dem Titel „MarBID 2005 – der Marburger Weg“ zu dem Thema BID statt. Dazu wurden Geschäftsleute und Hausbesitzer eingeladen. Ein Fachreferent der „CiMa“ (City Management GmbH) erläuterte zunächst, was BIDs sind, wie sie arbeiten, was sie leisten können etc. Zu dieser Zeit fehlte in Hessen noch die gesetzliche Basis in Form des INGE- Gesetzes. Man entschloss sich MarBID auf der Basis der Freiwilligkeit durchzuführen. Auch der damalige Oberbürgermeister Möller sah in der Freiwilligkeit eine große Chance für die Stadt, da seiner Meinung nach freiwillige Projekte meist erfolgreicher wären als erzwungene. Nach Ansicht des ehemaligen Oberbürgermeisters, soll in Marburg eine Selbsthilfekultur entwickelt werden (Marburg News 2004: 1).

„Ziel des Ansatzes ist es, einen Entwicklungsprozess in Gang zu setzen, der die Absicht verfolgt die historischen Innenstadtbereiche nach ihrer baulichen Sanierung nunmehr wirtschaftlich beständig zu machen. Dabei soll die Einsicht, sich freiwillig zu engagieren und nicht verordneter Zwang tragendes Element des Ansatzes sein“ (Stadt Marburg; MarBID 2008: 1).

Um diesen Ansatz des BIDs auf freiwilliger Basis auch realisieren zu können, findet das Projekt MarBID Partner im „Einzelhandelsverband Hessen Nord, Haus und Grund Marburg-Biedenkopf e. V. und dem Hotel- und Gaststättenverband Nordhessen und Osthessen und [wird] unterstützt von der Sparkasse Marburg-Biedenkopf, der Volksbank Mittelhessen [und] dem Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung des Landes Hessen“ (Stadt Marburg; MarBID 2008: 1).

Den Anstoß für das Marburger BID- Projekt, wurde noch an demselben Tag der Informationsveranstaltung in Form eines Wettbewerbes gegeben. Bis zum zehnten Dezember 2004 konnten sich Projektgruppen aus den verschiedenen Stadtteilen Marburgs gebildet haben. Daraus gingen die „MarBID Initiative Nordstadt“, die „MarBID Initiative Biegenviertel“, die „Projektgruppe Südstadt“ und die „Projektgruppe Oberstadt“ hervor (Stadt Marburg; MarBID; 2008: 1).

Jede dieser vier gebildeten BIDs sollte bis zum 15. Februar 2005 ein Konzept entwickeln. Dies sollte sich in seinen jeweiligen Maßnahmen und Projekten auf die jeweiligen Bereiche beziehen, die man in seinem entsprechenden Viertel verändern bzw. verbessern wollte<sup>12</sup>. Mit dem Konzeptvorschlag endete auch der Wettbewerb (Stadt Marburg; MarBID; 1). Am neunten März 2005 traf sich, die aus den selbigen Partnern und Unterstützern bestehende Jury, um eine Bewertung der Wettbewerbsvorträge vorzunehmen. Der 21. März 2005 war der Tag der Verkündung. Gewonnen hatte die BID- Gruppe Nordviertel und erhielt den Hauptpreis in Form von 3.500 Euro. Den zweiten Platz belegte die Biegenviertelgruppe und erhielt dafür 1.500 Euro (Stadt Marburg; MarBID; 1).

Die Arbeit nach dem „MarBID“- Projekt wird von den einzelnen Initiativen eigenhändig weitergeführt. Jedoch bestätigte Herr Liprecht, dass die Stadt auf Anschreiben an die Oberstadt- und Südstadtgruppe, ob sie denn noch aktiv seien, keine Antwort erhält (Liprecht 4.06.08). Er führt dieses Verhalten auf ein Desinteresse an dem BID- Konzept zurück. In der Oberstadt und der Südstadt bestehen, nach seiner Aussage, seit vielen Jahren funktionierende Werbekreise, die ähnliche Funktionen wie ein BID erfüllen. Deshalb wäre BID für beide eher uninteressant (Liprecht 4.06.08).

Die einzigen BID- Gruppen, die noch aktiv sind, sind die Nordviertelgruppe und die Biegenviertelinitiative. Bei der Nordviertelinitiative und dem Biegenviertelverein bestehe, nach Liprecht, wieder eine andere Situation. Im Nordviertel bestehe zwar ein alter Werbekreis, aber auch die BID- Initiative. Diese kooperieren und existieren nebeneinander (Liprecht 4.06.08).

Bei der BID- Gruppe aus dem Biegenviertel bestehen, laut Liprecht wieder andere Umstände. Im Biegenviertel gäbe es keine große Geschäftsstraße und es gibt viele Dienstleister. Hier wäre „Alles im Biegen“ die einzige Initiative (Liprecht 4.06.08).

---

<sup>12</sup> Dieses Konzept findet in vielerlei Hinsicht Übereinstimmungen mit dem Maßnahmen- und Finanzierungskonzept, wie bereits unter dem INGE- Gesetz erläutert.

Im Folgenden soll nun der Verein „Alles im Biegen“ vorgestellt werden. Dazu wird zunächst die Methode erläutert. Im Anschluss daran wird der Verein selbst vorgestellt. Darauf aufbauend folgt der Kern der Arbeit, der sich um die Erfolgsfaktoren für freiwilliges Engagement in dem Verein dreht. Bevor dieses Kapitel jedoch vorgestellt wird, sollen noch einmal die deduktiv gewonnenen Kategorien aufgefasst werden.

## 6. Der Verein „Alles im Biegen“

### **6.1 Die Methode**

#### 6.1.1 Der Untersuchungsgegenstand

Der Verein „Alles im Biegen“ besteht seit dem Marburger BID- Kongress und ist seitdem aktiv im Biegenviertel der Marburger Innenstadt tätig. Er beschreibt sich selbst als „Verein zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsqualität im Biegenviertel“ (Alles im Biegen e.V. 2008: Aktuelles). Er setzt sich durch Gewerbetreibende, Hausbesitzer und Anwohner zusammen. Obwohl man sich nach Aussage von zwei der befragten Mitgliedern vielmehr als Initiative, als Verein betrachtet<sup>13</sup> (Frau D, 28.05.08; Herr E, 15.05.08). Der Verein könnte in den durch den Freiwilligensurvey benannten Engagementbereich des „Lokalen Bürgerengagements“ eingeordnet werden, da man sich im lokalen Raum um ein Stadtviertel bemüht.

Neben vielfältigen Aktivitäten im Viertel ist wohl der größte Erfolg des dreijährigen Vereins, der Rückbau einer Fahrspur in der Biegenstraße, der zu einer Verlangsamung des Verkehrs geführt hat (Frau C, 21.05.08). Seit dem Bestehen des Vereins erschienen über die Jahre Artikel in der Marburger Presse mit den Überschriften „Biegenstraße verliert Fahrspur“ (Badouin 15.03.07), „Biegenviertel soll künftig mehr Lebensqualität erhalten“ (Girgert 23.09.06), „Das Viertel kann noch hoffen“ (Badouin 15.03.07), „Verkehrsversuch läuft am 1.April an“ (MNZ 17.03.07) und „Ein Prosit auf den Verkehrsversuch“ (Ntemiris 3.04.07).

---

<sup>13</sup> Dies hat laut der beiden Mitglieder nur etwas mit der Rechtsform zu tun. Ein Verein ist eine juristische Person und somit geschäftsfähig (Herr Liprecht 4.06.08)

### 6.1.2 Zugang zum Feld und Auswahl der Interviewpartner

Der erste Kontakt zu dem Verein „Alles im Biegen“ wurde bei einem der monatlichen Treffen aufgenommen. Es wurde zunächst eine eher beobachtende Perspektive eingenommen, um von den Mitgliedern einen ersten Eindruck zu gewinnen. Als das Treffen sich dem Ende näherte wurden bereits formlose Gespräche mit einigen der Mitglieder geführt.

Die Auswahl der Interviewpartner<sup>14</sup> im Verein richtete sich nach keinen besonderen Kriterien, jedoch wurden bevorzugt die Personen kontaktiert, die auch bei dem Stammtisch waren, da man sich bereits kannte und um die „Aktiven“ unter den Mitgliedern zu erfassen. Mithilfe der Homepage des Vereins waren die Emailadressen dem Interviewer zugänglich. Nachdem einige der angeschriebenen Mitglieder nicht auf die Email antworteten, wurde zu diesen Personen noch einmal telefonisch Kontakt aufgenommen und ein Termin vereinbart. Für eine umfassende und ausgeglichene Wiedergabe der Interessen, Meinungen, Motive etc. wurde darauf Wert gelegt, Interviewpartner aus allen drei Mitgliedsbereichen zu interviewen. Es wurden insgesamt fünf Interviews geführt. Die Namen der Interviewpartner wurden anonymisiert und mit den Buchstaben A, B, C, D, E versehen. Zu den interviewten Personen lässt sich folgendes sagen: Interviewpartner A ist ein männlicher Gewerbetreibender, der in die Altersklasse<sup>15</sup> der 31- 45 Jährigen fällt. Bei Interviewpartner B handelt es sich um einen männlichen Anwohner, der Altersklasse der 66 Jährigen und älteren. Bei Interviewpartner C geht es um eine weibliche Gewerbetreibende und Anwohnerin der Altersklasse 31-45 Jahre. Bei Interviewpartner D handelt es sich um eine weibliche Hausbesitzerin, die der Altersklasse der 45- 65 Jährigen zuzuteilen ist.

Interviewpartner E ist ein männlicher Gewerbetreibender und Anwohner der Altersklasse der 45- 65 Jährigen.

---

<sup>14</sup> Die Begriffe Interviewpartner, als auch Mitglieder etc. die in dieser Arbeit verwendet werden implizieren sowohl das männliche, als auch das weibliche Geschlecht. Es sei denn, es wird gesondert drauf aufmerksam gemacht.

<sup>15</sup> Die Altersklassen sind aus dem Freiwilligensurvey 1999-2004 entnommen (BMFSFJ 2006: 46).

Außerhalb des Vereins wurde noch ein weiterer Interviewpartner hinzugezogen. Es handelt sich dabei um den im MarBID- Teil vorgestellten Herrn Wolfgang Liprecht. Herr Liprecht wurde ausgewählt, weil er die Kontaktperson zu MarBID ist und auch den Verein „Alles im Biegen“ in dieser Hinsicht betreut. Kontakt wurde durch die Homepage der Stadt Marburg aufgenommen.

### 6.1.3 Die Untersuchungsinstrumente

Als Verfahren der Befragung wurde das persönlich- mündliche Interview gewählt. Diese Art des „face-to-face“- Interviews wurde ausgesucht um persönlich in Kontakt zu dem Interviewpartner zu kommen und um ein Vertrauensverhältnis aufbauen zu können (Scholl 2003: 39/40).

Als Form der Befragung wurde das Leitfadeninterview- und Experteninterview gewählt. Dies nimmt eine mittlere Position zwischen narrativen und standardisierten Interview ein. Das heißt, das Gespräch wurde von dem Interviewer durch mehr und spezifischere Fragen strukturiert, als es beim narrativen Interview der Fall ist. Auf der anderen Seite wird aber dem Befragten mehr Möglichkeit gegeben auf die Fragen zu antworten, da keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben werden. Der Interviewleitfaden enthält vorgeschlagene Fragen (Scholl 2003: 66). Ob der Interviewer alle Fragen stellt und in der vorgegebenen Reihenfolge, hängt von der Interviewsituation und den Antworten des Befragten ab (Scholl 2003: 66). Das heißt, die Fragen werden in ihrer Formulierung und Ausführlichkeit den Bedürfnissen des Informanten angepasst und können z.B. auch flexibel vorgezogen werden.

Der Leitfaden enthält 22 Fragen und wurde in drei Bereiche eingeteilt: „Alles im Biegen“, „BID“ und „Bürgerschaftliches Engagement“. Der erste Bereich umfasst Fragen zu dem Verein selbst. Dieser Fragebereich wurde bewusst bei der Leitfadenkonstruktion an den Anfang gestellt, da es dem Interviewpartner als Einstieg in das Interview dienen soll und Fragen beinhaltet, die seine Motivationen und Meinungen betrifft, die er mit hoher Wahrscheinlichkeit beantworten kann.

Bei den Fragen zum Thema „BID“ ist diese Wahrscheinlichkeit weniger gegeben, da man nicht davon ausgehen kann, dass alle sich mit dem Thema BID auseinandergesetzt

haben. Dieser Bereich enthält sowohl Fragen zum allgemeinen Konzept BID, als auch Fragen zu BID in Marburg und bezogen auf den Verein.

Der dritte Bereich „Bürgerschaftliches Engagement“ beinhaltet Fragen, in der die Interviewpartner das freiwillige Engagement in Marburg und auch Deutschland einschätzen sollten. Auch wurde danach gefragt, ob man sich mehr Engagement wünschen würde und ob man mit den entsprechenden Unterstützungen zufrieden ist. Dieser Fragebereich ist recht allgemein gehalten und enthält Fragen, wozu alle Interviewpartner eine Meinung haben müssten.

Das Leitfadenterview wurde durch einen Kurzfragebogen ergänzt. Dieser enthält sieben Fragen nach dem Alter, dem Schulabschluss etc. Der Kurzfragebogen wurde nach dem Leitfadenterview eingesetzt um zu vermeiden, dass der Interviewpartner schon zu Anfang in einen kurzen Antwortstil verfällt. Zudem wäre es kontraproduktiv für das Aufbauen eines Vertrauensverhältnisses gewesen, vorher die sozialen Daten abzufragen.

Die Interviews wurden mit einem digitalen Diktiergerät aufgenommen. Zuvor wurde geklärt, ob die jeweilige Interviewperson damit einverstanden ist. In diesem Zusammenhang wurde auch durch den Interviewer versichert, dass die Namen der Vereinsmitglieder in der Arbeit anonymisiert werden. Die Mitglieder des Vereins stimmten alle einer Tonbandaufnahme zu, was für den Interviewer einen Vorteil darstellte, da er sich vollkommen auf seinen Interviewpartner einlassen konnte und alle Informationen des Gesprächs später besser transkribieren konnte. Bei dem Interview mit dem Herrn von der Stadt wurde einer Tonbandaufnahme nicht zugestimmt, da dieser bereits schlechte Erfahrungen diesbezüglich machte. Dies erklärt die stichpunktartigen Antworten in der Interviewdatei, da dieses Interview per Hand mitgeschrieben wurde. Eine andere Situation ist bei Interviewperson D. Diese Person musste bevor das digitale Diktiergerät verfügbar war interviewt werden, da sie unter Zeitmangel litt. Das erklärt wiederum die Stichpunkte bei den ersten vier Fragen. Die weiteren Antworten konnten vor einem der Stammtische auf Tonband aufgenommen werden. Die letzten Fragen zum bürgerschaftlichen Engagement mussten per Email geschickt werden<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> In beiden Fällen wurde versucht während der Interpretation der Interviews auf diese Besonderheiten zu achten.

#### 6.1.4 Der Verlauf der Interviews

Bei den Interviews handelte es sich, wie bereits erwähnt um persönlich- mündliche Interviews. Um ein entsprechendes Vertrauensverhältnis zu den Interviewpartnern aufzubauen, wurden diese in den meisten Fällen in ihrem Geschäft bzw. Arbeitsplatz oder zu Hause besucht, da sich die Interviewpartner dort in einer vertrauten Umgebung befanden.

Der Interviewverlauf folgte der Kommunikationsstrategie, den Interviewpartner in eine Erzählsituation zu bringen. Dazu wurden offen gestellte Leitfragen benutzt. Beantwortete der Interviewpartner die Fragen nicht ausreichend wurden Ad- hoc-Fragen gestellt. Häufig kam es während der Interviewsituation dazu, dass Fragen die im Verlauf des Interviews noch gestellt werden sollten schon vorher im Zusammenhang einer anderen Frage von dem Interviewpartner beantwortet wurden. Der Interviewpartner wurde an dieser Stelle nicht darauf aufmerksam gemacht, dass eine solche Frage noch folgen wird, da man die Erzählsituation, bei der zusätzliche Informationen gewonnen werden konnten, nicht unterbrechen wollte. Empfindet der Interviewer die Antwort als ausreichend beantwortet, wurde die Frage zu späterer Zeit nicht noch einmal gestellt.

Bei bestimmten Themen war nur schwer einschätzbar, ob das Gespräch durch die offene Interviewsituation abschweift oder der Interviewpartner bewusst einer Antwort aus dem Weg zu gehen versucht. In diesem Fall musste der Interviewer subjektiv die Situation einschätzen und betonte entweder die Frage noch einmal oder hakte an den für ihn fragwürdigen Stellen noch einmal nach (Herr A, 21.05.08).

Bei Verständnisfragen von Seiten des Interviewers wurde der Interviewpartner in der Regel nach Beispielen gefragt, um den Sachverhalt oder die persönliche Haltung besser nachvollziehen und verstehen zu können.

#### 6.1.5 Auswertung des Materials

Das Interviewmaterial wurde wie bereits unter der Einleitung der Arbeit erwähnt, mittels induktiver Kategorienbildung ausgewertet (Mayring 2000: 12). Dazu wurde, in Bezug auf die Fragestellung der Arbeit, jedes Interview einzeln nach möglichen

Erfolgsfaktoren für freiwilliges Engagement untersucht und daraus Kategorien gebildet. Die Interviews wurden immer wieder durchgearbeitet, bis sich keine weiteren Kategorien mehr erschlossen. Anschließend wurden diese an den deduktiv gebildeten Kategorien geprüft.

## **6.2 Zum Verein**

### 6.2.1 Zur Gründung des Vereins

Der Verein „Alles im Biegen“ hat sich, wie bereits erwähnt aufgrund des Marburger BID- Wettbewerbes gegründet. Es handelt sich hierbei also um einen sehr jungen Verein. Die Gründung des „Biegenviertelsverein“ geschah eher spontan und man konnte noch während des Projektzeitraums die Anzahl der Mitglieder von vier auf 15 Personen vergrößern (Alles im Biegen e.V.:Konzept MarBID 2005: 3)

### 6.2.2 Die Mitglieder

Nach der aktuellen Liste zählt der Verein 35 Mitglieder (Mitgliederliste „Alles im Biegen“ 2008). Bei den Mitgliedern handelt es sich um Gewerbetreibende<sup>17</sup>, Hauseigentümer und Anwohner aus dem Biegenviertel. Die stärkste Gruppe bilden jedoch die Gewerbetreibenden mit 18 Mitgliedern. Die Hausbesitzer stellen vier Mitglieder, ein Hausverwalter ist Vereinsmitglied und die Anwohner sind mit 13 Personen im Verein vertreten. Jedoch sind in diese Zahl sechs der Gewerbetreibenden eingerechnet, die im Viertel wohnen<sup>18</sup> (Mitgliederliste „Alles im Biegen“ 2008). Der Überhang an Gewerbetreibenden lässt als Motiv für das Engagement ein Eigeninteresse vermuten. Dieser Aspekt wird noch einmal im Zusammenhang mit der Vorstellung der Erfolgsfaktoren angesprochen werden.

---

<sup>17</sup> Unter den Status der Gewerbetreibenden bei „Alles im Biegen“ fallen z.B. Geschäftsinhaber, Ärzte, Friseure, Apotheker etc. (Mitgliederliste „Alles im Biegen“ 2008:5).

<sup>18</sup> Dieser Aspekt ist zu betonen, da die Anwohner mit sieben Personen nicht annähernd so viele Aktive stellen.

### 6.2.3 Die Ziele des Vereins

Die Ziele des Vereins sind in dem BID- Konzept von „Alles im Biegen“ klar definiert. Eines der Ziele lautet „Entwicklung und Stärkung einer eigenen Viertelsidentität. Darunter fallen die Punkte: Steigerung der Popularität der Biegenstraße, einen Verein/Stammtisch zu gründen<sup>19</sup>, historische Spurensuche betreiben und die Steigerung von Engagement und Vernetzung der Viertelsbewohner (Alles im Biegen e.V. 2008: Konzept MarBID 2005: 10).

Ein weiteres wichtiges Ziel besteht in der Reduzierung der Verkehrsbelastung im Viertel. Darunter sind die Vereinfachung der Parksituation und des Parksystems, die Senkung der Verkehrsbelastung und die stärkere Einbeziehung der Uni- Gelände in das Parkraumangebot zu verstehen (Alles im Biegen e.V. 2008: Konzept MarBID 2005: 10).

Ein anderes Ziel beschäftigt sich mit der Stärkung der Wirtschaftsfunktion des Biegenviertels. Dabei ist den Mitgliedern wichtig, eine gemeinsame Kommunikation der Gewerbetreibenden, ein gemeinsames Marketing der betreffenden Betriebe, den Ladenleerstand zu minimieren, das Geschäftsangebot zu beleben, eine Steigerung der Attraktivität für die Gastronomie, in diesem Zusammenhang die Außensitzplätze zu schaffen und abzusichern und eine Stabilisierung der Immobilienwerte zu erzielen (Alles im Biegen e.V. 2008: Konzept MarBID 2005: 10).

Außerdem strebt der Verein nach einer Steigerung der Attraktivität des Wohnungssektors. Dies betrifft die Neugestaltung des Kreuzungsbereichs von Biegenstraße und Deutschhausstraße, den die Mitglieder als „Neues Biegeneck“ bezeichnet haben und der mit Hilfe der Siegener Universität gestaltet werden soll. Außerdem die allgemeine Straßenumgestaltung der Biegenstraße, den Durchgangscharakter der Biegenstraße und der Deutschhausstraße in einen „Alleecharakter“ zu wandeln, die Nahversorgung sichern, eine bessere Begrünung in der Biegenstraße in dessen Zusammenhang auch andere, kleinere Bäume eingepflanzt

---

<sup>19</sup> Zur Zeit des Konzeptvorschlags war „Alles im Biegen“ noch nicht im Vereinsregister als Verein eingetragen.

werden sollen, auf die Erholungs- und Ruhezone aufmerksam machen, die gemischte Bewohnerstrukturen zu erhalten und das Viertel kinderfreundlicher zu gestalten (Alles im Biegen e.V. 2008: Konzept MarBID 2005: 10).

Das letzte große Ziel, laut dem Konzeptvorschlag von 2005, bezieht sich darauf, „die Identität nach Außen sichtbar [zu] gestalten“ (Alles im Biegen e.V. 2008: Konzept MarBID 2005: 10). Darunter fallen die Punkte der Verbesserung der Fuß- und Radweganbindungen, die Anbindung zum Behördenzentrum in der Nordstadt, die Fußgängerfreundlichkeit und Aufenthaltsqualität hervorzuheben, auf die städtebauliche Qualität des Viertels aufmerksam zu machen, und die Menschen anhand von Informationsmaterial über die Angebote im Viertel aufzuklären (Alles im Biegen e.V. 2008: Konzept MarBID 2005: 10).

Betrachtet man die Ziele genauer, fällt auf, dass die meisten von ihnen Aspekte implizieren, die den Bedürfnissen aller drei Mitgliederarten entsprechen. Zum Beispiel das Ziel der „eigenen Viertelsidentität“. Einem Viertel eine Identität geben zu wollen spricht sowohl Anwohner, Gewerbetreibende und Immobilienbesitzer an. Alle genießen die Vorzüge, wenn ein Viertel gern besucht wird oder man dort gerne wohnt bzw. wohnen möchte. Auch das Ziel der Stärkung der Wirtschaftsfunktion, wobei man zuerst an die Vorteile von Gewerbetreibenden und Immobilienbesitzer denkt, hat auch seinen Vorteil für die Anwohner. Denn ein belebteres Geschäftsangebot und weniger leere Läden tragen zu der besseren Versorgung und des Wohlfühlens der Anwohner bei.

Diese genannten Ziele sind laut eines Vereinsmitglieds seit dem Konzept vor drei Jahren weitgehend gleich geblieben, sie seien nur „realistischer und detaillierter“ geworden (Frau D, 28.05.08).

#### 6.2.4 Die Aktivitäten des Vereins

Die, wie bereits angekündigt, erfolgreichste Aktion des Vereins ist die Rücknahme der Fahrspur in der Biegenstraße. Für den MarBID- Wettbewerb wurde vom Verein der Vorschlag ausgearbeitet, eine von drei Fahrspuren in der Biegenstraße zurückzunehmen, um zusätzliche Parkplätze zu schaffen und die Verkehrsbelastung zu verringern. Die Idee wurde im April 2007 umgesetzt. Es handelt sich dabei um einen Verkehrsversuch der Stadt Marburg, der noch bis zum 31. Dezember 2008 laufen soll

(Badouin, 15.03.07). Die Rücknahme der Fahrspur und deren Vorteile wurden auch gerne von den Interviewpartnern genannt, wenn man sie auf die Erfolge des Vereins ansprach (Herr A, 21.05.08; Herr B, 2.06.08; Frau C, 21.05.08; Frau D, 28.05; Herr E, 15.05).

Eine aktuelle Aktivität stellt die Gestaltung des Neuen Biegenecks dar. Dieses Projekt wird mit Hilfe der Universität Siegen umgesetzt. Das neu geschaffene „Eck“ soll als Aufenthaltsbereich für wartende Patienten oder Besucher des Biegenviertels dienen (Herr B, 2.06.08).

Zu einer der regelmäßigen Aktivitäten zählt der „Biegenbrunch“. Dieser findet einmal im Jahr am autofreien Sonntag am Neuen Biegeneck statt. Nach Aussagen der Interviewpartner ist bisher jedes Jahr auch der Oberbürgermeister der Stadt Marburg zu diesem Brunch gekommen. „Ich finde das ganz toll, dass der Herr Vaupel jedes Jahr zu unserem Biegenbrunch kommt“ (Frau C, 21.05.08).

Eine weitere regelmäßige Aktivität des Vereins ist „Kunst im Biegen“. Hier werden verschiedene Kunststücke in den Betrieben des Biegenviertels ausgestellt (Alles im Biegen e.V. 2008: Aktuelles).

Eine unter den Mitgliedern sehr geschätzte Aktion ist die Bepflanzung der durch den Verein organisierten Blumenkübel. Diese Aktivität hat der Verein ins Leben gerufen, indem er Blumenkästen und Blumenpflanzen besorgte und an die Leute im Viertel verkaufte. „Wir haben das initiiert, wir haben dafür gesorgt, dass überall gleiche Blumenkübel stehen, wir können das vielleicht irgendwann einmal optimieren und größere hinstellen und jetzt ist es ein Selbstläufer“ (Frau D, 28.05).

Zu den Aktionen des Vereins gehört auch die regelmäßige Werbung bei der in Marburg stattfindenden Vereinsmesse, Gewerbeaktionen bei „Marburg b(u)y Night“, die Zusammenarbeit mit den im Biegenviertel ansässigen Schulen im Rahmen von Kunst im Biegen oder der „Jobwoche“, bei der sich 13 Betriebe im Biegenviertel beteiligten (Alles im Biegen e.V. 2008: Aktuelles).

Zu den regelmäßigen Aktivitäten gehört auch der monatliche Stammtisch des Vereins. Eingeladen werden die Mitglieder per Email, in der auch die aktuell zu diskutierenden Themen bereits angekündigt werden. Getroffen wird sich in einem Raum eines Restaurants im Biegenviertel. Dort wird gemeinsam gegessen und aktuelle Themen

diskutiert. Einige Tage nach dem Stammtisch wird ein Ergebnisprotokoll des Abends an die Mitglieder geschickt<sup>20</sup>.

#### 6.2.5 Die Finanzierung des Vereins

Der Verein finanziert sich durch seine Mitgliederbeiträge, Spenden und Gelder der Stadt. „Die Höhe der Mitgliedsbeiträge richtet sich nach der Art der Mitgliedschaft und der jeweiligen Leistungsfähigkeit einzelner Mitgliedergruppen“ (Alles im Biegen e.V. 2008 Beitragsordnung 2005). Derzeit liegt der Mitgliederbeitrag bei mindestens zehn Euro für Einzelpersonen, als auch Firmen (Alles im Biegen e.V. 2008: Beitragsordnung 2005).

Spenden erhält der Verein, nach Aussage des Kassenwirts, von Mitgliedern und Firmen des Biegenviertels, aber auch von Organisationen, die bestimmte Projekte mit Geldern fördern. Das Spendenaufkommen sei bei dem jungen Verein aber noch nicht sehr ausgeprägt. Spenden erhält der Verein aber auch in Form von Naturalien. So spendet ein Bäcker im Biegenviertel jährlich z.B. die Brötchen zum Biegenbrunch (Frau C, 21.05.08; Frau D, 28.05.08).

Allgemein sind die interviewten Mitglieder mit der finanziellen Unterstützung durch die Stadt Marburg zufrieden. Über den Haushaltsansatz von 1000 Euro hat man sich sehr gefreut, da man damit auch eine Würdigung des Vereins betrachtet. „Es gibt viele, viele Vereine in Marburg die müssen darum kämpfen aber uns haben sie einfach Geld in den Haushalt gesetzt ohne dass wir groß einen Antrag gestellt haben“ (Frau D, 28.05.08).

Die fachliche Unterstützung und Anerkennung wird von den befragten Mitgliedern fast höher angerechnet als die finanzielle Aushilfe (Frau D, 28.05.08).

Finanzielle Entlastung findet der Verein auch in den Gewerbetreibenden. Zum „Biegenbrunch“ werden z.B. die nötigen Lebensmittel auf die Gewerbetreibenden aufgeteilt, wie ein Interviewpartner berichtet. „Kaffee macht einer von uns, Milch bringt

---

<sup>20</sup> Die zweimalige Teilnahme an dem Stammtisch zeigte, dass meistens dieselben Personen anwesend waren.

einer mit. Also wir verteilen das auf uns, Gewerbetreibende. Also wir schultern das, aus eigenen Mitteln ohne die Vereinskasse zu belasten“ (Frau C, 21.05.08).

#### 6.2.6 Organisatorische Tätigkeiten

Die Organisation des Vereins findet durch die Mitglieder selbst statt. Laut Frau D wurden zu Anfang des Vereins Arbeitsgruppen gebildet, die sich um bestimmte Aufgaben im Verein kümmern sollen, doch häufig würde die Arbeit doch wieder an den selben Personen im Verein hängen bleiben, unter anderem ihr (Frau D, 28.05).

Zur Öffentlichkeitsarbeit des Vereins tragen die eigene Homepage, sowie der Flyer bei. Die Homepage informiert ausführlich über die aktuellen Themen und Aktivitäten. Außerdem enthält sie die wichtigsten Daten, wie zu dem Verein Kontakt aufgenommen werden kann. Eine extra Rubrik befasst sich mit der Geschichte des Biegenviertels. Um die Seite anschaulicher zu machen gibt es auch ein Bilderbuch mit entsprechenden Bildern zu den verschiedenen Aktivitäten. Unter der Schaltfläche „Downloads“ findet man Vereins- und BID- Materialien. Darunter fallen z.B. das BID- Konzept von „Alles im Biegen“, die Vereinssatzung, die Beitragsordnung sowie eingefügte Informationen über BID und INGE (Alles im Biegen e.V. 2008).

Neben der eigenen Homepage, hat der Verein auch einen Flyer herausgebracht. Dieser informiert ähnlich wie die Homepage über die Geschichte des Biegenviertels und über den Verein selbst mit seinen Zielen, Erfolgen und Aktivitäten (Alles im Biegen e.V. 2008: Downloads).

Zur Öffentlichkeitsarbeit gehört auch die regelmäßige Teilnahme an der Vereinsmesse Marburg. Die Vereinsmesse wird von „Arbeit und Bildung e.V.“ veranstaltet. Bei dieser Vereinsmesse stellen 100 gemeinnützige Vereine und Organisationen ihre Arbeit vor und informieren über ihre Angebote und freiwilliges Engagement (Marburger Vereinsmesse 2008).

#### 6.2.7 Meinungen zu BID

Wie bereits unter dem Punkt „Business Improvement Districts“ erklärt, handelt es sich in Marburg nicht um ein BID auf gesetzlicher Basis. So ist es auch nach wie vor. Die

interviewten Mitglieder betrachten BIDs mit Zwangsbeiträgen aus verschiedenen Sichtweisen.

„Davon muss ich ganz ehrlich sagen, halte ich überhaupt nichts. Das mag vielleicht in Hamburg anders sein, weil da auch mehr Geld ist, mehr Kapital ist. [...]. Aber für uns hier in der Provinz, in Marburg, wo nicht so viel Geld ist, wie in Hamburg und nicht so große Namen, wie *Versace* ansässig sind, haben wir hier ja nicht. Wenn man hier im Biegentviertel mal guckt, viele von diesen Häusern gehören ja Grundstücksgemeinschaften. Das sind ja alles Häuser die so um 1900 gebaut wurden und die dann vererbt wurden an Kinder und Kindes Kinder. Und dann haben wir hier jetzt eine Erbengemeinschaft. Was weiß ich, wenn vier Kinder ein so ein Haus besitzen was dann vermietet wird und die vier Kinder sitzen aber in ganz Deutschland verteilt. Wie wollen sie da irgendwas erreichen, Hausbesitzer mit ins Boot zu nehmen um ne´ Straße zu gestalten oder einen Bürgersteig. Das können sie vergessen. Und mit einem Zwangsbeitrag zu belegen. Ne!“ (Frau C, 21.05.08).

Frau D steht dieser Sache ähnlich gegenüber.

„Ich würde mal sagen, mit dem Reglement, sei es durch eine städtische Verordnung oder durch so ein Gesetz wie INGE können sie überhaupt nichts erreichen, wenn sie nicht eine stabile Gruppe haben. Und die stabile Gruppe die muss sich erstmal mit ehrenamtlich aufbauen. Also so wie wir es haben. Man nehme mal an, wir wären noch dreimal aktiver und dreimal größer. Dann könnte ich mir vorstellen, dass wir vielleicht die Kraft hätten zu sagen, wir wollen hier was Tolles machen und wir versuchen in diesem Viertel das INGE- Gesetz anzuwenden, damit es umgesetzt wird. Aber das haben wir nicht“ (Frau D, 28.05.08).

Ein anderer Interviewpartner sagt zu BIDs auf Gesetzbasis:

„Sehr gut. Weil es nicht einfach nur Gewerbevereine sind, sondern weil es alle mit ins Boot holen soll. Ich finde auch die ursprüngliche Idee, dass jeder einen bestimmten Beitrag bezahlt, grundsätzlich in Ordnung, um zu verhindern, dass Leute die können davon profitieren aber nichts dazu beitragen. Wobei man irgendetwas einrichten sollte, innerhalb dieses Gesetzes, dass Leute, die eben nichts zahlen können auch nicht dazu

verpflichtet werden. Also, dass es da irgendwelche Ausnahmenregelungen gibt“ (Herr A, 21.05.08).

Ein weiterer betrachtet das BID kombiniert mit INGE etwas zweigespalten. Er kritisiert das Mehr an Bürokratie, welches durch INGE dazu kommen würde. Außerdem erzählt er von einem Bekannten, der in Gießen in ein BID eingebunden ist und „dass das ganze eben nicht einfach ist. Also bis die sich einig sind, diese ganzen Geschäftsleute, was sie nun wirklich wollen und es hapert natürlich immer daran. Ein Streitpunkt ist natürlich immer das Geld dabei. Und sobald das ins Spiel kommt, wird es glaube ich sehr sehr schwierig“ (Herr E, 15.05.08).

Zusammenfassend lässt sich zu BID und dem Verein „Alles im Biegen“ sagen, dass die interviewten Mitglieder BID in der Hinsicht loben, dass man ihnen dadurch die Möglichkeit gegeben hat, sich zu gründen. Frau D sagt, dass sie es gut findet „[...] so ein Programm im Hintergrund zu haben. Also kein Förderprogramm, sondern eine Programmatik, so eine Philosophie“ (Frau D, 28.05.08). Man versucht weiterhin auch mehr Hausbesitzer und Gewerbetreibende „mit ins Boot zu holen“ (Frau C, 21.05.08; Frau D, 28.05.08). Man möchte sich jedoch momentan mit dem INGE- Gesetz nicht befassen, da man befürchtet, dass der Verein hierfür noch zu schwach ist (Frau D, 28.05.08), das ehrenamtliche „kaputt“ machen würde (Herr E, 15.05.08) und dies nur „böses Blut“ geben würde (Frau C, 21.05.08). Man empfindet, dass das BID auf freiwilliger Basis im Verein erfolgreich sei, weil BID auf der Energie der Leute funktionieren würde „die sich da aktiv beteiligen und die durch ihren Enthusiasmus andere Leute mit ins Boot holen“ (Herr A, 21.05.08).

Auf die Frage hin, ob sie denn wüssten warum die anderen BID- Initiativen, bis auf eine, nicht mehr aktiv wären, wurde aus denselben Gründen geantwortet.

„Die Oberstadt, da waren eben viele verschiedene Leute, die viele verschiedene Ideen haben. Es ist aber keine funktionierende Gruppendynamik sondern es sind einzelne Leute, die einzelne Ziele haben und das nicht als Gruppe definieren können. Und der Gewerbezweig in der Oberstadt ist auch eine sehr enge Geschichte. Und deshalb funktioniert es nicht“ (Herr A, 21.05.08).

Für den „Biegenviertelverein“ bewertet man diese Grundstimmung positiv, da auch der Wille da wäre zusammen etwas zu bewegen (Herr A, 21.05.08). Frau D sieht es ähnlich:

„Wissen sie Frau Schäffer, letztendlich liegt immer alles am Menschen. An Personen. Und wir waren so eine junge Gruppe und wir hatten keine Vorurteile gegeneinander“(Frau D, 28.05.08).

## 7. Erfolgsfaktoren für freiwilliges Engagement

Wie bereits zum Ende der Theorie, werden nun zum Schluss des empirischen Teils, die internen und externen Erfolgsbedingungen für freiwilliges Engagement zusammengefasst und sollen anschließend in einer Schlussfolgerung an den theoretischen Erkenntnissen geprüft werden.

An dieser Stelle sollen noch einmal rückblickend die deduktiv gebildeten Kategorien ins Gedächtnis gerufen werden. Unter der Oberkategorie der internen Erfolgsfaktoren konnte die Unterkategorien „Motivation und Erwartungen“ und „Identifikation“ erschlossen werden. Aus der ersten Unterkategorie ging hervor, dass bei Motiven und Erwartungen aufgrund der theoretischen Erkenntnisse ein Wandel zu beobachten ist. Dieser Wandel, der die Vermischung von Eigeninteresse und Gemeinwohlinteresse impliziert kann durch die Ergebnisse der Studie als bestätigt betrachtet werden. Aus der Kategorie Identifikation ergab sich, dass man in kleinen Regionen, wie der Kommunalebene und kleineren, locker gefügten Organisationsformen von einer besseren Grundlage für erfolgreiches Engagement ausgehen kann. Die unter der Kategorie „externe Erfolgsfaktoren“ zusammengefasste Unterkategorie „Verbesserte Rahmenbedingungen und Abbau der Hemmnisse“ ergab sowohl aus dem theoretischen Material, als auch der Studie, dass in Organisationen und Einrichtungen, sowie durch Staat und Öffentlichkeit verbesserte Rahmenbedingungen und der Abbau bürokratischer Hindernisse als förderlicher und somit erfolgsversprechender für das freiwillige Engagement angesehen werden können.

In Bezug auf das Fallbeispiel lässt sich nun folgendes sagen. Als Oberkategorien wurden hier, wie in der Theorie, die „internen“ und „externen“ Erfolgsfaktoren gebildet.

Unter „intern“ ist in diesem Fall der Verein Alles im Biegen zu verstehen und unter „extern“ die Stadt Marburg und die Öffentlichkeit. Die unter den beiden Punkten jeweiligen Unterpunkte sollen als die entsprechenden Unterkategorien aufgefasst werden. Grundlage der Kategorien bilden sowohl die Aussagen aus den Interviews mit den Mitgliedern, als auch die Aussagen des BID- Betreuers Wolfgang Liprecht.

## **7.1 Die internen Faktoren**

Bei den unter der Oberkategorie „interne Faktoren“ gebildeten Unterkategorien geht es um die Voraussetzungen, die von Seiten der Mitglieder, wie auch des Vereins gegeben sein müssten, um als Kriterium für ein erfolgreiches bürgerschaftliches Engagement gelten zu können.

### ***I. Motivation***

Als Motiv des freiwilligen Engagements wird in den meisten Fällen das Eigeninteresse genannt. Ob nun in Form von „Befriedigung einer gewissen Neugierde“, „Unterhaltung“, „interessante Leute kennenlernen“, „Wohlbefinden“ bei dem befragten Anwohner (Herr B, 2.06.08), das Interesse der Hausbesitzerin an einem guten Umfeld für ihre Immobilie und die Mieter (Frau D, 15.04.08), oder die Gewerbetreibenden, die von der positiven Presse über das Biegentviertel profitieren (Frau C, 21.05.08), den Bekanntheitsgrad unter den Menschen im Biegentviertel erhöhen möchten (Herr E, 15.05.08), oder sich engagieren, um dem Trend des Ladenleerstandes entgegenzuwirken (Herr A, 21.05.08).

Abgesehen von dem Eigeninteresse zeigt sich bei den interviewten Personen aber auch ein Gemeinwohlinteresse. „Ich möchte einfach bezwecken, dass das Biegentviertel schöner wird und nicht mehr so stiefmütterlich behandelt wird“ (Frau C, 21.05.08). So wie Frau C sehen das auch andere der Mitglieder. „[...] ein funktionierendes Stadtviertel mit aufrecht zu erhalten und auch weiter zu entwickeln. Lebensqualität zu fördern und so etwas“ (Herr A, 21.05.08).

## ***II. Identifikation***

Alle interviewten Mitglieder können sich mit den Zielen und dem Verein selbst identifizieren (Herr A, 21.05.08; Herr B, 2.06.08; Frau C, 21.05.08; Frau D, 15.04.08; Herr E, 4.06.08). Der Verein setzt sich zwar aus drei verschiedenen Mitgliedertypen zusammen, aber dennoch haben alle ein gemeinsames Interesse daran, dass das Viertel weiter erhalten bzw. verbessert wird „Wir sitzen quasi alle im gleichen Boot“ (Herr A, 21.05.08).

Frau C verbindet sogar mit dem Verein etwas Familiäres. Sie nimmt den Verein als „große Familie“ wahr, zu der man zusammengewachsen sei und in der ein hoher „Spaßfaktor“ bestehe. „[...] ohne Spaßfaktor würde keiner von uns freiwillig so viel Zeit investieren und bestimmte Aufgaben übernehmen, wenn das nicht da wäre“ (Frau C, 21.05.08). Sie würdigt besonders, dass man sich nicht rechtfertigen muss, wenn man zu einem Stammtischtermin nicht kommen kann, sondern Verständnis entgegengebracht bekommt und dies die Arbeit darum wesentlich einfacher und angenehmer gestalten würde. Außerdem findet sie es gut, dass jeder etwas individuell mit in den Verein bringt. Neben der Persönlichkeit nennt sie auch die unterschiedlichen Fähigkeiten der einzelnen Mitglieder, wie z.B. „tolle Pressetexte zu schreiben“, die „Mitgliederabrechnung“ oder die „Körperschaftssteuererklärung“ zu machen (Frau C, 21.05.08). Frau C findet ebenfalls angenehm, dass im Verein ein allgemeines Miteinander herrscht. „[...] dass sich auch mal jemand um die Blumen kümmert, Pakete annimmt“ (Frau C, 21.05.08).

Auch Herr A bezeichnet den Biegenviertelverein als „ziemlich nett“. Es gäbe zwar ab und zu unterschiedliche Meinungen zu bestimmten Themen, aber dies wäre relativ gering (Herr A, 21.05.08).

Frau D erkennt in Bezug auf den Verein auch Dinge, die noch gefördert werden müssten, um zu mehr Identifikation und somit mehr Erfolg beizutragen. „[...] dass wir mehr Wert darauf legen, dass die Gewerbetreibenden miteinander werben. Das fände ich sehr gut, wenn endlich mal ein Flyer raus kommen würde, mit den Betrieben hier“ (Frau D, 28.05.08).

### **III. Erfolge**

Der Rückbau der Fahrbahn wurde von allen Interviewten gerne genannt, als man sie auf die Erfolge und Aktivitäten des Vereins ansprach (Herr A, 21.05; Herr B, 2.06.08; Frau C, 21.05.08; Frau D, 28.05.08; Herr E, 15.05.08). Die tatsächliche Umsetzung der Idee, macht die Mitglieder stolz. „Da klopf man sich auch mal auf die Schulter und sagt *Mensch toll, da war sie dran beteiligt und hat es mit auf den Weg gebracht. Alleine nicht, aber mit uns allen zusammen auf jeden Fall*“ (Frau C, 21.05.08).

Gerne wird auch die Blumenaktion genannt, die zwar als „Kleinigkeit“ im Gegensatz zu der Reduzierung der Fahrspur angesehen wird, aber durchaus zum Wohlbefinden des befragten Anwohners, wie auch der befragten Gewerbetreibenden beiträgt (Herr B, 2.06.08; Frau C, 21.05.08).

Als größten Erfolg wird jedoch von den Interviewpartnern die öffentliche Wahrnehmung des Biegenviertels und dass der Verein von der Stadt als Partner ernst genommen wird, genannt (Herr A, 2.06.08; Frau C, 21.05.08; Frau D, 28.05.08; Herr E, 15.05.08). „Und dass sich auch ein Oberbürgermeister Vaupel gerne mit uns zeigt.[...]. Ich finde das ganz toll, dass der Herr Vaupel jedes Jahr zu unserem Biegenbrunch kommt“ (Frau C, 21.05.08).

### **IV. Zuarbeiten und Kontakte**

Der Verein kann aufgrund einiger Mitglieder, der Stadt gut zuarbeiten bzw. seine Direktkontakte in Anspruch nehmen, um an entsprechende Informationen zu kommen. Frau D ist eines der Mitglieder, die hauptberuflich ein Planungsbüro führt und somit maßgeblich die Erarbeitung des Entwurfs für die Rücknahme der Fahrbahn in der Biegenstraße übernommen hat (Frau C, 21.05.08; Herr B, 2.06.08). „Also, dass man auch diese Zuarbeiten, die wir leisten auch annimmt und auch mit zusammen umsetzt. [...] das verkürzt natürlich Wege bei der Stadt“ (Frau C, 21.05.08). Durch ihr Planungsbüro hat Frau D auch gute Kontakte zu Personen bei der Stadt. Herr B macht auf ein weiteres Mitglied aufmerksam, das einmal bei der Stadt beschäftigt war und die Abläufe bei der Stadt gut erläutern kann und aus diesem Grund die entsprechenden Kontakte hat (Person B, 2.06.08). „Aber wir haben im Biegenviertel sehr viele Leute die

früher mal in der Stadt tätig waren. [...]. Und Vitamin B ist halt manchmal das wichtigste, wenn man da irgendwo an Informationen dran kommt“ (Frau C, 21.05.08).

## **7.2 Die externen Faktoren**

### ***I. Stadt Marburg***

#### ***a) Fachliche und sachliche Unterstützung***

Das Verhältnis zur Stadt Marburg wird von den interviewten Mitgliedern eher positiv als negativ dargestellt.

Gelobt wird vor allem, dass neben der finanziellen Unterstützung in Form des Preises und des Haushaltsansatzes vor allem eine fachliche und moralische Unterstützung durch die Stadt geleistet wird (Herr A, 21.05.08; Frau D, 28.05.08). Herr B: „Aber ich denke, dass die Stadt spürt, dass wir möchten, dass das ein schönes Viertel bleibt und wieder wird und dass sie dann von sich aus auch mehr investiert, mehr Überlegungen und Sachverstand“ (Herr B, 2.06.08).

Frau D macht dies an dem Beispiel des Neuen Biegeneck fest: „Und vielleicht auch in solchen Sachen, wie die Studentengruppe aus Siegen da war, da war es dem Baudirektor Rausch nicht zu schade, sich dort über zwei Stunden hinzusetzen und mit den Studenten zu diskutieren und einen Vortrag zu halten. [...]. Das ist so, da merkt man dann, die setzen ihre Zeit ein, das heißt, das ist ihnen etwas wert und damit sind wir auch unterstützt. Es ist also sowohl die finanzielle Unterstützung, als auch das Interesse, was man bringt, wie auch die fachliche Unterstützung“ (Frau D, 28.05.08).

#### ***b) MarBID***

Wie bereits erwähnt, loben die interviewten Mitglieder das „MarBID“, weil man sich dadurch erst gefunden hat (Herr A, 21.05.08, Herr B, 2.06.08; Frau C, 21.05.08; Herr E, 15.05.08) und eine Programmatik oder Philosophie im Hintergrund zu haben (Frau D, 28.05.08). Dazu gehört auch die jährliche Betreuung durch Herrn Liprecht, die von Frau D als „lockeres Verhältnis“ beschrieben wird (Frau D, 28.05.08).

Man befürwortet, dass in Marburg die BIDs auf freiwilliger Basis fungieren und empfindet diesen Weg auch für den Verein als richtig. „Für uns ist der einzige Weg, das

freiwillige und das ehrenamtliche und dass es Spaß macht und das jeder persönlich denkt, *ich trage etwas dazu bei und das ist wunderbar, aber das reicht dann aber auch*“ (Frau D, 28.05.08).

## **II. Öffentlichkeit**

Wie bereits erwähnt betrachteten die interviewten Mitglieder die öffentliche Wahrnehmung des Biegenviertels und des Vereins als einer der größten Erfolge, die man bereits erreicht hat (Herr A, 21.05.08; Herr B, 2.06.08; Frau C, 21.05.08; Frau D, 28.05.08; Herr E, 15.05.08). In der Presse stand der Verein vor allem durch den Rückbau der Fahrbahn in der Biegenstraße. Frau C dazu: „Wir profitieren natürlich davon, wir Gewerbetreibenden, wir profitieren davon, dass Biegen e.V. in der Presse steht. [...] Natürlich ist das ein Werbemittel für das ich nichts bezahlen muss“ (Frau C, 21.05.08).

### **7.3 Schlussfolgerungen**

Bevor das endgültige Fazit der Arbeit vorgestellt wird, soll hier noch einmal erläutert werden, welche Parallelen sich aus den deduktiv gebildeten Kategorien und den induktiv gebildeten Kategorien, betreffend der Erfolgsfaktoren, ziehen lassen. Diese ermittelten Parallelen können als Prüfung bzw. Beleg des Fallbeispiels gelten.

Die Kategorie „Motivation“ ist sowohl in den deduktiv gebildeten Kategorien eine der internen Faktoren, als auch bei den induktiv ermittelten Kategorien. Die aus der Theorie gewonnenen Erkenntnisse deuten auf einen Wandel der Engagementmotive hin. Die Engagierten verbinden heutzutage vermehrt Eigeninteressen mit gemeinwohlorientierten Interessen. Dies lässt sich anhand der Ergebnisse des Freiwilligensurveys über die Motive und Erwartungen der Engagierten als belegbar betrachten. In Bezug auf das Fallbeispiel ist folgendes festzuhalten. Die Motivationen der Mitglieder zeigen, dass nicht nur das Eigeninteresse vorherrscht, sondern ebenfalls eine Gemeinwohlorientierung damit verbunden wird. Zum Beispiel das Interesse der Hausbesitzerin Frau D, die ein gutes Umfeld für die Immobilie und für den Mieter haben möchte, könnte sowohl ein Eigeninteresse, als auch ein Interesse am Gemeinwohl

implizieren. Oder Frau C: „Ich bin gerne beteiligt an Prozessen. Bringe gerne etwas auf den Weg. Nicht unbedingt für mich persönlich, aber vielleicht für die, die nach mir kommen“ (Frau C, 21.05.08). Diese „Vermischung“ von Eigeninteresse und Gemeinwohl wurde sowohl im theoretischen Material wiedergefunden, als auch im empirischen. Man könnte davon ausgehen, dass die Verbindung beider Engagementmotive, wie bereits unter dem Stichwort „Motivbündel“ erwähnt, etwas Erfolgversprechendes für den Verein in sich tragen könnte.

Eine weitere Gemeinsamkeit zwischen den deduktiv gebildeten und induktiv gebildeten Kategorien besteht in der Unterkategorie „Identifikation“. Die theoretischen Erkenntnisse und Ergebnisse der Studie haben ergeben, dass sich bürgerschaftliches Engagement besonders in kleinen Organisationsformen dahingehend entfaltet, da man dort von mehr Mitsprache- und Mitgestaltungsmöglichkeiten ausgehen kann. Dies betrifft als Region die Kommunalebene und als Organisationsform Gruppen und Initiativen, aber auch kleinere Vereine. In dem Fall des Vereins Alles im Biegen können sich die interviewten Mitglieder gut mit dem Verein selbst und seinen Zielen identifizieren. Die Personen kennen sich untereinander und bieten sich auch gegenseitig ihre Hilfe an. Aufgrund der kleinen Mitgliederzahl von 35 Personen, wovon nach Aussage von Herrn B und den im Stammtisch gewonnenen Erfahrungen sich nur ca. zehn regelmäßig aktiv beteiligen, könnte man darauf schließen, dass die kleine Organisationsform des Vereins etwas Erfolgsförderndes verspricht.

In Bezug auf die externen Faktoren lässt sich zusammenfassen, dass die deduktiv gewonnenen Kategorien sich nicht unbedingt durch die aus dem empirischen Material gewonnenen Kategorien bestätigen lassen. Aus der behandelten Theorie und den Ergebnissen des Freiwilligensurveys wurde erschlossen, dass verbesserte Rahmenbedingungen und ein Abbau der Hemmnisse eine gute Grundlage für erfolgreiches bürgerschaftliches Engagement schaffen könnten, bzw. zu deren Aktivierung bei noch nicht Engagierten beitragen könnten. Die Kategorien der Fallstudie zeigen, dass die interviewten Mitglieder weder ihre finanzielle Lage, noch die räumliche Situation als Problem im Verein betrachten, die in der Studie an den ersten Stellen der Verbesserungswünsche stehen. Man freut sich vielmehr über den Preis und den Haushaltsansatz, die man als Anerkennung bekommen hat (Frau C, 21.05.08). Ein Raumproblem ist bei „Alles im Biegen“ nicht vorhanden, da man sich in den

Räumlichkeiten des Hauses eines der Mitglieder trifft. Außerdem wurde ein allgemeines gutes Verhältnis zur Stadt beschrieben und man sieht sich z.B. durch die Beratung und Information, sowie der durch „MarBID“ entstandenen Betreuung durch die Stadt mit Rahmenbedingungen weitestgehend versorgt.

## Fazit

Aufgrund der Ergebnisse der induktiven Kategorienbildung und der Prüfung durch die bestehenden Parallelen zu den deduktiv ermittelten Kategorien konnte für den Verein „Alles im Biegen“ erforscht werden, dass sowohl die ermittelten internen, als auch externen Faktoren einerseits für sich genommen als beeinflussend oder fördernd für ein erfolgreiche Engagement in dem Verein gelten können. Andererseits bedingen sie sich aber auch gegenseitig. Das heißt aufgrund der gebildeten internen und externen Faktoren konnte ein Zusammenspiel zwischen den beiden aufgeklärt werden.

Das Zusammenspiel zwischen dem Verein Alles im Biegen und der Stadt Marburg ist z.B. daran festzumachen, dass man sich gegenseitig informiert. Darunter ist zu verstehen, dass sowohl die Stadt den Verein durch öffentliche Bekanntmachungen informiert und berät, als auch der Verein die Stadt in Bezug auf die Probleme, die in dem Viertel herrschen, aufmerksam macht. Nach Aussage von Frau D hätte die Stadt dazu gelernt, was die Organisation von öffentlichen Veranstaltungen angeht, wie z.B. zur Campus- Entwicklung in Marburg, die das Biegenviertel ebenfalls betrifft (Frau D, 28.05.08). Frau C findet es wichtig, dass die Stadt informiert wird: „Ich meine, die Stadt wohnt nicht hier, wie soll sie wissen, wo hier Probleme sind und wo Möglichkeiten bestehen etwas zu verändern“ (Frau C, 21.05.08).

Ein weiterer Punkt, der das Zusammenspiel der beiden Akteure bestimmt sind die Zuarbeiten, wie bereits als Unterkategorie der internen Faktoren erwähnt. Durch die Fachkenntnisse einiger Mitglieder kann der Stadt zugearbeitet werden und man freut sich, wenn diese Zuarbeiten auch angenommen werden (Frau C, 21.05.08). So konnte z.B. die Rücknahme der Fahrspur durch die Kooperation zwischen Verein und Stadt umgesetzt werden.

Zusammenfassend lässt sich für das Fallbeispiel „Alles im Biegen“ festhalten, dass sowohl die internen Faktoren, als auch die externen Faktoren etwas

Erfolgsversprechendes bzw. –förderndes enthalten können. Dies könnte man anhand der Parallelen zu den deduktiv ermittelten Kategorien als geprüft bzw. belegt betrachten. Das Zusammenspiel, das sich durch das gegenseitige Bedingen bzw. Zusammenwirken der internen und externen Faktoren ergibt, könnte unter dem Begriff der „Kommunikation und Kooperation“ gefasst werden. Die Verbindung, die zwischen der Stadt und dem Verein aufgrund dessen zustande kommt, könnte als **das** Erfolgskriterium betrachtet werden, dass zum Erfolg des freiwillig bürgerschaftlichen Engagements in dem Verein beiträgt.

Im Rückbezug auf die deduktiv ermittelten Kategorien lässt sich folgendes festhalten. Wie bei der Fallstudie auch, könnten die ermittelten internen und externen Erfolgsfaktoren für sich genommen, aufgrund der theoretischen Erkenntnisse, als erfolgsfördernd oder -beeinflussend gelten. Hier könnte man ebenfalls aufgrund der in der Theorie gewonnenen Erfahrungen ein Zusammenspiel zwischen Bürgern bzw. freiwilligen, bürgerschaftlichen Organisationsformen und Staat vermuten. Dieses erfolgsversprechende Zusammenspiel ließe sich in der Theorie unter dem Begriff der „Verantwortungsteilung“ wiederfinden. Wenn man den Gedanken an dieser Stelle noch einmal aufnimmt, lässt sich festhalten, dass Staat und Gesellschaft in Bezug auf das Leitbild des „aktivierenden Staates“ ihre Verantwortlichkeiten zugunsten einer „Stärkung und Aufwertung von Bürgergesellschaft und bürgerschaftlichen Engagement“ (Heinze/Olk 2001: 19) neu verteilen sollen. Das heißt auch hier kann man von einer Art Kommunikation und Kooperation sprechen, die Staat und Bürger eingehen sollen, in dem sie sich über die Rollenverteilung betreffend „Gewährleistungs-, Finanzierungs- und Durchführungsfunktionen“ (Olk 2001: 31) einigen. Mit dem Leitbild des aktivierenden Staates und der dazugehörigen Verantwortungsteilung und deren Umsetzung ist davon auszugehen, dass für die Bürger sich der Wunsch nach mehr Mitbestimmung und Mitgestaltung realisieren ließe<sup>21</sup>. Dieses impliziert wiederum die Voraussetzung, eine Zivil- bzw. Bürgergesellschaft aufrecht zu erhalten und zu fördern. Erinnern wir uns noch einmal zurück an das Kapitel über die Bedeutung der Zivilgesellschaft und die darin bildhafte Darstellung, die das Verhältnis von

---

<sup>21</sup> Dieser Wunsch äußert sich auch in dem am häufigsten genannten Motiv: „Ich will durch mein Engagement die Gesellschaft zumindest im Kleinen mitgestalten“.

Zivilgesellschaft, Staat und Markt beschreibt. Staat und Markt bilden die Außenwände, das Dach und die Versorgung. Die Zivilgesellschaft die Inneneinrichtung. Das heißt der Staat und der Markt sollen den Rahmen für die Zivilgesellschaft schaffen. Der Staat hat sich dieser Aufgabe bedient, er versucht die Rahmenbedingungen und bürokratischen Hemmnisse mithilfe von verschiedenen Förderprogrammen und Gesetzen für freiwilliges, bürgerschaftliches Engagement zu verbessern. Dies ist auch eine notwendige Voraussetzung für die Aktivierung des internen und externen Engagementpotenzials, was laut Freiwilligensurvey in der Latenz verbleibt.

Wichtig ist also, dass in erster Linie der Staat die Rahmenbedingungen für freiwilliges Engagement schafft und bürokratische Hemmnisse abbaut. Nur dann besteht die Grundlage für bereits Engagierte ihr Engagement weiter auszubauen und nicht Engagierte ein entsprechendes aufzunehmen. Diese Grundlage bzw. das Gerüst kann der Staat mit Hilfe seiner Ressourcen schaffen. Jedoch müssen Staat, Markt und Zivilgesellschaft kooperieren um eine Zivilgesellschaft nachhaltig zu fördern und aufrechtzuerhalten.

### **Ausblick**

Das untersuchte Fallbeispiel „Alles im Biegen“ und das damit verbundene BID auf freiwilligem Engagement könnte bei Interesse einer weiteren Untersuchung aufgrund der ermittelten internen und externen Erfolgsfaktoren schablonenartig an BID- Beispiele wie Gießen auf Basis des INGE- Gesetzes angelegt werden. Diese hätten sich an den zuvor ermittelten Erfolgsfaktoren des freiwilligen BIDs zu messen. Resultieren könnte daraus eine interessante Betrachtung über die Vor- und Nachteile eines BIDs auf Gesetzesbasis bzw. freiwilligem Engagement.

## Quellen- und Literaturverzeichnis

Alles im Biegen e.V. (2008): „Aktuelles“ in Alles im Biegen e.V. aus:  
<http://www.allesimbiegen.de/html/aktuelles.html> Zugriff: 13.07.08

Alles im Biegen e.V. (2008): „Beitragsordnung 2005“ in: „BID Informationen“ aus:  
[http://www.allesimbiegen.de/Beitragsordnung\\_2005.pdf](http://www.allesimbiegen.de/Beitragsordnung_2005.pdf) Zugriff: 13.07.08

Alles im Biegen e.V. (2008): „Downloads“ in: Alles im Biegen e.V. aus:  
<http://www.allesimbiegen.de/html/downloads.html> Zugriff: 12.05.08

Alles im Biegen e.V. (2008): „Konzept MarBID“ in: „BID Informationen“ aus:  
[http://www.allesimbiegen.de/Konzept\\_MarBID21.pdf](http://www.allesimbiegen.de/Konzept_MarBID21.pdf) Zugriff: 12.05.08

Anheier, H.-K.; Toepler, S. (2001): „Bürgerschaftliches Engagement zur Stärkung der Zivilgesellschaft im internationalen Vergleich“ in: Enquete- Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ 2002; Deutscher Bundestag (Hrsg.) aus:  
<http://dip.bundestag.de/btd/14/089/1408900.pdf> Zugriff: 17.06.08

Badouin, U. (2007): „Biegenstraße verliert Fahrspur“ in: Oberhessische Presse Marburg vom 15.03.07

BBE (Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement) (2008): „Das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement“ in: „Über uns“ aus: <http://buergerschaftliches-engagement.org/netzwerk.html>  
Zugriff: 12.07.08

BID News 01 (2007): „BID News 01“ in: DIHK, Berlin (Hrsg.) aus:  
<http://www.dihk.de/index.html?inhalt/themen/standortpolitik/raumordnung/bidnewsarc>  
[hiv/index.html](http://www.dihk.de/index.html) Zugriff: 15.05.08

Bloem, M.; Bock, S. (2001): „Business Improvement Districts (BIDs), Untersuchung von Business Improvement Districts (BIDs) in Bezug auf Möglichkeiten und Grenzen einer Übertragbarkeit auf innerstädtische Geschäftsquartiere in Nordrhein- Westfalen, Düsseldorf“ aus: <http://www.d-plan.de/Bid-Gutachten16.pdf>, Zugriff: 4.06.08

BMFSFJ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) (2006): „Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999- 2004. Kurzfassung“. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.) aus:  
<http://www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Arbeitsgruppen/Pdf-Anlagen/freiwilligensurveykurzfassung,property=pdf,bereich=,sprache=de,rwb=true.pdf>  
f Zugriff: 12.06.08

BPA (Presse- und Informationsamt der Bundesregierung) (2005): „Auf dem Weg zu einer modernen Zivilgesellschaft“ in: Ehrensache – Bürgerschaftliches Engagement in Deutschland, 2005; Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.)

Braun, J. (2001): „Bürgerengagement und kommunales Management. Engagementförderung in Kommunen durch Parallelstrukturen oder durch eine integrierte Agentur für Bürgerengagement?“ in: Heinze, R.G; Olk, T: (2001): „Bürgerengagement in Deutschland – Bestandsaufnahmen und Perspektiven“

Buck, R. (1991): „Bürger machen Politik. Einflußnahme – Strategien – Bürgerinitiativen“, Weinheim

DStGB (2004): „10 Thesen des DStGB zur Stadtentwicklung zwischen privatem Einfluss und öffentlicher Verantwortung“ in: „10 Thesen des DStGB zum II. Nationalen Städtebaukongress, Bonn aus: [http://www.dstgb.de/homepage/positionspapiere/10\\_thesen\\_des\\_dstgb\\_zur\\_stadtentwicklung\\_zwischen\\_privatem\\_einfluss\\_und\\_oeffentlicher\\_verantwortung/index.html](http://www.dstgb.de/homepage/positionspapiere/10_thesen_des_dstgb_zur_stadtentwicklung_zwischen_privatem_einfluss_und_oeffentlicher_verantwortung/index.html) Zugriff: 28.06.08

Enquete Kommission (2002): „Bürgerschaftliches Engagement: auf dem Weg in eine zukunftsfähige Bürgergesellschaft in: Enquete Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ , 2002; Deutscher Bundestag (Hrsg.) aus: <http://dip.bundestag.de/btd/14/089/1408900.pdf> Zugriff: 14.06.08

Giese, E.; Rack, J. (2007): „Umsetzung des hessischen BID- Konzepts in Gießen“ in: Geographische Handelsforschung: Business Improvement Districts; Wirtschaftsgeographie der Humboldt- Universität zu Berlin, 2007.

Girgert, W. (2006): „Biegeviertel soll künftig mehr Lebensqualität erhalten“ in: Oberhessische Presse Marburg vom 23.09.06

Heinze R.-G.; Olk, T. (2001): „Bürgerengagement in Deutschland – Zum Stand der wissenschaftlichen und politischen Untersuchung“ in: Heinze, R.-G. (2001): „Bürgerengagement in Deutschland“, Opladen

Hessen Recht (2007): „Gesetz zur Stärkung von innerstädtischen Geschäftsquartieren (INGE) 2005 aus: [http://www.hessenrecht.hessen.de/gesetze/50\\_Wirtschaftsverfassung\\_Berufsstaende/50-41-INGE/INGE.htm](http://www.hessenrecht.hessen.de/gesetze/50_Wirtschaftsverfassung_Berufsstaende/50-41-INGE/INGE.htm) Zugriff: 18.06.08

Ingwersen, N. (2005): „Business Improvement Districts zur Stärkung von Geschäftszentren – Erfolgsaussichten der Hamburger Pilotprojekte am Neuen Wall und in der Bergedorfer Innenstadt“, Hamburg aus: [http://www.bid-1.de/pdf/nahne\\_ingwersen\\_diplomarbeit%2027.10.pdf](http://www.bid-1.de/pdf/nahne_ingwersen_diplomarbeit%2027.10.pdf) Zugriff: 2.06.08

Klages, H. (1999): „Zerfällt das Volk? – Von den Schwierigkeiten der modernen Gesellschaft mit Gemeinschaft und Demokratie“ in: Klages, H.; Gensicke, T. (1999): „Wertewandel und bürgerschaftliches Engagement an der Schwelle zum 21. Jahrhundert“ ,Speyer

Klein, A.; Legrand, H.-J.; Leif, T. (1999): „Einleitung“ in: „Neue soziale Bewegungen. Impulse, Bilanzen und Perspektiven“ ,Opladen/Wiesbaden

- Kiru, J. (2003): „Innerstädtische BIDs und Management in den USA und in Kanada – Empfehlungen für die Einführung in Deutschland, in: Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. (BCSD) (Hrsg.), 2003: Business Improvement Districts (BID). Ein Modell auch für Deutschland?!, Internationales Experten-Hearing der BCSD am 19. März 2003 in der Handelskammer Hamburg, Ingolstadt, [http://www.bid-aktuell.de/download/files/bcsd\\_schriftenreihe\\_2.pdf](http://www.bid-aktuell.de/download/files/bcsd_schriftenreihe_2.pdf), Zugriff: 2.06.08
- Knemeyer, F-L. (1995): „Bürgerbeteiligung und Kommunalpolitik. Eine Einführung in die Mitwirkungsrechte von Bürgern auf kommunaler Ebene, München
- Marburger Vereinsmesse (2008): „Marburger Vereinsmesse“ aus: <http://www.vereinmesse-marburg.de/index.html> Zugriff: 17.07.08
- Marburg News (2004): „MarBID: Hilfe zur Selbsthilfe“ aus: <http://www.marburgnews.de/2004/mn-soz11.php?tag=21> Zugriff: 3.06.08
- Mayer- Tasch P.C. (1985): „Die Bürgerinitiativbewegung. Der aktive Bürger als rechts- und politikwissenschaftliches Problem“, Reinbek bei Hamburg
- Mayring, P. (2000): „Qualitative Inhaltsanalyse in: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research aus: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-00/2-00mayring-d.htm> Zugriff: 20.07.08
- Mitgliederliste „Alles im Biegen“ (2008)
- MNZ (Marburger Neue Zeitung) (2007): „Verkehrsversuch läuft am 1. April an“ in: MNZ vom 17.03.07
- Münkler, H. (2005): „Bürgerschaftliches Engagement und Zivilgesellschaft“ in: Ehrensache – Bürgerschaftliches Engagement in Deutschland, 2005; Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.)
- Münkler, H. (2003): „Bürgerschaftliches Engagement und Sozialstaat“ in: Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ 2002; Deutscher Bundestag (Hrsg.)
- Ntemiris, A. (2007): „Ein Prosit auf den Verkehrsversuch“ in: Oberhessische Presse Marburg vom 3.04.07
- Olk, T. (2001): „Sozialstaat und Bürgergesellschaft“ in: Heinze, R.G (2001): „Bürgerengagement in Deutschland – Bestandsaufnahme und Perspektiven, Opladen
- Roth, R. (1997): „Die Kommune als Ort der Bürgerbeteiligung“ in: Klein, A. (1997): „Politische Beteiligung und Bürgerengagement in Deutschland“ ,Bonn : Bundeszentrale für Politische Bildung

Scholl, A. (2003): „Die Befragung: sozialwissenschaftliche Methode und kommunikationswissenschaftliche Anwendung“ Konstanz

Schubert, K.; Klein, M. (2006): „Wertewandel“ in: Schubert, K.; Klein, M. (2006): „Das Politlexikon“ Bonn aus: [http://www.bpb.de/publikationen/S7NBBL,0,Wertewandel\\_und\\_b%FCrgerschaftliches\\_Engagement\\_Perspektiven\\_f%FCr\\_die\\_politische\\_Bildung.html](http://www.bpb.de/publikationen/S7NBBL,0,Wertewandel_und_b%FCrgerschaftliches_Engagement_Perspektiven_f%FCr_die_politische_Bildung.html) Zugriff: 13.06.08

Stadt Marburg (2008): „Informationen zum „MarBID“- Projekt in: „Uni und Wirtschaft“ aus: <http://www.marburg.de/detail/23515> Zugriff: 6.07.08

Stadt Marburg (2008): „Kultur“ in: „Tourismus und Kultur“ aus: <http://www.marburg.de/detail/11478> Zugriff: 7.07.08

Stadt.info Nr. 26 (2006): „Erfahrungen des Gießener BID- Modells werden bundesweit Maßstäbe setzen“ in: Stadt.info „Das unabhängige Fachmagazin für Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung Nr. 26 aus: <http://www.giessenfriedberg.ihk.de/Geschaeftsbereiche/Standortpolitik/Anlagen/Bau/stadtinfo26n.pdf> Zugriff: 17.07.08

Städtebau- Recht (2006): „Innovationsbereich im Städtebau“ in: „Private Initiativen zur Stadtentwicklung (Innovationsbereiche) aus: <http://www.staedtebau-recht.de/innovationsbereiche.htm> Zugriff: 14.05.08

Staiger, U. (2006): „Das Hessische Gesetz zur Stärkung von innenstädtischen Geschäftsquartieren (INGE) – Die rechtlichen Bedingungen und Möglichkeiten“ in: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung aus: [http://www.allesimbiegen.de/BID\\_U.Staiger.pdf](http://www.allesimbiegen.de/BID_U.Staiger.pdf) Zugriff: 2.06.08

Stauder, J. (2006): „Business Improvement Districts (BID). Eine neue Herausforderung für die kommunale Wirtschaftspolitik“ aus: [http://www.allesimbiegen.de/BID\\_Dr.\\_J.\\_Stauder.pdf](http://www.allesimbiegen.de/BID_Dr._J._Stauder.pdf) Zugriff: 8.07.08

Wiezorek, E. (2004): „Business Improvement Districts, Revitalisierung von Geschäftszentren durch Anwendung des nordamerikanischen Modells in Deutschland?“, Berlin

Willim, B.A. (2007): „Unterstützung bürgerschaftlichen Engagements im sozialen Bereich als Aufgabe der Sozialverwaltung in München“ in: Von Rimscha, N. (2007): „Bürgerschaftliches Engagement im Sozialstaat“, München

## **Erklärung**

Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit selbst angefertigt und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel genutzt habe. Alle Stellen, die im Wortlaut oder dem Sinne nach anderen Werken entnommen sind, habe ich in jedem einzelnen Fall unter genauer Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

Marburg, 31.07.08