

Stiftungspreis 2025

Dokumentation

„Gemeinsam gegen einsam“



Inhaltsverzeichnis

Auslobung	Seite 3
Allgemeine Bestimmungen	Seite 4
Bewerbung	Seite 6
Jury	Seite 9
Preisträger	
– Preisverleihung	Seite 12
– Preisträger Kreuzau	Seite 13
– Anerkennung Hamburg	Seite 18
– Anerkennung Stuttgart	Seite 22
– Anerkennung Weimar	Seite 25



Hamburg, im April 2025

Ausschreibung Stiftungspreis 2025: „Gemeinsam gegen einsam“

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Stiftung „Lebendige Stadt“ ruft Städte und Kommunen auf, sich für den Stiftungspreis 2025 zum Thema „Gemeinsam gegen einsam“ zu bewerben.

Immer mehr Menschen leiden unter Einsamkeit- jeden Alters, in Städten und ländlichen Regionen, ob hier geboren oder migriert. In 41 Prozent der ca. 41 Millionen deutschen Haushalte leben Singles - die Tendenz ist steigend. In den letzten Jahren wurden in den Städten und Kommunen viele Angebote und Projekte initiiert, die Einsamkeit verhindern, ihr entgegenwirken und Hilfe anbieten.

Preiswürdig sind Projekte, die die Teilnahme der Menschen am öffentlichen Leben verbessern, Angebote machen oder zum gesellschaftlichen Miteinander beitragen und diese somit aus der Einsamkeit holen. Dabei kann das Projekt mit weiteren Beteiligten (Träger, Genossenschaft, Verein etc.) umgesetzt werden.

Das Anliegen der Stiftung ist es, Projekte zu fördern, die für andere Vorbild sein können. Deshalb kommt nachahmenswerten, dauerhaften und zugleich wirtschaftlichen Lösungen eine besondere Bedeutung zu. Insgesamt ist eine Preissumme von 30.000 Euro ausgesetzt. Die Bewerbungen sind bis zum 30. Juni 2025 zu senden an:

stiftungspreis@lebendige-stadt.de

Informationen zu den Bestimmungen der Auslobung und den einzureichenden Unterlagen finden Sie auf unserer Homepage www.lebendige-stadt.de/stiftungspreis. Dort finden Sie auch Informationen zur Stiftung „Lebendige Stadt“ und ihren Förderprojekten.

Mit freundlichen Grüßen



Alexander Otto



Dr. Andreas Mattner

Vorsitzender des Kuratoriums Vorsitzender des Vorstandes

A. Allgemeine Bestimmungen

1. Bewerben können sich Städte und Gemeinden gemeinsam mit Genossenschaften, Verbände, Vereine, Träger und Institutionen.

Preiswürdig sind Projekte, die die Teilnahme der Menschen am öffentlichen Leben verbessern, Angebote machen oder zum gesellschaftlichen Miteinander beitragen und diese somit aus der Einsamkeit holen. Dabei kann das Projekt mit weiteren Beteiligten (Träger, Genossenschaft, Verein etc.) umgesetzt werden. Das Anliegen der Stiftung ist es, Projekte zu fördern, die für andere Vorbild sein können. Deshalb kommt nachahmenswerten, dauerhaften und zugleich wirtschaftlichen Lösungen eine besondere Bedeutung zu. Das Projekt sollte bereits umgesetzt sein und als Leuchtturmprojekt für andere Städte und Gemeinden dienen.

2. Die Bewerbungsunterlagen können ausschließlich online auf der Homepage der Stiftung unter www.lebendige-stadt.de/stiftungspreis2025 ausgefüllt werden. Sie dürfen den vorgegebenen Umfang nicht überschreiten.
3. Folgende Unterlagen müssen online eingereicht werden (bitte sehen Sie von einem Versand per Post ab):
 - a. Vollständig ausgefüllte Bewerbungsunterlagen.
 - b. Max. fünf Visualisierungen/Bilder (inkl. Nutzungsrechte) die zur Dokumentation und Pressearbeit verwandt werden dürfen.
4. Die Bewerbungen werden der Jury zur Verfügung gestellt. Eine Dokumentation des Wettbewerbs ist geplant, insofern hat die Stiftung das Recht, die Bewerbungen zu veröffentlichen.
5. Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an stiftungspreis@lebendige-stadt.de

B. Einzureichende Unterlagen

Reichen Sie Ihre Bewerbung nebst Anlage bitte ausschließlich online (stiftungspreis@lebendige-stadt.de) ein.

C. Einsendung der Unterlagen

Einsendeschluss ist der **30.Juni 2025**.

D. Juryentscheidung und Preisvergabe

1. Die eingereichten Unterlagen werden intensiv von der Stiftung „Lebendigen Stadt“ vorgeprüft und es wird eine Vorauswahl für die unabhängige Jury vorgenommen. Ihr werden die vollständigen und für einen Preis infrage kommenden Bewerbungen vorgelegt.
2. Eine fachkompetente Jury tritt im Herbst 2025 einmalig zusammen, entscheidet über die Zulassung der Bewerbungen und wird die Preisträger ermitteln.
3. Der Expertenjury steht es frei, neben der Vergabe des mit 15.000 € dotierten Stiftungspreises auch Bewerbungen, die in die engste Wahl gelangt sind, mit einer besonderen Anerkennung in Form einer Urkunde auszuzeichnen. Für eine mögliche Teilung des Preises muss die Jury plausible Gründe haben.
4. Die Expertenjury wird ihre Entscheidung in einem schriftlichen Votum begründen. Darüber hinaus wird sie keine Mitteilung machen, also zu keinem der nicht prämierten Konzepte Stellung nehmen, weder gegenüber den Bewerbern noch gegenüber der Öffentlichkeit. Die Preisvergabe der Jury geschieht unter Ausschluss des Rechtsweges.
5. Die Preisübergabe findet im Herbst/Winter 2025 bei einem öffentlichkeitswirksamen Termin vor Ort statt.

Hamburg, im Mai 2025

Der Vorstand der
Stiftung „Lebendige Stadt“

BEWERBUNG ZUM STIFTUNGSPREIS 2025

„Gemeinsam gegen einsam“

I. Bewerber/Bewerberin:

Stadt / Gemeinde:

Anschrift:

Telefon:

E-Mail:

in Kooperation mit

Genossenschaften/Verbände/Vereine/Träger/Institutionen etc.

Name:

Anschrift:

Telefon:

E-Mail:

Ansprechpartner für inhaltliche Rückfragen:

II. Zahlen & Fakten

Stadt / Gemeinde	
Bundesland / Land	
Einwohnerzahl	
Name des Projektes	
Seit wann wird das Projekt umgesetzt?	
Wieviel Personal wird beschäftigt?	() Hauptamtlich () Ehrenamtlich
Wer ist der Initiator des Projektes?	
Seit wann gibt es die Kooperation mit der Stadt / Gemeinde?	
Wie hoch sind die Kosten p. a. und wird das Projekt gefördert? Wenn ja, von wem?	
Wurde das Projekt bereits ausgezeichnet?	Ja, wann / Nein
An wen richtet sich das Projekt? (Bevölkerungsgruppen)	
Was wird Angeboten? (Sport; Betreuung; Ausflüge etc.)	
Wie viele Menschen nutzen die Angebote?	
Gab oder gibt es Konflikte / Herausforderungen?	() Nein () Ja ...

III. Projekterläuterung (in der vorgegebenen Form auszufüllen)

1. Beschreiben Sie das Projekt mit seinem Angebot und welche Bedeutung das Projekt für das Quartier / Stadtteil hat. Was sind die Erfolgsfaktoren und wie wird der Erfolg gemessen? Max. 400 Wörter
2. Wie werden die Menschen angesprochen und auf das Projekt aufmerksam gemacht? Max. 300 Wörter
3. Wie wird das Projekt finanziert? Max. 100 Wörter
4. Setzen Sie bei Ihrem Projekt KI-Technik ein? Max. 100 Wörter
5. Was können andere von Ihrem Beispiel lernen? Max. 50 Wörter

Den Datenschutzbestimmungen stimme ich zu. (Häkchen)

Juryvorsitzender

Dipl.-Ing. Kaspar Kraemer Kaspar Kraemer Architekten BDA

Jurymitglieder

Reiner Behrens Geschäftsführer Verein „Freunde alter Menschen“

Michael Cyriax Landrat des Main-Taunus-Kreises

Markus Greitemann Beigeordneter, Dezernat Planen und Bauen Köln

Anja Hajduk Bundesministerin und Senatorin a.D.

Paloma Miersch Leiterin der Projektgruppe Einsamkeit, Abteilung Generationengerechtigkeit, Jugend, Ältere Menschen, Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Dr. Hans Reichhart Landratsamt Günzburg

Kathrin Sonnenholzner Vorsitzende des Präsidiums, AWO-Bundesverband

Die Preisträger des Stiftungspreises 2025

Die Preisverleihung



Preisträger

Gemeinde Kreuzau



Wettbewerb Nr.: 11

Stadt: Gemeinde Kreuzau

1. Beschreiben Sie das Projekt mit seinem Angebot und welche Bedeutung das Projekt für das Quartier / Stadtteil hat. Was sind die Erfolgsfaktoren und wie wird der Erfolg gemessen? (Max. 400 Wörter)

Die Gemeinde Kreuzau steht, wie viele ländliche Kommunen, vor demografischen Herausforderungen: Eine wachsende ältere Bevölkerung trifft auf eine abnehmende Zahl junger Menschen, die zunehmend zur Ausbildung und Arbeit abwandern. Die Antwort auf diese Entwicklung ist JA! - Jung trifft Alt - ein generationenverbindendes Projekt, das jungen Menschen Perspektiven bietet und zugleich das Potenzial älterer Mitbürger*innen aktiviert. Seit über fünf Jahren bringt JA! Jugendliche und Senior*innen in moderierten Begegnungsformaten zusammen. Ausgangspunkt war das Thema Ausbildung - inzwischen sind vielfältige Themen dazugekommen: Lebensweltvergleich, gemeinsame Aktionen, kulinarische Aktivitäten wie das Reibekuchen-Backen oder das Generationenevent Hot-Dogs-und-heiße-Musik-2025 mit dem 1. Rock 'n' Roll-Club Düren. In diesem Rahmen entstehen persönliche Bindungen, Patenschaften und gegenseitiges Lernen auf Augenhöhe. Ziel ist es, junge Menschen durch den Erfahrungsschatz und die Fürsorge älterer Generationen zu unterstützen - in ihrer Persönlichkeitsentwicklung, Berufsorientierung und sozialen Integration. So liegt beispielsweise der Schwerpunkt unseres Kooperationspartners darin, Lernbeeinträchtigten und/oder körperlichen, sozial- oder arbeitsmarktbenachteiligten jungen Menschen die Chance zu bieten, eine Ausbildung zu absolvieren. Durch die Vernetzung in die Fachbereiche Offene Kinder- und Jugendarbeit und das Generationenbüro der Gemeinde Kreuzau ist sichergestellt, dass kurze Kommunikationswege möglich sind und spontane Absprachen mit dem Sozialwerk Dürener Christen getroffen werden können. Gleichzeitig erleben Senior*innen neue Wertschätzung, Selbstwirksamkeit und soziale Teilhabe. Bedeutung für das Quartier: Das Projekt wirkt nachhaltig im Sozialraum: Es fördert das Miteinander, stärkt den gesellschaftlichen Zusammenhalt und baut Vorurteile ab. Die lokale Wirtschaft profitiert durch die berufliche Orientierung junger Menschen und ihre Bindung an die Region. Erfolgsfaktoren: Freiwilligkeit und Offenheit der Beteiligten, Kontinuität in der Begegnung und Begleitung, Thematische Vielfalt und Alltagsnähe, Zusammenarbeit mit lokalen Vereinen und Institutionen. Erfolgsmessung: Der Erfolg zeigt sich in der steigenden Zahl aktiver Teilnehmender, der Entstehung fester Seniorpaten-Jugendlicher-Tandems sowie in Rückmeldungen von Familien, Schulen und Handwerksbetrieben. Positive Veränderungen in der Kommunikationskultur, Toleranz und gegenseitiger Wertschätzung sind ebenso messbare Effekte wie die wachsende Beteiligung an den gemeinsamen Veranstaltungen. Auch die Stärkung des Selbstbewusstseins innerhalb der jugendlichen Persönlichkeitsentwicklung wird deutlich. JA! - Jung trifft Alt schafft einen lebendigen Sozialraum der Solidarität und ist ein Beispiel dafür, wie kleine Kommunen mit kreativen Mitteln generationenübergreifend Zukunft gestalten können. Der Weg ist das Ziel. Die Aktivitäten zu initiieren und die wachsende Wertschätzung dem anderen Individuum gegenüber zu erleben, ist eine beglückende Aufgabe, auch für uns als Initiatoren.

2. Wie werden Menschen angesprochen und auf das Projekt aufmerksam gemacht? (Max. 300 Wörter)

Das Projekt JA! - Jung trifft Alt wurde durch die enge Vernetzung der lokalen Projektpartner ins Leben gerufen und hat sich in der Gemeinde schnell etabliert. Um die unterschiedlichen Zielgruppen - sowohl junge Menschen als auch Senior*innen - zu erreichen, wird auf eine Vielzahl an Kommunikationskanälen und -strategien gesetzt. Ein zentraler Bestandteil der Ansprache sind regelmäßige Einzel- und Gruppentreffen sowie gezielte Veranstaltungen, die durch die aktive Beteiligung der Projektpartner organisiert werden. So wird beispielsweise über die Taschengeldbörse ein praktischer Austausch zwischen den Generationen ermöglicht, der regelmäßig zu neuen Begegnungen führt. In den letzten Jahren hat sich zudem ein stark wachsendes Interesse an den Generationentreffen gezeigt. Besonders nach dem Bericht der WDR Lokalzeit im letzten Jahr stieg das Interesse enorm, was zu einem deutlich höheren Zulauf an neuen Teilnehmerinnen und Teilnehmern führte. Neben der persönlichen Ansprache vor Ort in den verschiedenen Einrichtungen (z. B. Schulen, Seniorenvereinen) nutzt das Projekt auch lokale Medien, um die Bevölkerung zu informieren. Über die regelmäßige Veröffentlichung von Informationen in der lokalen Presse, im Amtsblatt der Gemeinde sowie auf der Homepage werden gezielt neue Interessierte angesprochen. Auch der Veranstaltungskalender der Gemeinde dient als Plattform, um die kommenden Aktionen und Events bekannt zu machen. Die kontinuierliche Nachberichterstattung und die sichtbare Präsenz in der Öffentlichkeit haben dazu geführt, dass das Projekt stetig neue Teilnehmerinnen und Teilnehmer gewinnt. Über die Jahre hinweg hat sich eine wachsende Zahl von Bürgerinnen und Bürgern sowohl aus der Jugend- als auch der Seniorenpopulation für das Projekt begeistert. Die gezielte Ansprache der Zielgruppen durch alle Partner und das Vertrauen in die kontinuierliche Weiterentwicklung des Projekts sind entscheidend für den Erfolg.

3. Wie wird das Projekt finanziert? (Max. 100 Wörter)

Die Treffen und Veranstaltungen tragen sich durch einen moderaten, möglichst geringen Teilnehmerbeitrag selbst oder werden durch kleine (Sach-)Spenden unterstützt. Bei Vorlage eines entsprechenden Nachweises (Grundsicherung, SGB II, job-com, Wohngeld) reduziert die Gemeinde Kreuzau einige Aktivitäten für hilfebedürftige Bürgerinnen und Bürger.

4. Setzen Sie bei Ihrem Projekt KI-Technik ein? (Max. 100 Wörter)

Ja, vornehmlich Jugendliche benutzen KI zur Überarbeitung einiger Berichterstattungen oder auch als Recherche, z. B. bei der Vorbereitung eines Treffens zum Thema: Alte Volkslieder. Man kann davon ausgehen, dass sich KI in Zukunft noch stärker etabliert.

5. Was können andere von Ihrem Beispiel lernen? (Max. 50 Wörter)

Die Treffen zeigen, wie generationenübergreifende Initiativen helfen können, das Gefühl der Einsamkeit bei Senior*innen zu verringern und gleichzeitig junge Menschen in die Gesellschaft zu integrieren. Besonders in ländlichen Regionen, wo soziale Kontakte für Senioren oft begrenzt sind, kann ein solches Modell den sozialen Zusammenhalt erheblich stärken.

Anerkennung

Hamburg



Wettbewerb Nr.: 79

Stadt: Hamburg

1. **Beschreiben Sie das Projekt mit seinem Angebot und welche Bedeutung das Projekt für das Quartier / Stadtteil hat. Was sind die Erfolgsfaktoren und wie wird der Erfolg gemessen? (Max. 400 Wörter)**

Das Problem

In Hamburg leben mehr als 30.000 Menschen in Altersarmut mit steigender Tendenz. Armut führt zu einer Verschärfung der Lebenssituation alter Menschen. Sie empfinden Schuld & Scham, vereinsamen - ihre physische und psychische Gesundheit leidet. Das mit Armut, Alter und Isolation einhergehende Leid bleibt unbemerkt. Einsamkeit und Teilhabeverlust entsteht.

Parallel dazu steigt die Einsamkeit in allen Altersgruppen – auch die von Jugendlichen. Eine repräsentative Umfrage der Bertelsmann Stiftung vom März 2024 mit jungen Menschen zeigt: Knapp die Hälfte der 16- bis 30-Jährigen in Deutschland sind von Einsamkeit betroffen.

Die Pandemiejahre haben zu einer weiteren Verschärfung der Grundproblematik geführt. Noch heute fehlen genügend Angebote, welche helfen, erlebte Traumata zu verarbeiten und wieder Teilhabe im Alltag zu erfahren.

Das Ziel

Das vorrangige Ziel von KULTURISTENHOCH2 (KH2) ist es, etwas konkret erfahr- und fühlbar auf Quartiers- und Stadtteilebene gegen Ausgrenzung wegen z.B. Alter, Armut, altersbedingter Einschränkung sowie Einsamkeit ganz allgemein zu tun. Jungen Menschen wird mit KH2 verdeutlicht, wie sie dabei in's Handeln kommen. Ältere Menschen sind durch dieses Angebot aufgefordert, eventuelle Vorurteile gegen die Jugend zu revidieren, gemeinsam zu genießen und in einem geschützten Rahmen zu lernen, dass sich Einlassen lohnt!

Die Grundidee - Wie geht das?

Teilnehmende SeniorInnen werden von unserer Kultur-Vermittlerin über vorhandene kostenlose Kartenangebote informiert und beraten. Wir reservieren für sie zwei kostenlose Karten für die jeweils ausgewählte Veranstaltung. Die Vermittlerin von KH2 nimmt via Messenger-Gruppe den Kontakt zur Stadtteil-Schüler-Gruppe der Partnerschule auf. Wer Zeit und Lust hat, meldet sich bei KH2 und erhält die Kontaktdaten des/der SeniorIn. Der junge Mensch meldet sich danach beim Älteren und verabredet sich. Entweder holt der junge Mensch den Älteren ab oder sie vereinbaren einen Treffpunkt am Veranstaltungstag. Die ältere Person lädt die jugendliche Begleitung mit der zweiten Karte ein.

Vorbereitung auf das Ehrenamt – Erfolgsfaktor von Beginn an

Bevor die SchülerInnen eine Begleitung übernehmen dürfen, erhalten sie ein komplexes Praxis-Training zum Thema Alter und Einschränkung. Für diesen Bereich nutzt KH2 die Expertise des Partners Hartwig- Hesse-Stiftung, eines Spezialisten für Wohnen & Pflege im Alter, mit dem wir kooperieren.

Leitende MitarbeiterInnen der Hartwig-Hesse-Stiftung bieten teilweise gemeinsam mit uns ein 5-stündiges Training zum Thema „Altern in unserer Stadt“ an. Hier wird den SchülerInnen der Umgang mit Gehhilfen, Rollator und Rollstuhl, sowie kognitives Wissen über das Altwerden vermittelt. Abschluss eines jeden Trainings ist das eigene Erleben von „Alt-Sein und -Fühlen“ im Alterssimulationsanzug im öffentlichen Raum, das Fahren mit U-Bahn und Bussen.

2. Wie werden Menschen angesprochen und auf das Projekt aufmerksam gemacht? (Max. 300 Wörter)

Ansprache der Jugendlichen: Wir gehen langfristige Schulkooperationen ein, die es uns ermöglichen, in jedem Jahr neue junge Freiwillige für unsere Initiative zu gewinnen, welche ein Schuljahr lang (10 Monate) im Ehrenamt aktiv werden und gemeinsam mit älteren Menschen Kultur besuchen. Den jungen Menschen wird vermittelt, welche Vorteile Ihnen bei diesem Engagement entstehen können (ungewöhnliche Erfahrungen, unerwartete Begegnungen, neue Freunde über die eigene „Bubble“ hinaus, Kunst- & Kultur-Gewinn, Ehrenamtszertifikat u.v.m.), das von KH2 hochfrequent begleitet wird.

Ansprache der SeniorInnen: In jedem Quartier stellen wir die Zusammenarbeit mit Wohnungsbaugesellschaften/ -Wohnanlagen ebenso her, wie mit den Sozialämtern, um das Angebot für die Zielgruppe treffsicher zu präsentieren. Weiterhin stellen wir über Pressearbeit & SoMe Öffentlichkeit her, um die passenden älteren Menschen zu gewinnen.

SeniorInnen in den Stadtteilen und Quartieren gewinnen wir über verschiedene Wege (Multiplikatoren, Behörden, Wohnungsgesellschaften, Presse etc.) Sie werden auch direkt in den Wohnanlagen von SozialbetreuerInnen angesprochen und informiert. In vielen Institutionen führt unser Team Informationsveranstaltungen durch. Anschließend melden sich die SeniorInnen individuell als TeilnehmerInnen an. KH2 kooperiert mit anderen "Marktteilnehmern" in den Stadtteilen wie z.B. „Freunde alter Menschen e.V.“, „Wege aus der Einsamkeit e.V.“, kirchlichen und weltlichen Senioren-Treffs und -Initiativen, Nachbarschafts-Treffs vieler Baugenossenschaften wie z.B. HANSA-Bau etc., und baut das Netzwerk kontinuierlich aus.

3. Wie wird das Projekt finanziert? (Max. 100 Wörter)

KH2 ist eine Initiative der Stiftung Generationen-Zusammenhalt (Verbrauchs-Stiftung) und finanziert sich durch vier Säulen:

Öffentliche Mittel - wir haben seit 2019 die Sozialbehörde Hamburgs an unserer Seite, die uns auch über die Armut-Entwicklung in den Hamburger Quartieren informiert. So wissen wir, wohin es lohnt, zu expandieren, um eine möglichst hohe Zahl betroffener SeniorInnen zu erreichen. Etwa 30% der Finanzierung ist so gedeckt.

Private Mittel – Hamburg ist StifterInnen-Stadt, hierdurch decken wir gut 30% unseres Förderbedarfs.

Soziallotterien – wir stellen Anträge für passende Programme bei der Postcode- und der **Fernsehlotterie**, das macht weitere 30% aus Fundraising Maßnahmen – zu Weihnachten und zu Ostern: ca. 10%.

4. Setzen Sie bei Ihrem Projekt KI-Technik ein? (Max. 100 Wörter)

Bisher noch nicht. Der Einsatz von KI ist in Planung. Die Einsatzbereiche sollen die TeilnehmerInnen-Gewinnung, das Fundraising und die Weiterentwicklung von KULTURISTENHOCH2 sein.

5. Was können andere von Ihrem Beispiel lernen? (Max. 50 Wörter)

Kunst & Kultur wirken als Brücke zwischen den Generationen. Menschen, aus denselben Quartieren, die sich jedoch nicht kennen, werden zu Austausch & Begegnung angestiftet. Soziale Bindungen wachsen, der Zusammenhalt erstarkt und Einsamkeit schwindet - eine lebendige Stadtgesellschaft entsteht. KH2 schafft strukturierte Rahmenbedingungen, setzt auf gute Vorbereitung & engmaschige Begleitung von Jung & Alt.

Anerkennung

Weimar



Wettbewerb Nr.: 142

Stadt: Weimar

1. **Beschreiben Sie das Projekt mit seinem Angebot und welche Bedeutung das Projekt für das Quartier / Stadtteil hat. Was sind die Erfolgsfaktoren und wie wird der Erfolg gemessen? (Max. 400 Wörter)**

Weimars Gute Nachbarn erfüllt einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag im Zusammenleben der Generationen. Immer öfter leben die Verwandten weit entfernt, die Freunde sind nicht mehr da oder Vertraute können eine Begleitung im Alltag nicht dauerhaft leisten. Zudem wünschen sich viele Senior*innen so lange wie möglich in der eigenen Wohnung zu leben. Unser ehrenamtlicher Seniorenbesuchsdienst Weimars Gute Nachbarn bringt Ehrenamtliche aller Altersklassen mit Senior+innen dauerhaft zusammen und bildet somit ein wichtiges Unterstützungsnetzwerk stadtweit. Wer bis ins hohe Alter in seinen vertrauten vier Wänden bleiben möchte, braucht hin und wieder Hilfe und jemanden, der ein offenes Ohr für Sorgen und Ängste hat oder als Begleiter dabei ist. Persönliche Kontakte können dabei helfen, aus der Isolation zu finden und vorhandene Potentiale wieder zu aktivieren. Genau hier setzen wir mit "Weimars Gute Nachbarn" an. Manchmal reicht ein vertrauensvoller, guter Zuhörer, jemand, den man auch in Notfällen anrufen kann, der einen zum Arzt bringt, einen Spaziergang begleitet oder das geliebte Haustier für ein paar Tage aufnimmt, wenn ein Krankenhausbesuch ansteht. Unsere Nachbarschaftshilfe tritt nicht in Konkurrenz zu bestehenden Hilfsorganisationen oder zu lokalen Dienstleistern. Sie hat ausschließlich die Aufgabe, dann einzuspringen, wenn Hilfe von anderer Seite fehlt oder für den Hilfesuchenden nicht bezahlbar ist. Mit unseren Telefonketten befähigen wir unsere älteren Mitmenschen zur Selbsthilfe, in dem sie sich jeden Tag umeinander kümmern und nacheinander hören, eingebettet in einen sicheren Rahmen, den wir bieten. Die Anfragen nach Hilfe aber auch nach Unterstützung nehmen stetig zu und sind ein messbarer Erfolgsfaktor. Hilfeanfragen bedürfen passgenauer Beratung, Weiterverweisung an andere Hilfsdienste, aber auch die Begleitung des Kennenlernens und das Dasein bei Konflikten untereinander durch eine erfahrene Fachkraft sind unsere Erfolgsfaktoren. Messbar ist der Erfolg z.B. so: 4 von 5 Begleitungen halten über mehrere Jahre hinweg und entwickeln sich oft zu tiefen Freundschaften. Zudem übernehmen viele Freiwillige auch nach dem Tod ihrer Senior*innen neue Begleitungen und bleiben im Projekt. Es gibt in ganz Weimar kein vergleichbares Projekt und Angebot und daher erreichen uns immerfort viele Anfragen und Hilferufe. Wir arbeiten eng mit anderen Anbietern in der Stadt zusammen und fördern auch so Wege aus der Einsamkeit, sei es durch gemeinsame Angebote zur Teilhabe am Seniorensport, wie Boule im Park, das Besuchen von Kulturveranstaltungen, gemeinsame Picknicks mit allen Senioren und Begleitern, Ausflüge zum Friedwald oder auf einen Bauernhof mit dem Stadtbus u.v.m. Unsere ehrenamtlichen Seniorenbegleiter helfen dabei mobil eingeschränkten Senioren, den Weg zu Veranstaltungen zu bewältigen, stützen sie, sind ihre Kontaktpersonen und ermöglichen so wieder Teilhabe am Leben außerhalb der eigenen vier Wände.

2. **Wie werden Menschen angesprochen und auf das Projekt aufmerksam gemacht?** (Max. 300 Wörter)

Menschen werden durch uns kontinuierlich auf allen Kanälen angesprochen und damit auf das Projekt aufmerksam gemacht. Wir nutzen die regionalen Printmedien regelmäßig für Gesuche nach neuen Mitstreitern aber auch für Veranstaltungsankündigungen. Zudem nutzen wir das Amtsblatt der Stadt Weimar, den Rathauskurier, wenn möglich, der kostenfrei allen Bürgern zugeht. Unsere Ehrenamtsagentur Weimar, die für alle Ehrenämter sehr intensiv Werbung betreibt, ist ein Partnerprojekt von uns und in Trägerschaft unserer Bürgerstiftung. Mit diesen Kolleginnen, die jeden Monat eine eigene Ehrenamts-Radiosendung ("Help!") im Lokalradio Radio Lotte machen, bei der MachBar - einem Barformat am Feierabend Freiwilligenprojekte vorstellen, sind wir eng verbunden und nutzen das intensiv zur Projektwerbung. Auch unsere stets aktuelle Projektwebsite von www.weimars-gute-nachbarn.de wird fortlaufend mit Neuigkeiten bespielt, sowie nationale Medien genutzt. Zuletzt wurde unser Teilprojekt "Die Mediencoaches/ Digitale Senioren Weimar" im Deutschlandfunk und im MDR Mittagsjournal dargestellt und hat eine große Reichweite erzielt. Außerdem nutzen wir Facebook und Instagram.

3. **Wie wird das Projekt finanziert?** (Max. 100 Wörter)

Die Gesamtsumme an Projektkosten sind aktuell ca. 65.000EUR/Jahr, die wir in einem Finanzierungsmix aus Fördermitteln und Spenden aus vielfältigen Teilfinanzierungen zusammenstricken Jahr für Jahr. Förderer sind die Stadt Weimar/ Seniorenbeirat, das Land Thüringen, die Pflegekassen, die Thüringer Ehrenamtsstiftung und einen Eigenanteil der Bürgerstiftung von ca. 35%, der aus Spenden, Bußgeld-Fundraising oder Preisgeldern aufgebracht werden muss.

4. **Setzen Sie bei Ihrem Projekt KI-Technik ein?** (Max. 100 Wörter)

Wir setzen aktuell noch keine KI- Technologie im Projekt selbst ein. Wir vermitteln aber in Veranstaltungen für Senioren bei Bedarf, Wissen über Möglichkeiten und Grenzen der KI -vor allem in unserem Mediencoach-Teilprojekt.

5. **Was können andere von Ihrem Beispiel lernen?** (Max. 50 Wörter)

Nachbarschaftshilfepotentiale gibt es in allen Alters- und Berufsgruppen. Es braucht für deren Gelingen gute fachliche Begleitung zu Beginn und bei Konflikten, intensive Öffentlichkeitsarbeit, kontinuierliche Ansprechpartner, Dank und Anerkennung für die Freiwilligen, Möglichkeiten sich auszutauschen und Schönes gemeinsam zu erleben und vor allem dauerhafte Projektfinanzierungen. Auch Selbsthilfe über Telefonketten können mit wenig Aufwand Isolation aufbrechen und sind einfach zu organisieren.

Anerkennung

Stuttgart



Wettbewerb Nr.: 162

Stadt: Stuttgart

1. **Beschreiben Sie das Projekt mit seinem Angebot und welche Bedeutung das Projekt für das Quartier / Stadtteil hat. Was sind die Erfolgsfaktoren und wie wird der Erfolg gemessen? (Max. 400 Wörter)**

Das kommunale Projekt "Stuttgarter Strategie gegen Einsamkeit" umfasst ein vielschichtiges und dynamisches Bündel aus neu arrangierten Angebots- und Netzwerkstrukturen gegen Einsamkeit in der Landeshauptstadt Stuttgart. Es erstreckt sich über die Bereiche Beratung, Begegnung, Kultur, Sport und Bewegung bis hin zur Integration des Themas Einsamkeit in der Stadtplanung oder Statistik. Das Projekt ist in seinem Umfang einzigartig und gilt bundesweit als Vorreiter und Vorbild für andere Kommunen. Die städtische Abteilung Strategische Sozialplanung koordiniert deren sektorenübergreifenden Aufbau sowie partizipativ und dynamisch ausgerichtete Weiterentwicklung. Die Bedeutung des Projektes resultiert aus dem kommunalen Bewusstsein für die erheblichen Auswirkungen von (chronifizierter) Einsamkeit in Bezug auf Zufriedenheit, Gesundheit und den gesellschaftlichen Zusammenhalt.

Die Erfolgsfaktoren des Projektes sind in der Stuttgarter Strategie gegen Einsamkeit verankert, wurden gemeinsam mit verschiedenen Ämtern, freien Trägern, Stiftungen und bürgerschaftlichen Initiativen entwickelt und lassen sich in drei Überbegriffen zusammenfassen:

- **Offen:** In Stuttgart wird offen über das schambehaftete Thema und dessen Folgen gesprochen (Enttabuisierung, Sensibilisierung).
- **Vielfältig:** Da grundsätzlich jede Alters- und Personengruppe von Einsamkeit betroffen sein kann, braucht es eine Angebotslandschaft, die so vielfältig ist wie die Menschen.
- **Vernetzt:** Fortlaufend werden neue Kooperationen zwischen unterschiedlichsten Akteuren initiiert und z. B. über die digitale Angebots- und Informationsübersicht (www.stuttgart.de/gemeinsam) verknüpft.

Der Erfolg misst sich einerseits an der Breite und Lebendigkeit des kommunalen Netzwerkes gegen Einsamkeit: Auf der 2. Stuttgarter Fachkonferenz gegen Einsamkeit am 09.04.2025 nahmen über 220 Vertretende lokaler Organisationen und Initiativen teil. Im Rahmen solcher Veranstaltungen findet ein enger Austausch zur Wirksamkeit bestehender Angebote statt sowie die Entwicklung neuer Konzepte wie dem des Social Prescribing (Soziale Beratung in Arztpraxen).

Der Info-E-Mail-Verteiler des Stuttgarter Netzwerk gegen Einsamkeit umfasst ca. 450 Adressen. Die Angebotsübersicht listet andererseits aktuell: 41 Beratungsangebote, 34 Begegnungsstätten, 21 Stadtteil- und Familienzentren, 9 Wohncafés, 15 Angebote und Begleitdienste zu Unterhaltung und

Kultur, 19 Angebote zu Sport und Bewegung, 7 sonstige ehrenamtlichen Initiativen und Schulungen gegen Einsamkeit. Zudem erhebt und analysiert das Statistische Amt die lokale Verbreitung von Einsamkeit seit 2023 und verbessert hierdurch ihre strategische Ausrichtung zum Beispiel in Bezug auf Quartiersentwicklung, Alleinerziehende, Personen mit Migrationshintergrund oder intergenerationale Beziehungen. Auch die Reichweite und Richtung der durchgeführten Öffentlichkeitskampagnen auf den jeweiligen Kanälen werden evaluiert.

2. **Wie werden Menschen angesprochen und auf das Projekt aufmerksam gemacht?** (Max. 300 Wörter)

Ziel des Projektes "Stuttgarter Strategie gegen Einsamkeit" ist es, nicht nur über das Thema Einsamkeit zu informieren und zu sensibilisieren, sondern den StuttgarterInnen und Institutionen auch die praktischen Möglichkeiten der Prävention und Linderung aufzuzeigen, z. B. über das Finden von GemeINSAMkeiten.

Öffentlichkeitskampagnen und Presseartikel haben eine enorme Reichweite, die sich durch professionelle Layouts mit Wiedererkennungseffekt und zielgruppenspezifischer Positionierung (z.B. auf Spotify) zusätzlich steigern. Zeitlich finden die Kampagnen überwiegend in der dunklen Jahreszeit statt, da hier das Empfinden von Einsamkeit tendenziell steigt. Ergänzend liegen an unterschiedlichen Orten des Alltags (Apotheken, Bibliotheken, Supermärkten) Postkarten und Plakate ganzjährig aus. Die Werbemittel ermutigen dazu "GemeINSAMkeiten" zu entdecken und verweisen auf die eigene Internetseite www.stuttgart.de/gemeinsam, wo sich unter anderem eine lokale Angebotsübersicht findet. Die Gestaltung der Materialien ist bewusst hell und positiv. Statt der Verbreitung von Angst vor Einsamkeit kommt es zu Betonung der Relevanz von Gemeinschaft und Begegnung. Ein Großteil der Netzwerkarbeit beinhaltet entsprechende Fachvorträge bei Veranstaltungen lokaler Netzwerke, Gremien oder einzelnen Vereinen. Diese wurden anfangs proaktiv angeschrieben. Mittlerweile grenzt die Nachfrage an den leistbaren Umfang. Die Abteilung Strategische Sozialplanung informiert hierbei aus wissenschaftlicher Sicht zum Thema Einsamkeit und verbindet sie mit den Stuttgarter Verhältnissen. Die Vorträge ermöglichen den fundierten und differenzierten Diskurs sowie die Knüpfung neuer Partnerschaften. Das Projekt hat dadurch stadtweit an Bekanntheit gewonnen.

Das gewachsene Netzwerk bleibt in Form von regelmäßigen Infomails zu aktuellen Entwicklungen zum Thema Einsamkeit sowie neuen Angeboten oder Veranstaltungshinweisen informiert. Eine besondere Bündelung stadtweiter Erfahrungen und Erzeugung politischer Aufmerksamkeit geschieht schließlich in Form von Fachkonferenzen. Die vergangene Konferenz gegen Einsamkeit vertiefte Einsamkeit als gesellschaftliche Herausforderung und diskutierte die Weiterentwicklung der Stuttgarter Strategie in fünf thematischen Foren sowie einer Podiumsdiskussion mit Vertretenden aller Gemeinderatsfraktionen.

3. **Wie wird das Projekt finanziert?** (Max. 100 Wörter)

Das Projekt umfasst aus Sicht der Finanzierung maximal eine Vollzeitstelle von drei unbefristete Vollzeitstellen-Anteilen der Abteilung sowie einen Anteil des Projektbudgets. Das Projektbudget (maximal 30.000 EUR) dient vorrangig der Öffentlichkeitsarbeit, der Netzwerkarbeit (z.B. Ausrichten der Stuttgarter Fachkonferenz gegen Einsamkeit). Die Mittel stammen aus dem kommunalen Haushalt der Landeshauptstadt auf Beschluss des Gemeinderates. Die mit der Stuttgarter Strategie gegen Einsamkeit verbundenen Angebote sind rechtlich eigenständig organisiert und finanziert. Bei Bedarf werden neue Angebote gegen Einsamkeit (wie KulTOUR-Begleiter) dabei unterstützt, Fördermittel vom Land, von Stiftungen oder Zuwendungen der Stadt zu erhalten.

4. **Setzen Sie bei Ihrem Projekt KI-Technik ein?** (Max. 100 Wörter)

Aktuell gibt es den Einsatz eines Chatbots auf der Stuttgarter Internetseite. Der Chatbot wurde hinsichtlich des Stuttgarter Engagements zu Einsamkeit trainiert. So lässt sich niederschwellig (per Chat) nach lokalen Angeboten gegen Einsamkeit, AnsprechpartnerInnen sowie nach weiteren Informationen zu Einsamkeit suchen.

Weitergehend gibt es noch keine Anwendungen von KI-basierten Technologien, das Thema wird jedoch intensiv behandelt. Aktuell wird zum Beispiel diskutiert, wie Einsamkeitsdynamiken in Stuttgart in Abhängigkeit von sozialpolitischen Maßnahmen per Computersimulationen nachgebaut werden könnten. Ein solcher, sogenannter sozialer digitaler Zwilling von Stuttgart, enthält auch Anteile des maschinellen Lernens. Damit lässt sich die KI des Simulationsmodells auf die lokalen Gegebenheiten hintrainieren.

5. **Was können andere von Ihrem Beispiel lernen?** (Max. 50 Wörter)

Die Umsetzung der Stuttgarter Strategie realisiert Handlungsansätze, wie die integrierte Planung, Sozialraumorientierung und Partizipation. Sie umfasst mehr als 400 freiwillige Netzwerkpartner. Die bundesweite Anerkennung von anderen Kommunen gründet sich darauf, dass das Stuttgarter Engagements ihre Leitziele (offen, vielfältig und vernetzt) tatsächlich umsetzt. Der strategische und gleichzeitig dynamische Charakter sind einzigartig.