

Urheberrechtliche Hinweise zur Nutzung Elektronischer Bachelor-Arbeiten

Die auf dem Dokumentenserver der Zentral- und Hochschulbibliothek Luzern (ZHB) gespeicherten und via Katalog IDS Luzern zugänglichen elektronischen Bachelor-Arbeiten der Hochschule Luzern – Soziale Arbeit dienen ausschliesslich der wissenschaftlichen und persönlichen Information.

Die öffentlich zugänglichen Dokumente (einschliesslich damit zusammenhängender Daten) sind urheberrechtlich gemäss Urheberrechtsgesetz geschützt. Rechtsinhaber ist in der Regel¹ die Hochschule Luzern – Soziale Arbeit. Der Benutzer ist für die Einhaltung der Vorschriften verantwortlich.

Die Nutzungsrechte sind:

- Sie dürfen dieses Werk vervielfältigen, verbreiten, mittels Link darauf verweisen. Nicht erlaubt ist hingegen das öffentlich zugänglich machen, z.B. dass Dritte berechtigt sind, über das Setzen eines Linkes hinaus die Bachelor-Arbeit auf der eigenen Homepage zu veröffentlichen (Online-Publikation).
- Namensnennung: Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers bzw. der Autorin/Rechteinhaberin in der von ihm/ihr festgelegten Weise nennen.
- Keine kommerzielle Nutzung. Alle Rechte zur kommerziellen Nutzung liegen bei der Hochschule Luzern – Soziale Arbeit, soweit sie von dieser nicht an den Autor bzw. die Autorin zurück übertragen wurden.
- Keine Bearbeitung. Dieses Werk darf nicht bearbeitet oder in anderer Weise verändert werden.

Allfällige abweichende oder zusätzliche Regelungen entnehmen Sie bitte dem urheberrechtlichen Hinweis in der Bachelor-Arbeit selbst. Sowohl die Hochschule Luzern – Soziale Arbeit als auch die ZHB übernehmen keine Gewähr für Richtigkeit, Aktualität und Vollständigkeit der publizierten Inhalte. Sie übernehmen keine Haftung für Schäden, welche sich aus der Verwendung der abgerufenen Informationen ergeben. Die Wiedergabe von Namen und Marken sowie die öffentlich zugänglich gemachten Dokumente berechtigen ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen und Marken im Sinne des Wettbewerbs- und Markenrechts als frei zu betrachten sind und von jedermann genutzt werden können.

Luzern, 16. Juni 2010

Hochschule Luzern
Soziale Arbeit



Dr. Walter Schmid
Rektor

¹ Ausnahmsweise überträgt die Hochschule Luzern – Soziale Arbeit das Urheberrecht an Studierende zurück. In diesem Fall ist der/die Studierende Rechtsinhaber/in.

Die Hochschule Luzern – Soziale Arbeit

empfiehlt diese Bachelor-Arbeit

besonders zur Lektüre!

Hochschule Luzern - Soziale Arbeit
Studienrichtung Soziokulturelle Animation
Bachelorarbeit
Margrit Bättig und Samuel Hasler

LET'S GET RADICAL

DER NUTZEN DES COMMUNITY ORGANIZING
FÜR DIE SOZIOKULTURELLE
ANIMATION AM BEISPIEL VON BASEL



Bachelor-Arbeit
Ausbildungsgang Soziokultur
Kurs BB/TZ 2008-2012

Margrit Bättig
Samuel Hasler

Let's get radical

**Der Nutzen des Community Organizing für die Soziokulturelle Animation
am Beispiel von Basel**

Diese Bachelor-Arbeit wurde eingereicht im August 2012 in 4 Exemplaren zur Erlangung des vom Fachhochschulrat der Hochschule Luzern ausgestellten Diploms für **Soziokulturelle Animation**.

Diese Arbeit ist Eigentum der Hochschule Luzern – Soziale Arbeit. Sie enthält die persönliche Stellungnahme des Autors/der Autorin bzw. der Autorinnen und Autoren.

Veröffentlichungen – auch auszugsweise – bedürfen der ausdrücklichen Genehmigung durch die Leitung Bachelor.

Reg. Nr.:

Vorwort der Schulleitung

Die Bachelor-Arbeit ist Bestandteil und Abschluss der beruflichen Ausbildung an der Hochschule Luzern, Soziale Arbeit. Mit dieser Arbeit zeigen die Studierenden, dass sie fähig sind, einer berufsrelevanten Fragestellung systematisch nachzugehen, Antworten zu dieser Fragestellung zu erarbeiten und die eigenen Einsichten klar darzulegen. Das während der Ausbildung erworbene Wissen setzen sie so in Konsequenzen und Schlussfolgerungen für die eigene berufliche Praxis um.

Die Bachelor-Arbeit wird in Einzel- oder Gruppenarbeit parallel zum Unterricht im Zeitraum von zehn Monaten geschrieben. Gruppendynamische Aspekte, Eigenverantwortung, Auseinandersetzung mit formalen und konkret-subjektiven Ansprüchen und Standpunkten sowie die Behauptung in stark belasteten Situationen gehören also zum Kontext der Arbeit.

Von einer gefestigten Berufsidentität aus sind die neuen Fachleute fähig, soziale Probleme als ihren Gegenstand zu beurteilen und zu bewerten. Soziokulturell-animatorisches Denken und Handeln ist vernetztes, ganzheitliches Denken und präzises, konkretes Handeln. Es ist daher nahe liegend, dass die Diplomandinnen und Diplomanden ihre Themen von verschiedenen Seiten beleuchten und betrachten, den eigenen Standpunkt klären und Stellung beziehen sowie auf der Handlungsebene Lösungsvorschläge oder Postulate formulieren.

Ihre Bachelor-Arbeit ist somit ein wichtiger Fachbeitrag an die breite thematische Entwicklung der professionellen Sozialen Arbeit im Spannungsfeld von Praxis und Wissenschaft. In diesem Sinne wünschen wir, dass die zukünftigen Soziokulturellen Animatorinnen und Animatoren mit ihrem Beitrag auf fachliches Echo stossen und ihre Anregungen und Impulse von den Fachleuten aufgenommen werden.

Luzern, im August 2012

Hochschule Luzern, Soziale Arbeit
Leitung Bachelor

ABSTRACT

Soziokulturelle Animation ist ein Berufsfeld, welchem sowohl ein grosses Potential zugeschrieben wird, das aber auch als vom Untergang bedroht angesehen werden kann. Welches der beiden Szenarien eintritt, wird sich zeigen. Möglicherweise ist es an der Zeit, dass sich die Soziokulturelle Animation mehr zutraut und sich vermehrt verantwortlich fühlt, um gewisse Veränderungen voranzutreiben. Diese qualitative Forschungsarbeit setzt sich mit der Frage auseinander, ob, und falls ja wie, das Community Organizing der Soziokulturellen Animation von Nutzen sein könnte.

Die Begründung von Community Organizing wird Saul D. Alinsky zugeordnet. Er mobilisierte in den 1930er Jahren die benachteiligten Menschen in Chicago und setzte sich mit ihnen für eine gerechtere Verteilung der Macht ein. Seine Taktiken zeigten Erfolg und seine Ideen leben bis heute weiter, in den USA aber auch in anderen Teilen der Welt. Eine Vorgehensweise, wie beispielsweise das Community Organizing oder auch die Soziokulturelle Animation, entwickelt sich immer in Verbindung mit den gegebenen Umständen vor Ort. So wird deutlich, dass es nicht möglich sein wird, ein Konzept wie das «Community Organizing» als Ganzes auf ein anderes Gebiet zu übertragen.

In fünf soziokulturellen Institutionen in Basel wurde durch Margrit Bättig und Samuel Hasler erforscht, ob bereits Haltungen und Handlungen erkennbar sind, welche mit denen des Community Organizing übereinstimmen. Daraus werden Empfehlungen für neue mögliche Handlungen abgeleitet. Die Arbeit mit dem Titel: «Let's get radical» beinhaltet die Forderung, bestimmt und ausdauernd, oder in den Worten Alinskys radikal, etwas gegen eine ungleiche Verteilung von Macht zu unternehmen.

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis	4
Vorwort der Autorenschaft	5
1. Einleitung	6-8
1.1 Ausgangslage	6
1.2 Fragestellung	7
1.3 Zielsetzung und Adressatenschaft	7
1.4 Aufbau der Arbeit	7-8
2. Theoretische und fachliche Grundlagen	9-29
2.1 Community Organizing	9
2.1.1 Saul D. Alinsky	10-16
2.1.2 Industrial Areas Foundation	16-20
2.1.3 Midwest Academy	20-22
2.1.4 Haltungs- und Handlungsrepertoire des Community Organizing	23-25
2.2 Die Soziokulturelle Animation	25
2.2.1 Überblick	25-26
2.2.2 Arbeitsfeld und Arbeitsweise der Soziokulturellen Animation	26-27
2.2.3 Projektarbeit	28
2.2.4 Bezug zum Community Organizing	29
3. Forschungsdesign	30-34
3.1 Forschungsfeld und Sampling	30
3.2 Forschungsinstrument	30-31
3.3 Entwicklung des Interviewleitfadens	32-33
3.4 Datenerhebung	33
3.5 Datenauswertung	33-34
4. Forschungsergebnisse	35-53
4.1 Ergebnisse aus den Interviews	35-48
4.2 Ergebnisse aus der Dokumentenanalyse	48-53
5. Diskussion	54-64
5.1 Forschungsergebnisse in Bezug zum Community Organizing	54-61
5.2 Forschungserkenntnisse in Bezug zur Soziokulturellen Animation	61-64
6. Schlussteil	65-71
6.1 Empfehlungen	65-68
6.2 Beispiele	68-70
6.3 Schlusswort	70-71
7. Literatur- und Quellenverzeichnis	72-73
Anhang: Interviewleitfaden	74-75

Sämtliche Kapitel wurden von Margrit Bättig und Samuel Hasler gemeinsam verfasst.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1 - Portrait: Saul D. Alinsky	10
Abbildung 2 - IAF Netzwerk	16
Abbildung 3 - Pole nach Midwest Academy	21
Abbildung 4 - Vergleichsmodell	59

VORWORT DER AUTORENSCHAFT

Wir haben uns aus verschiedenen Gründen zum Studium in Soziokultureller Animation entschieden. Doch in mindestes einem Punkt sind wir uns einig: Wir beide erhoffen uns, mit dem angeeigneten Wissen und der daraus resultierenden Arbeit etwas bewirken zu können, und so zu einer gerechteren Gesellschaft beitragen zu können.

Unter diesem Gesichtspunkt wird klar, dass wir, als im Grundstudium das erste Mal von Saul D. Alinsky und Community Organizing die Rede war, aufmerksam zuhörten. Die Methoden und die darauf basierenden Aktionen faszinierten uns. Noch mehr aber, was er damit erreichen wollte und oftmals tatsächlich erreicht hatte. Er machte sich auf den Weg zu einer gerechteren Gesellschaft, ohne sich von gesellschaftlichen Zwängen aufhalten zu lassen.

So interessierten wir uns sofort für den von Bernard Wandeler eingegebenen Themenvorschlag für eine Bachelorarbeit. Er forderte darin die Studierenden auf, der Frage nachzugehen, inwiefern das Community Organizing in der Soziokulturellen Animation in der Schweiz angewendet werden könnte. Dieser Idee ging die Überlegung voraus, ob die Soziokulturelle Animation in unserem Land nicht provokativer arbeiten kann und soll. Dies könnte, wie Bernard Wandeler uns erläuterte, am Beispiel von Saul D. Alinskys und dem von ihm geprägten Community Organizing geschehen. Seine Arbeit beinhaltete stets provokative Aktionen, die aber immer humorvoll und pazifistisch waren. Deshalb vertieften wir uns mehr in das Thema Community Organizing und befassten uns intensiv mit der Person Saul D. Alinsky. Nach dieser Auseinandersetzung war klar, dass wir eine Bachelorarbeit über dieses Thema schreiben möchten. Wir freuen uns, dass diese Arbeit nun vorliegt.

An dieser Stelle soll verschiedenen Personen gedankt werden. Allen voran Bernard Wandeler, der uns auf dieses Thema gebracht hat und uns in der ersten Phase der Arbeit unterstützt hat. Petra Benz, die uns im Unterricht das nötige Wissen vermittelt hat. Zudem forderte sie uns in den Coachings zum kritischen Hinterfragen heraus und sie verstand es, uns stets für die nächsten Schritte zu motivieren. Andreas Althaus möchten wir für das Interview und die ausgeliehene Literatur danken. Wir haben viel von seinen persönlichen Erfahrungen profitiert, welche er in Chicago gesammelt hat. Weiter möchten wir allen Interviewten danken. Ohne ihre Bereitschaft, sich auf die Gespräche einzulassen, wäre diese Forschung nicht machbar gewesen. Und zuletzt, obwohl sie bei uns an erster Stelle stehen, möchten wir uns bei allen Personen im persönlichen Umfeld bedanken, die uns immer wieder reflektierend, unterstützend und motivierend zur Seite standen und so stark zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen haben.

Margrit Bättig und Samuel Hasler, im Juli 2012

1. EINLEITUNG

In diesem Kapitel wird die Grundlage für die vorliegende Bachelorarbeit gelegt. Dabei werden die Ausgangslage, die Fragestellung, die Zielsetzung, die Adressatenschaft und der Aufbau der Arbeit beschrieben.

1.1 AUSGANGSLAGE

Die Soziokulturelle Animation, erklärt Heinz Wettstein (2010), ist ein Beruf, der sich den Gegebenheiten der Kulturen in den jeweiligen Ländern, in der sie tätig ist, anpasst. Sie entwickelt sich in anderen Worten entlang der gesellschaftlichen Veränderungen (S. 27). Dies lässt vermuten, dass die Professionellen der Soziokulturellen Animation sich auf einer konstanten Suche nach Methoden und Werkzeugen befinden, um sich diesem Wandel anzupassen. Auch Andreas Althaus und Sandra Vögeli machten sich auf diese Suche. In ihrer Bachelorarbeit «Soziokulturelle Agitation» stellten sie unter anderem fest, dass das aus den USA stammende Community Organizing theoretisch ein Werkzeug für die Soziokulturelle Animation sein könnte. Sie konnten aber auch nach intensiver Recherche keine Aktivität von Community Organizing in der Schweiz finden. Folglich wäre der nächste Schritt zu erforschen, wo und ob etwas von Community Organizing oder den Arbeitsweisen von Community Organizing in der Schweiz angewendet wird.

Community Organizing hat sich in den letzten rund 80 Jahren weiterentwickelt und von den USA auf andere Länder ausgebreitet. Die Idee von Community Organizing wird laut Karl-Klaus Rabe (2010) Saul D. Alinsky zugeschrieben. Seine Arbeit begann in den 30er Jahren des letzten Jahrhunderts, einer Zeit geprägt von der Weltwirtschaftskrise und der daraus folgenden Armut und Perspektivenlosigkeit. Alinsky ging es darum, die Bewohner und Bewohnerinnen in den Arbeitervierteln zu unterstützen und zu mobilisieren, damit sie selbst etwas gegen die vorherrschenden Missstände unternehmen konnten (S. 8f). Die Ideen und Grundsätze von Alinsky leben heute in verschiedenen Formen weiter. Hauptsächlich aber in der von ihm gegründeten Organisation «Industrial Areas Foundation» (IAF) und in verschiedenen Ausbildungsstätten wie beispielsweise der Midwest Academy in Chicago. Spuren oder Weiterentwicklungen von Community Organizing sind zum Beispiel in Irland, Kanada und Grossbritannien anzutreffen. In Deutschland und Österreich ist es vor allem in Form von Gemeinwesenarbeit und bei den Gewerkschaften vorzufinden. Im Feld der Soziokulturellen Animation in der Schweiz konnte die Autorenschaft, wie schon Althaus und Vögeli, keine entsprechenden Tätigkeiten beziehungsweise darauf hinweisende Literatur finden.

1.2 FRAGESTELLUNG

Aufgrund der beschriebenen Überlegungen zu den Themen Community Organizing und Soziokulturelle Animation, aus Gesprächen mit Dozierenden und aus einem Expertengespräch mit Andreas Althaus entschied sich die Autorenschaft, dass es sich bei dieser Arbeit um eine Forschungsarbeit handeln wird. Die Fragestellung, welche diese Arbeit beantworten wird, lautet folgendermassen:

Inwiefern kann das Community Organizing in der Soziokulturellen Animation in Basel genutzt werden?

Um dem Umfang dieser Arbeit gerecht zu werden, hat sich die Autorenschaft auf die Stadt Basel beschränkt. Wie die Autorenschaft vorgegangen ist, um diese Frage zu beantworten, wird im folgenden Punkt erläutert.

1.3 ZIELSETZUNG UND ADRESSATENSCHAFT

In der vorliegenden Arbeit sollen in einem ersten Schritt die Ursprünge sowie die Weiterentwicklungen des Community Organizing aufgezeigt werden. Der Fokus liegt dabei auf dem Community Organizing wie es Alinsky geprägt hat und wie es sich von da ausgehend weiterentwickelt hat. Im zweiten Schritt soll dargelegt werden, ob und inwiefern die Ansätze von Community Organizing in der Stadt Basel genutzt werden können.

Die vorliegende Bachelorarbeit richtet sich an alle Professionellen der Soziokulturellen Animation sowie an alle Interessierten des Community Organizing. Im Diskurs über die drei Berufsrichtungen der Sozialen Arbeit (Sozialarbeit, Sozialpädagogik, Soziokulturelle Animation) kann sie für Interessierte der Soziokulturellen Animation einen Einblick in dieses Berufsfeld bieten. Die Arbeit kann als Grundlage für weitere Arbeiten, die sich mit Community Organizing oder der Soziokulturellen Animation beschäftigen dienen oder allgemein neue Denkanstösse geben.

1.4 AUFBAU DER ARBEIT

Die vorliegende Arbeit ist in sieben Hauptkapitel gegliedert, beginnend mit der Einleitung (Kapitel 1), in der Beweggründe der Autorenschaft, die Ausgangslage, die Ziele, die Fragestellung der Arbeit sowie die Adressatenschaft beschrieben werden.

Darauf folgen die theoretischen und fachlichen Grundlagen (Kapitel 2). Darin werden die Grundlagen und Weiterentwicklungen des Community Organizing aufgezeigt. Sie werden anhand der Geschichte Alinskys und seinen Arbeitsweisen erklärt. Weiterentwicklungen folgen mit Ausführungen zu der von Alinsky gegründeten IAF und der Midwest Academy. Aus den erarbeiteten Grundlagen zu Community Organizing wird nun ein Handlungs- und Handlungsrepertoire erarbeitet und in verschiedene Themenkomplexe eingeteilt. Diese Themenkomplexe werden für die folgende Forschung verwendet. Der letzte Teil dieses Kapitels widmet sich den theoretischen und fachlichen Grundlagen der Soziokulturellen Animation.

Unter dem Titel Forschungsdesign wird aufgezeigt, wie die Forschung aufgebaut ist und die Themenkomplexe werden in einer Tabelle zusammengefasst (Kapitel 3). Es wird weiter beschrieben, wie die Datenerhebung sowie deren Auswertung geplant und durchgeführt wird.

Unter Forschungsergebnisse werden die Ergebnisse aus den Interviews und der Dokumentenanalyse dargestellt (Kapitel 4). Diese Ergebnisse werden mit Ausschnitten aus den Transkripten präsentiert. Aufgrund der Ergebnisse werden die wichtigsten Erkenntnisse herausgearbeitet.

In der Diskussion werden die Ergebnisse der Forschung mit den Themenkomplexen des Community Organizing in Verbindung gebracht (Kapitel 5). Mit den Resultaten der Diskussion folgt darauf die Auseinandersetzung mit den theoretischen und fachlichen Grundlagen der Soziokulturellen Animation.

Im Schlussteil werden aus der Diskussion und den daraus entstandenen Erkenntnissen Empfehlungen abgeleitet (Kapitel 6). Diese Empfehlungen richten sich in erster Linie an die erforschten Stellen in Basel und darüber hinaus an die gesamte Soziokulturelle Animation. Mit einem Schlusswort und einer Vision wird die Arbeit abgerundet.

Der weitere Verlauf der Arbeit widmet sich dem Quellen- und Literaturverzeichnis (Kapitel 7). Zum Schluss folgt der Anhang.

2. THEORETISCHE UND FACHLICHE GRUNDLAGEN

Bevor es möglich ist, sich ins Feld der Forschung zu begeben, braucht es eine gründliche Vorarbeit. Horst Otto Mayer (2009) beschreibt, dass man sich zuerst eine Vorstellung von den zu erforschenden Realitätsausschnitten macht. Bei dieser Auseinandersetzung geht es darum, sich ein Bild über das Forschungsthema zu machen (S.28). In diesem Kapitel wird nun ein Überblick über das Community Organizing und über die Soziokulturelle Animation gegeben.

In der vorliegenden Arbeit werden einige Wörter in der englischen Originalform übernommen. Dies, weil sie so treffender erscheinen. In der englischen Sprache werden Berufsbezeichnungen geschlechtsneutral verwendet. Um beiden Geschlechtern gerecht werden zu können, wird die Bezeichnung «Organizer» angepasst und auch in der weiblichen Form «Organizerin» verwendet. Zum besseren Verständnis wird hier noch auf eine weitere Klärung der verwendeten Begriffe eingegangen. Die Menschen, mit denen im Community Organizing oder in der Soziokulturellen Animation gearbeitet wird, werden entweder als Klientel, Zielgruppe oder als Menschen bezeichnet. Dies soll nicht zu Verwirrung führen. Der Autorenschaft erscheint es wichtig, die Begriffe so wiederzugeben, wie sie in den jeweiligen Bereichen in der Regel verwendet werden. So wird im Community Organizing eher von Menschen, in der Soziokulturellen Animation oft von der Zielgruppe und bei den Interviewten immer wieder von der Klientel gesprochen. Diese drei Begriffe meinen somit immer das Gleiche.

2.1 COMMUNITY ORGANIZING

Die Erfindung des Community Organizing wird Saul D. Alinsky zugeschrieben. Aus diesem Grund wird zu Beginn darauf eingegangen, wer Alinsky war und was ihn dazu veranlasst hatte, als Organizer tätig zu werden. Community Organizing wird heute in teilweise angepasster Form, doch immer noch geprägt von Alinsky, praktiziert. Zudem wird auf eine von Alinsky gegründete Organization eingegangen. Abschliessend wird die Midwest Academy beschrieben, ein Ort, wo sich Menschen zu Organizern und Organizerinnen ausbilden lassen können.

2.1.1 SAUL D. ALINSKY



Abb. 1: Saul D. Alinsky, gefunden am 30. Juli 2012, unter: <http://www.theblaze.com/stories/carney-asked-if-saul-alinsky-portrait-hanging-in-the-white-house/>

Über das Leben von Alinsky schreibt Nick von Hoffmann (2010) folgendes. Im Jahr 1909 wurde Alinsky geboren. Seine Eltern waren orthodoxe Juden und sehr arm. Die ersten Jahre seines Lebens verbrachte Alinsky in den Strassen eines der schlimmsten Slums von Chicago. Mit 18 Jahren begann er sein Studium, belegte Seminare in Archäologie und später in Soziologie und Kriminologie. Im Jahre 1930 verliess er die Universität mit einem Abschluss in Archäologie. Zu dieser Zeit herrschte auf Grund der Weltwirtschaftskrise eine grosse Depression und Alinsky fand keine Arbeit. Er konnte sich mit diversen Tricks über Wasser halten, indem er z.B. in den Delikatessengeschäften die angebotenen Kostproben ass. Für Alinsky völlig überraschend, wurde ihm ein Stipendium gewährt, damit er eine Doktorarbeit in Kriminologie schreiben konnte. Alinsky nahm das Angebot an, er war interessiert daran, einen Einblick in die Kriminologie zu gewinnen. Dank seiner Ausdauer und Hartnäckigkeit schaffte er es, mit der berüchtigten Bande von Al Capone in Kontakt zu kommen. Er lernte die Mitglieder kennen und studierte dabei das Leben in einer Stadt, die von einer Bande beherrscht wurde. Einige Jahre beschäftigte sich Alinsky mit dem Bandenwesen, aufgrund dessen er seine Doktorarbeit vernachlässigte und nie fertigstellte. Später fing er in einem Gefängnis als Kriminologe an zu arbeiten, aber mit der Zeit wurde er es leid, immer nur die Symptome anstatt die Ursachen zu bekämpfen. Als Gründe der Kriminalität sah er: Diskriminierung, schlechte Wohnverhältnisse, die wirtschaftliche Unsicherheit, Arbeitslosigkeit und Krankheit (S. 19ff).

Karl-Klaus Rabe veröffentlichte im Buch «Call me a Radical» im Jahre 2010 Schriften von Alinsky in einer Neuauflage. Er führt darin aus, dass Alinsky seine Arbeit im Gefängnis beendete und von da an überall dort zu finden war, wo sich etwas tat. Er sammelte Spenden und schaltete sich ein, wenn man Leute aus ihren Wohnungen werfen wollte, weil sie ihre Miete nicht bezahlen konnten. Auch bei den Streiks der Automobilarbeiter war er mit von der Partie. Bei diesen Aktionen lernte er John L. Lewis, einen Gewerkschaftsführer, kennen und schätzen. Alinsky lernte viel über das Arbeiten in einer Gewerkschaft von ihm und die beiden wurden gute Freunde. Doch soviel die beiden auch verband, Alinsky ging bald eigene Wege. Er kehrte dorthin zurück, wo er einst aufgewachsen war, in die Slums von Chicago, in das Viertel «Back of the Yards». Dort traf er auf grosse Missstände und die Stimmung war geprägt von Hoffnungslosigkeit, Enttäuschung, Apathie, Verzweiflung

und Angst. Alinsky verstand sich von nun an als Organizer. Er war davon überzeugt, dass die Leute ihre einzige Stärke, nämlich ihre Vielzahl, nutzen müssen, um etwas erreichen zu können. Das heisst, die Vielen sollen sich zusammenschliessen, sich organisieren und so Druck auf die Besitzenden ausüben. Durch dieses Organisieren blieben die Leute nicht Opfer, sondern wurden zu Handelnden. Alinsky musste zwar einige Rückschläge einstecken, doch er erreichte seine Ziele immer wieder. Er entwickelte verschiedene Organisations- und Konflikttaktiken. Er baute Ende der 30er Jahre in «Back of the Yards» eine starke Community Organization auf (S. 14ff).

Mit Hilfe dieser Organization konnte Alinsky erfolgreich materielle Verbesserungen für die Bewohner und Bewohnerinnen von «Back of the Yards» erreichen. Die Organization schaffte es, für den Ausbau der sozialen Infrastruktur zu sorgen und bewirkte so unter anderem einen Rückgang der Jugendkriminalität (S. 9).

Laut Peter Szyka (2006) lässt sich Organization nicht einfach mit dem deutschen Begriff «Organisation» übersetzen. Im amerikanischen Sprachgebrauch steht hauptsächlich die Tätigkeit des Organisierens im Vordergrund, während es im deutschen Gebrauch eher auf das Ergebnis dieser Tätigkeit hinweist (S. 177). Aus diesem Grund wird in dieser Arbeit die englische Formulierung beibehalten.

Rabe (2010) fasst zusammen, dass Alinsky das Community Organizing erfunden hat. Er hat sich nach seinem Erfolg in «Back of the Yards» immer weiter mit dem systematischen Aufbau von Organizations beschäftigt. Es ging ihm immer darum, Macht zu erlangen und die Macht an das Volk zu verteilen (S. 2). Genauer zu Alinskys Verständnis von Macht wird später im Text erläutert.

Alinsky hatte laut Rabe (2010) mit seinen Taktiken auch an anderen Orten Erfolg. Dies machte ihn zu einem von der herrschenden Gesellschaft gefürchteten Mann. Mit der Zeit erhielt Alinsky aus allen Teilen der Vereinigten Staaten Einladungen, um Organizingprozesse in Gang zu bringen. Von den Medien wurde er «führender Unruhestifter» genannt. Es kam auch immer wieder vor, dass er aufgrund seiner Aktionen für ein paar Stunden oder Tage festgenommen wurde. Diese Zeiten in der Zelle nutzte Alinsky, um seine Gedanken, Überzeugungen und Ziele auf Papier zu bringen. Er wollte aber kein Theoretiker sein. Er hatte davor gewarnt, seine Arbeitsmethoden zu kopieren und seine Schriften als Handbücher anzusehen. Es war ihm wichtig zu betonen, dass es für das Organizing keine Rezepte gibt, weil sich ein und dieselbe Situation nie wiederholt. In seinen Schriften formulierte er Regeln und Prinzipien, die ein Organizer nie missachten darf und auf die jeweilige Situation fantasievoll anwenden soll (S. 12ff).

Es existieren diverse Schriften von Alinsky. Doch laut Leo Penta (2007) ist Organizing weder eine Wissenschaft noch eine Methode, sondern eine handlungsorientierte, jedoch theoriegeleitete Praxis (S. 120).

DIE HALTUNG

In diesem Abschnitt wird darauf eingegangen, welche Haltung und Überzeugungen ein Organizer haben sollte. Alinsky (2010) sagte, dass er als Radikaler bezeichnet wurde. Für ihn war dieser Begriff eine Ehre auszeichnung. Denn Radikale seien die Menschen, die für das Recht auf Selbstbestimmung kämpfen, für die Abschaffung der Sklaverei und für alles Anständige und Lohnende. Ein Radikaler liebt die Menschen und kämpft für sie. Er will eine Welt, in der alle Menschen und ihre Werte Beachtung finden und in Würde, Sicherheit, Glück und Frieden leben können. Um dies zu erreichen, kämpfen die Radikalen für die Beseitigung verschiedenster Missstände (29f).

Das Organizing muss laut Rabe (2010) stets auf einer demokratischen Idee basieren. Es soll immer darum gehen, gemeinsam mit den Menschen für eine konkrete Veränderung und für eine offene und gerechte Gesellschaft zu kämpfen. Für Alinsky ging es darum, den Menschen die Macht, die ihnen in einer Demokratie zusteht, zurück zu geben (S.9). Ebenfalls zur Haltung rechnet Alinsky (2010), dass gewisse Begriffe in einem bestimmten Sinne verstanden werden müssen. Er legte Wert darauf, dass die treffenden Wörter benutzt werden und keine abgeschwächten Ersatzwörter. Daher lieferte er in seinen Büchern Erklärungen zum Gebrauch gewisser Wörter, welche zum Teil auch negative Bilder hervorrufen können (S.46). Die unten erklärten Wörter werden in der vorliegenden Arbeit stets im Sinne Alinskys verwendet.

MACHT

In einem Interview beschrieb Alinsky (2007) einst sein Verständnis von Macht. Für ihn gab es zwei Formen von Macht: Geld und Menschen. Da die arme Bevölkerung keine Macht in Form von Geld besitzt, sollen sie ihre Macht in Form der Menschen nutzen. Was bedeutet, dass sich die Menschen zusammenschließen und gemeinsam für ihre Interessen eintreten müssen (zit. in Leo Penta, S.27). Laut Peter Szyuka (2006) stellten für Alinsky Armut und Benachteiligung einen Mangel an Rechtsverwirklichung und einen Mangel an Macht dar (S.12). Er beschreibt weiter, dass für Alinsky Macht auch die Fähigkeit zu handeln bedeutete (S.248).

EIGENINTERESSE

Viele Menschen sind laut Alinsky (2010) der Ansicht, Eigeninteresse sei gleichbedeutend wie Selbstsucht und wecke eher negative Assoziationen. Da es einem oft als Schande erscheint, einfach aufgrund von Eigeninteresse gehandelt zu haben, wird verzweifelt versucht, das, was in unserem Interesse geschieht, mit einer moralischen Erklärung in Einklang zu bringen. Für Alinsky sind die Eigeninteressen einfach die Triebfedern des menschlichen Verhaltens und als solche gilt es, sie zu akzeptieren und zu nutzen (S.49ff).

KONFLIKT

Alinsky (2010) beschrieb die Bevölkerung als etwas, das stets auf der Suche nach Übereinstimmung und darauf bedacht ist, keinen Anstoß zu erregen. Er war der Ansicht, dass unter anderem die damalige Werbebranche dazu beigetragen hat, dass Konflikte als etwas unerwünschtes und Negatives angesehen werden und daher unbedingt vermieden werden sollten. Es wird in dieser Branche betont, wie wichtig das gute Auskommen und die Vermeidung von Spannung sei. Alinsky hingegen sah den Konflikt als einen wesentlichen Kern einer freien und offenen Gesellschaft (S.53).

BEZIEHUNGSaufbau UND ANALYSE

Da der Beziehungsaufbau im Community Organizing etwas sehr wichtiges ist, wird dieser Teil mit einem Zitat Alinskys (2007) eingeleitet: «Das Erste was man in einem Stadtteil machen muss, ist zuhören, nicht reden» (zit. in Leo Penta, 2007, S.28f).

Szyuka (2006) beschreibt Alinsky als einen Meister des qualitativen Interviews und der teilnehmenden Beobachtung. Seine Fähigkeit, Vertrauen bei der Bevölkerung zu erzeugen und tragfähige Beziehungen aufzubauen, wurde zum Ausgangspunkt von Alinskys Methode (S.169). In einem Interview wurde Alinsky gefragt, wie er es immer wieder geschafft hat, die Leute zu einem gemeinsamen Handeln zu bringen. Zunächst legte Alinsky Wert

darauf zu betonen, dass das oberste Prinzip die Selbstbestimmung sei. Das bedeutete für ihn, dass er seine Arbeit nur aufnahm, wenn dies vom entsprechenden Stadtteil erwünscht war. Weiter beschrieb Alinsky in seiner Antwort seine Vorgehensweise. Er ging immer zuerst als Beobachter in das entsprechende Viertel und wollte mit den Leuten reden, ihnen zuhören und etwas über ihre Schwierigkeiten und Einstellungen erfahren (zit. In Penta, 2007, S. 28f). Die Grundlage von jeder Organizing-Struktur ist das reale Leben der betroffenen Menschen. Alinsky (2010) wurde nicht müde zu betonen, dass man zuerst die Menschen und ihre Traditionen kennen muss, bevor man sie organisieren kann. Nur wenn dies gegeben ist, können die Menschen hinter der Idee vom Organizing stehen (S. 88). Laut Szynga (2006) war es Alinsky wichtig, zu Beginn eine gründliche Analyse durchzuführen. Neben den Interviews und Beobachtungen gehörten auch das Zusammentragen und die Sichtung aller bereits vorhandenen Daten dazu. Zur Analyse gehörte auch die Betrachtung der Machtverhältnisse, das heisst die Identifikation der mächtigen Gruppen und Personen (S. 207ff).

Erst nachdem er sich einen umfassenden Überblick verschafft hatte, ging es darum, die Vorgehensweise oder die Taktik zu bestimmen. Für Alinsky war Taktik nichts anderes als das zu tun was man kann, mit dem was man hat (zit. In Penta, 2007, S. 32). Im anschließenden Abschnitt wird genauer auf die weiteren Vorgehensweisen eingegangen.

DIE STRATEGIE

Wie oben bereits erwähnt, ist der Aufbau einer Organizing-Struktur keine Frage der Vorstellungen des Organizers. Vielmehr geht es um die betroffenen Menschen. Daher muss das Programm zur Veränderung einer unbefriedigenden Situation, davon war Alinsky (2010) überzeugt, stets von den Beteiligten selbst kommen (S. 86). Unter einer Gruppe von Menschen gibt es Personen, die als Sprachrohr betrachtet und anerkannt werden. Alinsky (2010) bezeichnete diese Menschen als Leader. Leader sind beim Aufbau einer Organizing-Struktur von grundlegender Bedeutung, denn ohne ihre Unterstützung wird kein Programm eine Chance zur erfolgreichen Umsetzung haben. Da es unmöglich ist, mit allen Menschen eines Stadtteils persönlich zu sprechen, redet man mit ihnen durch ihre Leader. Die entsprechenden Leader zu finden und zu befähigen ist also eine der wichtigsten Aufgaben, aber auch eine der schwierigsten. Durch Präsenz im Viertel und durch unendliche Geduld können sie aufgespürt werden. Wenn die Leader ausfindig gemacht wurden, geht es für den Organizer darum, mit ihnen zusammen zu arbeiten (S. 80 ff).

Das Programm für die Organizing-Struktur muss von den Beteiligten selbst kommen. Für Alinsky (2010) waren nicht die Details eines Programms zentral, viel wichtiger war ihm, das Interesse der Menschen abzuholen und sie zur Teilnahme am demokratischen Leben bewegen zu können (S. 73f). Um zu veranschaulichen wie Alinsky gearbeitet hat, folgt nun ein Beispiel einer Aktion.

BEISPIEL:

Alinsky erzählte, dass er im Jahre 1958 von einer Gruppe afroamerikanischer Führungspersonen um Hilfe gebeten wurde. Es ging darum, den Woodlawn-Bezirk in Chicago zu organisieren, ein afroamerikanisches Ghetto, in dem ähnliche Zustände herrschten wie in «Back of the Yards» in der 30er Jahren. An einem Punkt ging es darum, die Kaufhäuser dazu zu bewegen, dass sie auch Menschen aus der afroamerikanischen Bevölkerung anstellen. Einige Kaufhäuser erklärten sich dazu bereit, aber eines der grössten Häuser weigerte sich. So entwickelte Alinsky mit seinen Leuten eine geeignete Strategie für dieses Kaufhaus.

Sie beschlossen, an einem Samstag Busse zu mieten und ungefähr 3000 Afroamerikaner und Afroamerikanerinnen in dieses Kaufhaus zu bringen. Sie sollten dort den ganzen Tag verbringen, die Angebote vergleichen, den Verkaufspersonen endlose Fragen stellen und dabei immer freundlich und höflich sein. Für die weissen Kunden und Kundinnen würde das bedeuten, dass sie in ein Kaufhaus eintreten, in welchem hauptsächlich afroamerikanische Personen anwesend sein würden. Eine Stunde vor Ladenschluss sollten Afroamerikaner und Afroamerikanerinnen anfangen, alles zu kaufen und per Nachnahme liefern zu lassen. Dies würde den Lieferservice des Kaufhauses lahmlegen und wäre mit hohen Kosten verbunden, weil bei Erhalt der Ware zu Hause alle Einkäufe wieder zurückgegeben würden. Nachdem der Plan stand, liessen Alinsky und seine Leute diesen zu der Geschäftsleitung des Kaufhauses durchsickern. Das Ergebnis liess nicht lange auf sich warten. Die Geschäftsleitung nahm Kontakt mit Alinsky auf und gab allen Forderungen nach. So entstanden beinahe über Nacht fast 200 Jobs für die afroamerikanische Bevölkerung im Verkauf und auf Verwaltungsebene (zit. in Penta, 2007, S. 33f). An dieser Geschichte erkennt man einige der Grundsätze von Alinsky, wie zum Beispiel, dass die Drohung oft mehr bewirkt als die Sache selbst. Alinsky (2010) machte gutes Organizing noch an weiteren Punkten fest:

— DIE GRUNDSÄTZE VON ALINSKY

Saul D. Alinskys beschreibt seine Grundsätze (1989), oder auch Alinsky «Rulez» genannt, wie folgt.

- Macht ist nicht nur das, was du besitzt, sondern das, was dein Gegner glaubt zu wissen, was du hast.
- Verlasse niemals den Erfahrungsbereich deiner Leute.
- Wenn möglich, verlasse den Erfahrungsbereich deines Gegners.
- Zwinge den Gegner dazu, nach seinen eigenen Gesetzen zu leben.
- Spott ist die stärkste Waffe des Menschen.
- Eine gute Taktik soll deinen Leuten Spass machen.
- Eine zu schleppende Taktik macht die Leute schlapp. Menschen können nur für eine begrenzte Zeit ein kämpferisches Interesse für eine Sache entwickeln.
- Der Druck darf niemals nachlassen.
- Die Drohung hat in der Regel mehr abschreckende Wirkung als die Sache selbst.
- Die wichtigste Voraussetzung für jede Taktik ist eine Strategie, mit der ein konstanter Druck auf den Gegner ausgeübt wird.
- Wenn man etwas Negatives hart und lange genug vorantreibt, wird sein Gegenteil durchbrechen.
- Der Preis für einen erfolgreichen Angriff muss eine konstruktive Alternative sein.
- Wähle eine Zielscheibe, nagle sie fest, personalisiere sie und schiesse dich auf sie ein (S. 127ff).

DER IDEALE ORGANIZER, DIE IDEALE ORGANIZERIN

Alinsky arbeitete selber als Organizer, und seine Ideen wurden schon bald auch von anderen übernommen. Heute existieren verschiedene Ausbildungsstätten, wo man sich zum Organizer ausbilden lassen kann. Weitere Ausführungen dazu folgen im weiteren Text. Nebst den oben erwähnten Grundsätzen hatte Alinsky laut Szyka (2006) eine relativ klare Vorstellung darüber, welche Eigenschaften ein idealtypischer Organizer haben muss:

- Neugier. Es gehe darum, mit den richtigen Fragen die Menschen dazu zu bringen, sich selber zu erkennen.
- Ein Organizer sollte vom Wunsch angetrieben sein, etwas zu erschaffen.
- Respektlosigkeit. Es gehe darum, unzureichende Rationalisierungen zu durchbrechen, aber niemals darum, den Menschen respektlos gegenüber zu treten.
- Phantasie für Ideen, wie Probleme gelöst werden können.
- Sinn für Humor. Dies verleihe einem die Fähigkeit, die Dinge anders zu sehen und dies werde bei der Entwicklung erfolgreicher Taktiken benötigt.
- Eine etwas verschwommene Vision einer besseren Welt.
- Optimismus. Er soll sich eine bessere Welt vorstellen können und gleichzeitig offen für die Vorstellungen der anderen Menschen sein.
- Organized Personality, die organisierte Persönlichkeit, um in einer desorganisierten Umgebung überleben und handeln zu können.
- Unerschütterliches Selbstbewusstsein, das auch Konflikten standhalten kann.
- Einen freien und offenen Geist.
- Politische Relativität, das heisst Offenheit, Unabhängigkeit und die Fähigkeit, mit unterschiedlichen Parteien kooperieren zu können.
- Der Organizer schafft ununterbrochen Neues aus Altem (S.217ff).

Szyka (2006) führt weiter aus, dass Alinskys Prominenz in den 70er Jahren mit derjenigen von Robert Kennedy und Martin Luther King verglichen wurde. Auch heute, über 30 Jahre nach seinem Tod, ist Community Organizing noch immer ein wichtiger Bestandteil der politischen Kultur der Vereinigten Staaten. Es gibt zahlreiche Netzwerke, welche sich den Grundsätzen von Alinsky verpflichtet fühlen, allen voran die von ihm in Chicago gegründete IAF (S.79).

Alinsky wurde im Interview des Playboy (zit. in Penta, 2007) gefragt, wie er über den Tod denkt? Er gab zur Antwort, dass die Hölle für ihn der Himmel wäre. Dort könne er die Habenichtse organisieren (S.39). Alinsky starb einige Monate nach dem Interview, am 12. Juni 1972 an einem Herzinfarkt.

EXKURS

Um auf die Aktualität des Themas Community Organizing hinzuweisen, möchte die Autorenschaft kurz auf Barack Obama eingehen. Carsten Müller (2009) beschreibt in einem Artikel des Sozial Extra, dass Obama während vier Jahren als Organizer in Chicago tätig war. Sein erster Mentor Jerry Kellmann lehrte Obama nach den Grundsätzen Alinskys wie folgt: Er solle den Menschen in seinem Viertel gewissenhaft zuhören und dabei herausfinden, was das öffentliche Anliegen hinter ihren persönlichen Leiden ist. Weiter solle er die Menschen, die grosse Probleme aber keine Macht haben, an einen Tisch bringen und ihnen zu einer gemeinsamen Stimme und Selbstvertrauen verhelfen. Falls nötig solle er den Protest organisieren, aber immer die Betroffenen selbst zu Wort kommen lassen.

Die Aktualität ist, da Obama in den 80er Jahren als Organizer gearbeitet hat, noch nicht gegeben. Sie wird aber ersichtlich, wenn man den Wahlkampf Obamas betrachtet. In diesem bedient er sich Grundsätzen des Community Organizing, die er jedoch auf seinen politischen Wahlkampf angepasst hat. An dieser Stelle wurde Obama oft kritisiert, da er nicht im Sinne des Community Organizing die Menschen und deren Probleme in den Vordergrund rückte, sondern sie organisierte um sie zu seinen Wählenden zu machen (S. 6ff). Diese Kritik scheint der Autorenschaft plausibel. Stellen doch die Interessen der Menschen die Grundlage zur Themenwahl beim Community Organizing Alinskys dar. In der Folge wird deshalb darauf Wert gelegt, das diesem Punkt im Sinne Alinskys Rechnung getragen wird.

2.1.2 INDUSTRIAL AREAS FOUNDATION

Die Ideen und Grundsätze von Alinsky haben sich laut Leo Penta (2007) insbesondere durch die Gründung der IAF in der heutigen Landschaft des Community Organizing weit verbreitet. Die IAF ist eine Organisation, die mit dem Ziel gegründet wurde, das Community Organizing zu professionalisieren. Weiter sollte die IAF als Beratungs- und Koordinierungsstelle die Arbeit der Community Organizations unterstützen, die in den Ghettos der nordamerikanischen Grossstädte aktiv waren. Die IAF diene darüber hinaus dazu, Alinsky finanziell abzusichern und ihm damit zu ermöglichen, seine Methoden weiter anzuwenden und weiter zu entwickeln. Nach dem Tod von Alinsky übernahm sein langjähriger Mitarbeiter Ed Chambers die Leitung der IAF. Unter seiner Leitung wurde die IAF zum grössten nationalen Organizing-Netzwerk der USA, das nach Alinskys Methoden arbeitet (S. 40).

Irene S. Ruben und Herbert J. Ruben (2008) beschreiben die IAF als die heute älteste und grösste Organization für Community Organizing. Sie umfasst 56 Organizations in den USA und weitere in Kanada, Grossbritannien, Deutschland und Australien (S. 43f). Ed Chambers ging 2010 in den Ruhestand und übergab die Leitung der IAF an eine dreiköpfige Geschäftsleitung (<http://www.industrialareasfoundation.org/locate.html>).

Hille Richers (1996) beschreibt, dass die der IAF angehörigen Organizations als Netzwerk- und nicht als Tochterorganizations zu verstehen sind. Für das bessere Verständnis kann die Abbildung 2 beigezogen werden. Die IAF tritt als Koordinationsstelle auf und organisiert dreimal jährlich Treffen, bei denen verschiedene Organizer zusammenkommen. Diese Treffen oder auch Trainings genannt, werden immer bei einer Netzwerkorganization vor Ort abgehalten (siehe Abb. 2).

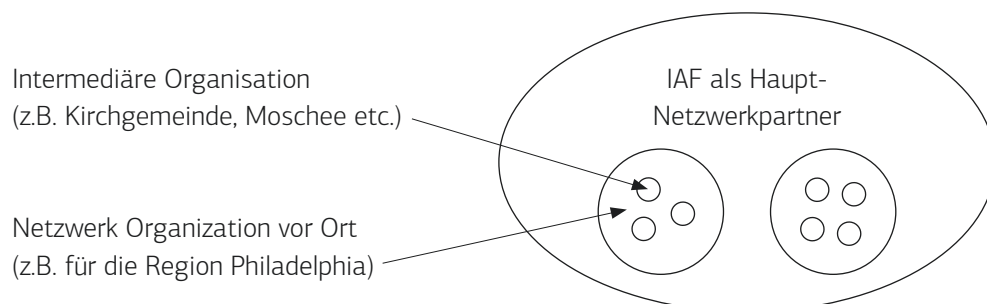


Abb.2: IAF Netzwerk/eigene Darstellung

Neben dem Austausch und den eigentlichen Trainings ist der Hauptbestandteil das Teilnehmen an einer Aktion, die von der gastgebenden Netzwerkorganisation organisiert wird (S. 67). Die IAF war und ist Initiatorin neuer Community Organizations und hat sich in den letzten rund 70 Jahren einen Namen gemacht. Oder um es mit den Worten des ehemaligen Leiters der IAF, Ed Chambers zu sagen: «We are the Mercedes Benz of Organizing» (zit. in Richers, 1996, S. 67).

Richers (1996) erklärt weiter, dass die IAF ohne eine Anfrage einer bereits bestehenden Organization (Bürger-Organization, Kirchgemeinde etc.) nicht aktiv wird. Voraussetzung für den Beginn jeglicher IAF-Aktivität ist also die Anfrage. In einigen Fällen soll es jedoch vorgekommen sein, dass sie sich eine Einladung selbst organisiert haben (S. 67).

Bevor konkrete Handlungen und Vorgehensweisen der IAF erläutert werden, soll an dieser Stelle noch auf die Vision, die Werte und die Ziele der IAF eingegangen werden. Ihre Vision ist, kurz und knapp gesagt, Demokratie zum Funktionieren zu bringen. Demokratie soll für alle Menschen zugänglich gemacht werden und sich nicht auf die Wahlen alle paar Jahre beschränken. Dies wollen sie anhand eines ideologiefreien, politischen Pragmatismus, der aktuelle Probleme angeht, erreichen. Dieser soll ermöglichen, je nach Situation zu reagieren und Menschen zu mobilisieren.

In den Werten der IAF ist der Kampf für Soziale Gerechtigkeit einer der Hauptantriebe für ihr Tun. Darunter fallen: Verwirklichung des jeweiligen Glaubens, Schaffung und Stärkung von Gemeinschaft, Einfordern von Beteiligung am öffentlichen Leben und die Stärkung der Familien und der Organizations, in denen sich Familien treffen.

Die Erlangung von Macht bzw. die Umstrukturierung von Machtverhältnissen ist traditionell nach Alinsky das Hauptziel der IAF. Sie verfolgt weiterhin die gleiche Philosophie. An dieser Stelle wird auf die Aussage von Alinsky zu den zwei Arten von Macht, die weiter oben bereits beschrieben wurde, verwiesen (S. 67f).

KONKRETE HANDLUNGEN

Der Weg zur Macht führt nach Richner (1996) auch bei der IAF über das Organisieren von sogenannten intermediären Organizations (Abb. 2). Das sind z.B. Institutionen mit verschiedenen ethnischen Hintergründen und verschiedenen Glaubensrichtungen. Es können Gewerkschaften, Nachbarschafts- oder Stadtteilgruppen, Schulen etc. sein. Also Organisationen, in denen Menschen zusammenkommen und eventuell bereits Geld haben. An dieser Stelle wird noch der Begriff Organisation verwendet, weil sie als einzelne Institutionen noch nicht organisiert sind. Aus diesen Organisationen wird in den meisten Fällen eine neue Organization gegründet, die eine der bereits erwähnten Netzwerk-Organizations der IAF darstellt (siehe Abb. 2). Der IAF ist dabei wichtig, dass möglichst viele verschiedene Organizations mit unterschiedlichen Glaubens-, ethnischen und politischen Hintergründen sowie verschiedene Wert- und Zielvorstellungen vertreten sind. Die neu gegründeten IAF-Organizations sind parteipolitisch und ideologisch unabhängig und, obwohl sie zu einem grossen Teil aus religiösen Institutionen bestehen, keiner bestimmten Religion verpflichtet (S. 68).

Wie geht die IAF nun konkret vor, wenn sie eine Anfrage einer Organization bekommen hat. Als Erstes wird abgeklärt, ob in der Organization bereits genug Geld vorhanden ist, um eine Organizerin oder einen Organizer der IAF für eine gewisse Zeit anzustellen. Im Unterschied zu Alinsky sagt die IAF nicht, dass die Arbeit der Organizer nach spätestens drei Jahren

abgeschlossen sein muss und die Organization auf eigenen Beinen stehen muss. Die IAF legt den Blick mehr in die Zukunft und will deshalb im Voraus wissen, ob das Geld vorhanden ist, oder ob es organisiert werden kann. Ist das Geld gesichert, kann mit der Arbeit begonnen werden. Zuerst geht es immer um die Durchführung von Einzelgesprächen (S. 73).

———— EINZELGESPRÄCHE

Die Einzelgespräche dienen laut Richers (1996) in erster Linie der Kontaktaufnahme mit den Menschen im Viertel oder den Mitgliedern der Mitgliedsorganizations, aber auch mit Politikerinnen und Politikern, Kirchenleuten, Vertretenden der Wirtschaft, einfach mit allen Leuten, die im Organizationprozess als nützlich erscheinen. Die Gespräche dauern in der Regel 30 bis 45 Minuten. Geübte Organizer müssen pro Woche ca. 30 dieser Gespräche durchführen. Bei einem ersten Gespräch ist das einzige Ziel, die andere Person kennenzulernen. Weiter soll man herausfinden, was die Interessen des Gegenübers sind, was unter Organizern auch Eigeninteresse genannt wird. Die Schwierigkeit bei solchen Gesprächen liegt darin, sich voll auf das Gegenüber einzulassen. Denn um eine Person kennenzulernen und deren Interessen eruieren zu können, muss man sprichwörtlich eine Zeit lang in deren Schuhen stehen.

Es geht nicht darum, herauszufinden was jemand tut, sondern zu spüren, was die Person bewegt, was ihre Einstellungen und Werthaltungen sind. Diese Informationen wird man nur bekommen, wenn man sich selbst offen zeigt und auch von sich Dinge preisgibt (S. 68ff).

———— BEZIEHUNGEN

Die Ausführungen zu den Einzelgesprächen haben verdeutlicht, dass es ohne Beziehungen nicht geht. Oder um es mit den Worten eines langjährigen Organizers, Larry Mc Neil zu sagen: «Die stärksten Organizations sind die, die eine Kultur der Beziehungen aufgebaut haben, zum einen nach innen zwischen ihren Mitgliedern und zum anderen nach aussen zwischen den verschiedenen Organizations» (zit. in Richers, 1996, S. 73).

Das Community Organizing beginnt mit dem Beziehungsaufbau in der Form der Einzelgespräche, erklärt Richers (1996) weiter. Dies ist das A und O des IAF-Organizing. Keine lauten Aktionen zu Beginn, der Aufbau ist leise. So wird schnell klar, dass kein Organizer und keine Organizerin länger als nötig im Büro bleibt. Das Büro ist lediglich die Zentrale von wo aus die Gespräche telefonisch vereinbart werden. Der Grossteil der Arbeit passiert draussen bei den Leuten. Durch die langjährige Erfahrung im Community Organizing sagt die IAF klar, dass ohne Beziehung nichts läuft. Auf jeden Fall nichts, dass von langer Dauer sein soll (S. 68ff).

———— LEADER

Ein weiteres Ziel ist die Identifikation von Leadern (Schlüsselpersonen oder Führungspersönlichkeiten), führt Richers (1996) weiter aus. Die IAF-Organization schickt in der Regel nur eine hauptamtliche Organizerin beziehungsweise einen hauptamtlichen Organizer, in Ausnahmefällen zwei. Weiter wird jemand in einer Art Praktikum ausgebildet. Nun ist klar, wenn Wert auf Beziehungen gelegt wird, können die maximal drei Personen dies nicht voll abdecken. Verstärkung wird in Form der Leader aufgeboten. Sie haben ein Netz aus Beziehungen und sind in der Lage, Menschen zu mobilisieren, um sie zum Beispiel auf Kundgebungen oder zu anderen Veranstaltungen mitzunehmen. Denn wie bereits erwähnt, wird durch Masse Macht erlangt. Nun steht die Frage im Raum, wie man zu diesen Leader gelangt. Auch hier steht wieder das Einzelgespräch

am Anfang. Wenn man mit einer Person eine Beziehung aufbaut, wird man merken, ob jemand die Motivation und das Talent hat, sich mehr für eine Sache einzusetzen. Der IAF ist bewusst, dass niemand als Leader geboren wird. Deshalb werden diese Leute zu Leadertrainings eingeladen und geschult. Sie werden in den Prinzipien des Community Organizing unterrichtet und zu nationalen IAF-Trainings geschickt. Ziel ist es, dass sie selbst Einzelgespräche führen können und wieder neue Leader hervorbringen. Dies sind oft Leute, die sich schon in Kirchengemeinden engagieren, meist Pfarrer. Es können aber auch ganz normale Leute wie eine Lehrerin, eine Mutter und Hausfrau oder ein Taxifahrer sein (S. 74). Eine weitere Aufgabe der Leader ist das Organisieren der sogenannten ›housemeetings‹. Das sind Treffen, die einmal jährlich stattfinden und von 10 bis 20 Leuten der Organization des Leaders besucht werden. Ziel dieser Treffen ist es wiederum, die aktuellen Themen, welche die Leute sowie deren Organization beschäftigen, zu eruieren. Natürlich werden an diesen Treffen auch Beziehungen vertieft und es können neue Leader gefunden werden (S. 83).

ANALYSE

Ein weiterer Punkt, den Richers (1996) beschreibt, welcher der IAF und auch schon Alinsky wichtig war, ist das Analysieren einzelner Punkte, die bei den Einzelgesprächen und den ›housemeetings‹ eruiert wurden. Hierzu werden wieder die Leader in den Prozess miteinbezogen. Sie dienen als praktische Hilfe, werden aber auch getestet, ob sie überhaupt oder immer noch als Leader geeignet sind. Dies geschieht mit neuen sowie auch den etablierten Leadern.

Die Analyse dient dazu, herauszufinden ob die Themen überhaupt bearbeitbar sind. Wo könnten Verbündete sein? Von wo aus könnte Widerstand erwartet werden? Wer von den Involvierten vertritt welche Position? Wo können kurzfristige und effektvolle Erfolge erzielt werden? Wo liegen die Stärken der Organization in diesem Thema und wo wäre ein Wachstum der Organization möglich?

Nun kommt eine neue Art der Gespräche zum Zuge. Um die oben erwähnten Fragen zu beantworten, werden die Leute, die involviert sind, besucht und ihnen die entsprechenden Fragen gestellt. Dies tun die Organizer nie alleine, sie werden stets von einem Leader oder einer Leaderin begleitet, die oder der das Gespräch im besten Fall führt. Der Analyse wird in der IAF grosse Aufmerksamkeit geschenkt, denn am Ende dieses Prozesses wird festgelegt, ob und wie das Thema angegangen wird (S. 84).

DIE AKTION

Wenn ein Thema festgelegt ist, wird laut Richers (1996) eher schnell als langsam eine Aktion geplant. Es können kleinere, aber auch mindestens eine grössere pro Jahr sein. Solche Aktionen können so vielseitig wie die zu bearbeitenden Themen und die dazugehörigen Regionen sein (S. 83ff).

Der Kern der Aktion liegt darin, wie weiter oben bei Alinsky bereits beschrieben, Macht aufzubauen. In Wilmington, der Hauptstadt von Delaware (USA), wurde als solche Aktion eine grosse Veranstaltung durchgeführt. Der Polizeichef und der Bürgermeister waren geladen und wurden von je drei Leadern einer Organization befragt. Der Veranstaltungsraum war mit 550 Leuten voll. Auch hier waren Leader verantwortlich, ihre Leute an die Versammlung mitzunehmen. Die Fragen, die den beiden Vertretern der Stadt gestellt wurden, hatten alle mit den zuvor eruierten Themen zu tun. In diesem Fall ging es unter anderem um die hohe Kriminalität in einem Stadtteil von Wilmington. Der Polizeichef wurde

gefragt, ob er sich an einem von der Organization ins Leben gerufenen Projekt gegen die Kriminalität in ebendiesem Stadtteil beteiligen wolle. Er konnte nur mit ja oder nein antworten. Aber in einem Saal mit 550 Leuten und dem Bürgermeister neben sich wäre es ungeschickt, nicht mit ja zu antworten. So wurde dem Polizeipräsidenten durch das Aufbauen von Macht in Form von vielen Leuten eine Zusage entlockt (S. 78ff).

Hier könnte der Verdacht der Nötigung oder der Manipulation aufkommen. Alinsky wurde zu diesem Thema in einem Interview, das Penta (2007) aus dem Playboy zitiert, um eine Stellungnahme gebeten. Er führte dazu aus, dass es sich um öffentlichen Druck nach demokratischer Tradition und nicht um Nötigung handle: Menschen bekämpfen keine Würde, Gleichheit oder Freiheit aus dem Akt der Nächstenliebe. Sie müssen dafür kämpfen. Die liberalen Stimmen, die nach Aussöhnung verlangen, seien unrealistisch. Aussöhnung bedeutet lediglich, wenn die eine Seite mehr Macht bekommt, dann muss sich die andere Seite damit aussöhnen. An dieser Stelle brauche es Community Organizing. Einerseits um Zugeständnisse zu bekommen, andererseits um den Druck auf die Machthabenden aufrecht zu erhalten. Dann würden sie ihre Versprechen auch einhalten (S. 34).

Nach einer Aktion folgt eine zweigeteilte Evaluation, erklärt Richers (1996). Der erste Teil findet direkt im Anschluss an die Veranstaltung statt, der zweite und ausführlichere Teil findet ein bis zwei Wochen nach der Aktion statt (S. 82).

MACHT

Die IAF behandelt laut Richers (1996) das Thema Macht analog zu Alinsky, wie weiter oben bereits beschrieben. Der einzige Zweck, den die IAF verfolgt, ist das Bündeln von Macht. Aber immer unter der Perspektive, die wir im Beispiel von Wilmington gesehen haben. Nämlich die Leute zusammenführen und auf ausgewählte Themen zu sensibilisieren (S. 70ff).

2.1.3 MIDWEST ACADEMY

In den USA gibt es neben der IAF noch andere Organizations, die Community Organizing betreiben oder Lehrgänge in Community Organizing anbieten. Eine bekannte Schule, die Community Organizing als Ausbildung anbietet, ist die Midwest Academy. Sie wurde 1973 von Heather Booth gegründet. Ihre Motivation war, die vielen Erfahrungen, die sie im Organizing der Studentenparteien und der Frauenrechtsbewegungen gemacht hat, weiterzugeben. Die Midwest Academy wurde an dieser Stelle exemplarisch ausgewählt, weil sie in der Tradition Alinskys steht. Kim Bobo, Jacky Kendall und Steve Max (2010), die das Lehrbuch für die Midwest Academy geschrieben haben, verdichten darin die «Alinsky Rules», die weiter oben bereits erläutert wurden, auf drei Schritte herunter. Diese werden im folgenden Text erläutert.

- Das Ziel beim ersten Schritt ist es, eine reale, sofortige und konkrete Verbesserung im Leben der Menschen zu erreichen (S.9).

Egal ob die Verbesserung im nationalen Gesundheitssystem, bei der Beleuchtung einer Strasse oder in einer höheren Polizeipräsenz anzustreben ist, die Ziele müssen immer auf kleine, überschaubare Teile heruntergebrochen werden. Eine Veränderung im Gesundheitssystem kann nicht von heute auf morgen geschehen. Deshalb ist es wichtig, kleine

Erfolge feiern zu können. Ohne diese kleinen Erfolge gibt es keine reale Verbesserung. Kann man aber kleine Erfolge verbuchen, gibt dies den Beteiligten immer wieder neue Motivation. Weiter geht es darum, eine Veränderung für eine Vielzahl von Menschen anzustreben. Deshalb ist es wichtig, die Probleme der Leute vor Augen zu haben (S.23f).

- Der zweite Schritt besteht darin, den Leuten einen Geschmack der eigenen Macht zu geben (S.9).

Die Midwest Academy lehrt, dass man die Macht der Menschen durch deren Zusammenschluss mobilisiert. Der Vorteil liegt darin, dass die Menschen in praktischen Situationen die Vorteile von Solidarität und Zusammenhalt kennenlernen. Das Motto ist: «selbst tun», deshalb werden auch keine Anwälte eingestellt, die für die Leute sprechen. Das tun sie selbst. Dies stärkt ihr Selbstvertrauen und gibt ihnen Mut, neue, grössere Probleme anzugehen. Gleichzeitig stärkt es die Organization, in der sie tätig sind (S.24).

- Der dritte Schritt beinhaltet, die Machtverhältnisse zu verändern (S.9).

Bildet man eine starke und lang bestehende Organization, wird man die Machtverhältnisse verändern können. Sobald eine Organization gross genug ist und sich eine Mitsprache und Mitentscheidung erkämpft hat, kann man sie nicht mehr übergehen. Bevor neue Entscheidungen getroffen werden, sollte man sie mit einbeziehen. Sie wird auch die Macht haben, neue Gesetze in die Verwaltung einzubringen und sich für diese in der Öffentlichkeit einzusetzen. Hat eine Organization diese Position erreicht, gibt es drei Möglichkeiten, um die Strukturen der Macht zu verändern:

- Die Organization weiter aufbauen, um an Einfluss zu gewinnen.
- Gesetze schaffen oder bestehende verändern.
- Leute wählen, welche die Anliegen der Organization in der Politik vertreten (S.9ff).

Diese drei Schritte zeigen, dass der Ansatz von Alinsky in den USA weiter gelebt wird. Lediglich professioneller und strukturierter.

Folgende Grafik von Hille Richers (1996) bezieht sich auf die Midwest Academy. Dabei werden im Umgang mit den Machtverhältnissen zwei Pole beschrieben. Auf der einen Seite ist die Soziale Arbeit, die die Machtverhältnisse akzeptiert. Auf der anderen Seite das Community Organizing, welches, wie schon beschrieben, versucht, die Machtverhältnisse zu ändern (S.17).

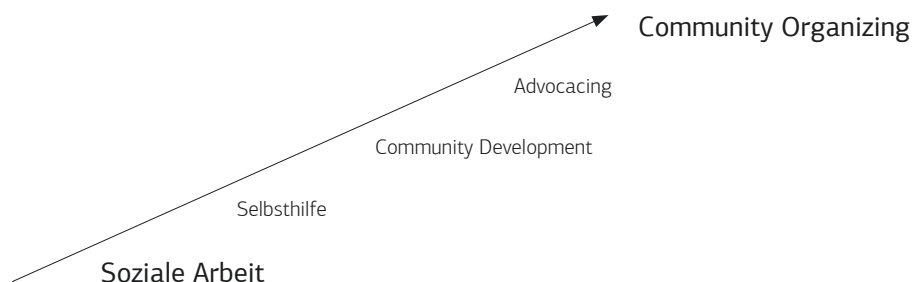


Abb. 3: Pole nach Midwest Academy

Die Autorenschaft hatte die Möglichkeit, mit einem ehemaligen Studenten der HSLU-SA, Andreas Althaus, ein Interview zu führen. Er absolvierte eine dreimonatige Ausbildung als Community Organizer an der Midwest Academy. In seinen Erzählungen über das Community Organizing in den USA hat er bestätigt, dass die Ansätze Alinskys in verschiedenen Formen anzutreffen sind. Im Speziellen hat er die drei oben beschriebenen Schritte der Midwest Academy erwähnt. Parallel zu der Ausbildung an der Midwest Academy hat er in verschiedenen Organizations mitgearbeitet. Eine davon war die «Citizen Action Illinois» in Chicago.

Er betonte, dass vor jeder Aktion eine genaue Analyse gemacht werden muss. Er nannte dazu ein Beispiel. In einem benachteiligten Viertel in Chicago sollte ein öffentliches Krankenhaus geschlossen werden. Für die Leute vor Ort hätte dies bedeutet, dass sie nun mit dem öffentlichen Verkehr mehrere Stunden bis zum nächsten Krankenhaus hätten fahren müssen, oder ins nahe gelegene Privatkrankenhaus gehen müssten. Der erste Schritt der Analyse war nun, zu überprüfen, ob die Entfernung zum öffentlichen Krankenhaus wirklich stimmte. Althaus wurde dazu aufgefordert, während verschiedenen Tageszeiten diese Strecke mit dem öffentlichen Verkehr abzufahren und danach zu berichten. Tatsächlich stellte sich heraus, dass der Weg, auch bei der kleinsten Verkehrsbelastung, mindestens zwei Stunden dauert. Die Alternative wäre ein Privatkrankenhaus vor Ort gewesen. Dieses nimmt jedoch nur beschränkt nichtversicherte Personen auf. In den USA ist es im Vergleich zur Schweiz nicht selbstverständlich, dass man krankenversichert ist. Auf viele Menschen in benachteiligten Vierteln trifft dies zu. Hier konzentrierte sich die Analyse darauf, diese Tatsache zu überprüfen. Althaus und andere Mitglieder von «Citizen Action Illinois» haben ein Gespräch mit der Leitung des Privatkrankenhauses geführt, und es hat sich bestätigt, dass sie ein Kontingent für nichtversicherte Personen haben. Bei einer allfälligen Schliessung des öffentlichen Krankenhauses würde dieses Kontingent aber bei weitem nicht ausreichen, um alle nichtversicherten Personen aufzunehmen. Warum diese genaue Analyse gemacht wurde, wird unter der Betrachtung des nächsten Schrittes klarer. Die Leader der Organization wurden nun dazu aufgefordert, ihre Leute für eine Aktion zu mobilisieren. Die Aktion bestand darin, möglichst viele Menschen in Bussen zum Regierungsgebäude zu fahren. Im Regierungsgebäude trafen sie auf die Personen, welche die Macht haben, über die Schliessung des Krankenhauses zu bestimmen. Dort nutzten sie ihr Recht, für zwei Minuten bei der Regierung vorzusprechen. Dabei schilderten sie, was es für sie bedeuten würde, wenn das Krankenhaus geschlossen würde. Dank der Analyse konnten sie nebst ihren persönlichen Wahrnehmungen auch Fakten nennen. Da die Menschen Wählende sind und die Regierung daran interessiert ist, ihre Wählerinnen und Wähler zu behalten, war es möglich, einen gewissen Druck aufzubauen.

Einer der Grundsätze des Community Organizing ist, wie schon erläutert, den Druck aufrecht zu erhalten. Die vorhin beschriebene Aktion von «Citizen Action Illinois» ist bis heute nicht abgeschlossen. Sie haben Teilerfolge erreicht, aber die Diskussionen über Sparmassnahmen seitens der Regierung sind noch nicht abgeschlossen. Darum ist es laut Althaus wichtig, dass man starke, langlebige Organizations aufbaut. So kann sichergestellt werden, dass nicht nach einem Teilerfolg Schluss ist, sondern weiterhin Druck ausgeübt werden kann (Interview vom 14. Mai 2012).

2.1.4 HALTUNGS- UND HANDLUNGSREPERTOIRE DES COMMUNITY ORGANIZING

Wie Wettstein (2010) beschreibt, entwickelt sich die Soziokulturelle Animation entlang den Gegebenheiten der Region, in der sie tätig ist (S.27). Weitere Ausführungen zu diesem Aspekt folgen weiter unten. Auch das Community Organizing, wie es in dieser Arbeit beschrieben wird, ist aufgrund der in den USA dominierenden Zustände entstanden. Vereinfacht gesagt heisst dies, Methoden oder Vorgehensweisen entwickeln sich immer passend zu der gesellschaftlichen Situation. Somit wird klar, dass es nicht möglich ist, eine Methode aus den USA als Ganzes auf die Schweiz zu übertragen. Um diesem Umstand gerecht zu werden, wird in der Folge das Community Organizing nicht als Ganzes, in sich geschlossenes Konstrukt behandelt, sondern es wird in einzelne Teile zerlegt. Die einzelnen Teilaspekte vom Community Organizing werden in der Folge noch einmal zusammenfassend dargestellt und später für die Forschung verwendet. Die Zusammenstellung erfolgt aufgrund der für die Autorenschaft wichtigsten Punkte.

HALTUNG

Die Haltung des Organizers ist zentral für die Arbeit. Das Wichtigste für Alinsky war die Liebe zu den Menschen und der Wille, das Beste für die Menschen erreichen zu können. Er war davon überzeugt, dass allen Menschen Achtung, Selbstbestimmung, Sicherheit, Würde, Frieden und Respekt zusteht. Wenn dies den Menschen nicht ermöglicht wird, so ist es die Aufgabe eines Organizers, die Menschen zu mobilisieren und mit ihnen für ihre Rechte zu kämpfen. Diese Gedanken basieren auf einer demokratischen Grundhaltung. Alinsky legte Wert darauf, dass Wörter in ihrer ursprünglichen Form verwendet werden und nicht durch Ersatzwörter beschönigt werden. Um seinen Ansatz zu verstehen, braucht es das Verständnis dafür, wie er die Wörter «Macht», «Konflikt», und «Eigeninteresse» verstanden hat. Zum besseren Verständnis wird unten im Text noch einmal darauf eingegangen. Alinsky hatte klare Vorstellungen davon, wie ein idealer Organizer sein muss. An dieser Stelle nochmals einige Attribute: Neugier, Phantasie, Sinn für Humor, Ausdauer, unerschütterliches Selbstbewusstsein sowie Optimismus und ein offener Geist. Aus seinen Grundsätzen wird auch klar, dass es Persönlichkeiten braucht, die bereit sind, Druck aufzubauen und aufrechtzuerhalten. Persönlichkeiten, die bereit sind, Drohungen auszusprechen und sich in diversen Kreisen Feinde zu schaffen.

VERSTÄNDNIS UND UMGANG MIT MACHT

Alinsky hatte ein Verständnis von Macht, das der allgemeinen Vorstellung dieses Begriffs teilweise widerspricht. Macht hatte für ihn nichts Negatives, sondern er verstand den Begriff als die Fähigkeit, handeln zu können, oder tätig zu werden. In zwei Formen ist Macht vorhanden: in Form von Geld und in Form von Menschen. Da die benachteiligten Menschen selten Macht in Form von Geld haben, war Alinsky immer bestrebt, dass sie ihre Macht in Form ihrer Vielzahl zu nutzen lernen. Alinsky war davon überzeugt, dass in einer Demokratie allen Menschen Macht zusteht, und dass es darum geht, ihnen diese Macht, sofern sie ihnen verwehrt ist, wieder zurückzugeben. Dafür gilt es immer noch zu kämpfen. Mit dem gleichen Verständnis wird noch heute an der IAF gearbeitet und an der Midwest Academy gelehrt.

— VERSTÄNDNIS UND UMGANG MIT KONFLIKTEN

Ein weiterer Begriff, dem teilweise etwas Ablehnendes anhaftet, ist Konflikt. Alinsky wehrte sich dagegen, dass propagiert wurde, es gehe stets ums harmonische Zusammenleben und um Vermeidung von Spannungen bzw. Konflikten. Für Alinsky (2010) war der Konflikt aber das Zentrale beim Organisieren der Menschen. Es war für ihn der Kern einer offenen und freien Gesellschaft (S. 51). Wie in den Beispielen sichtbar wurde, geht es immer darum, Druck aufzubauen und keine Angst vor dem Konflikt zu haben. Alinsky beschreibt einen idealen Organizer als eine Person, die Konflikte standhalten kann. Vereinfacht gesagt gehören Konflikte zum Leben, und möchte man etwas erreichen, gilt es, ihnen nicht auszuweichen.

— BEZIEHUNGSaufbau UND ERKENNUNG VON LEADERN

Einer der wichtigsten Teile des Community Organizing ist der Aufbau von Beziehungen. Es geht darum, die Menschen und ihre Anliegen kennenzulernen. Für Alinsky ging es immer darum, den Menschen zuzuhören und nicht darum, selber viel zu reden. Bevor irgendetwas erreicht werden kann, muss man die Menschen und ihre Traditionen kennen und dafür braucht es Geduld, gute Beobachtungen und viele Gespräche. Noch heute wird bei der IAF die Wichtigkeit von Gesprächen und der Beziehungspflege betont. Nebst dem Kennenlernen der Menschen dienen die Gespräche auch der Erkennung von Leadern oder Schlüsselpersonen in einem Quartier.

— SITUATIONSANALYSE

Jeder Aktion geht eine eingehende Analyse voraus. Ein Teil der Analyse besteht aus den Gesprächen sowie den Beobachtungen vor Ort, ein weiterer Teil ist die Sichtung sämtlicher Daten und Dokumente. Ebenfalls geht es darum herauszufinden, wie die Macht verteilt ist. Denn nur wenn man weiss wer die Macht hat, kann man etwas dagegen unternehmen. Bei der Analyse sollen auch Fragen nach den Möglichkeiten der Bearbeitung der Themen, des zu erwartenden Widerstandes, sowie nach möglichen Verbündeten beantwortet werden.

— MENSCHEN ALS EXPERTEN IHRER SITUATION

Die Grundlage von jeder Organizing-Struktur ist das reale Leben der Menschen vor Ort. Alinsky wehrte sich gegen Bevormundung, führt Szyuka (2006) aus. Er entwickelte ein Verfahren der Auftragsklärung, das heute in der Sozialen Arbeit allgegenwärtig ist. Für ihn waren die Menschen immer die Experten ihrer eigenen Situation (S. 12). Ebenfalls war es für Alinsky klar, dass die Menschen vor allem dann tätig werden, wenn etwas in ihrem eigenen Interesse ist. Das Eigeninteresse, die Triebfeder von jedem Handeln, soll daher immer beachtet werden. Die Eruiierung dieser Interessen gilt es während Gesprächen mit den Menschen herauszufinden.

— KONKRETE VORGEHENSWEISE

Wenn sich ein Organizer ein umfassendes Bild von den Menschen, ihren Interessen und ihrer Umgebung gemacht hat, folgt der Plan zur Änderung der Missstände. Gemeinsam mit den Betroffenen wird die Vorgehensweise erarbeitet. Wie die Midwest Academy betont, ist es wichtig, möglichst bald reale und konkrete Verbesserungen anzustreben. Dies, damit die Menschen sehen, dass Veränderungen möglich sind und ihre Interessen ernst genommen werden. In den Worten Alinskys oder heute der Midwest Academy heisst dies, die Menschen sollen einen Geschmack ihrer eigenen Macht bekommen.

VERNETZUNG

Vernetzung ist wichtig und hilfreich und muss auf verschiedenen Ebenen wie zum Beispiel im Quartier, innerhalb der Stadt oder im ganzen Land erfolgen. Auf der Ebene der zu organisierenden Menschen in einem Viertel geht es darum, die Menschen, Vereine und Kirchen zusammenzubringen oder eben zu vernetzen. Die IAF zeigt auf, wie wichtig auch die grossräumige Vernetzung ist, um bei der Änderung der Machtverhältnisse möglichst erfolgreich zu sein.

VISION

Um überhaupt als Organizer arbeiten zu können bzw. einen Organizing-Prozess in Angriff zu nehmen braucht es, wie schon erwähnt, einige Voraussetzungen auf Seiten der Organizer. Der Autorenschaft erscheint eine Aussage von Alinsky (2006) hier nochmals erwähnenswert, nämlich die «etwas verschwommene Vision einer besseren Welt» (zit. in Szyka, S. 217). Für Alinsky eine Motivation, die auch anderen Organizern helfen kann.

2.2 DIE SOZIOKULTURELLE ANIMATION

Im folgenden Kapitel soll dargestellt werden, was die Soziokulturelle Animation ist, wie gearbeitet wird und in welchen Bereichen sie tätig ist. Die Soziokulturelle Animation wird in der Schweiz als Teilbereich der Sozialen Arbeit zugeordnet. Weitere Teilbereiche sind die Sozialpädagogik und die Sozialarbeit. Eine kürzlich veröffentlichte Forschungsarbeit von Gregor Husi und Simone Villiger (2012) befasste sich mit der Differenzierung dieser drei Teilbereiche. Viele der Befragten bekannten sich offen dazu, nur wenig über das Berufsprofil und Berufsfeld der Soziokulturellen Animation zu wissen. Beim Zukunftsbild der Soziokulturellen Animation gingen die Meinungen auseinander. Einerseits wurden Zweifel an der Überlebensfähigkeit geäussert, andererseits wurde der Soziokulturellen Animation ein grosses, zum Teil brachliegendes Potential zugeschrieben (S. 139).

2.2.1 ÜBERBLICK

Heinz Moser, Emanuel Müller, Heinz Wettstein und Alex Willener, (1999) beschreiben im ersten Grundlagenbuch der Soziokulturellen Animation unsere Gesellschaft als eine, die auf die Grundwerte Freiheit des Einzelnen, demokratische Willensbildung und die Gestaltung des gemeinschaftlichen Lebens baut. Die Verwirklichung dieser Grundwerte entwickelt sich aber nicht von selbst, sondern es stellt sich die Frage, wie die Menschen dabei unterstützt und gefördert werden können. Eine Antwort darauf kann das Konzept der Soziokulturellen Animation sein (S. 9).

Das Buch von Moser et al. war das erste, welches einen Beitrag leistete, die Soziokulturelle Animation als Tätigkeitsfeld der Sozialen Arbeit in der Schweiz zu etablieren. Noch heute gibt es nicht «die Theorie» der Soziokulturellen Animation. Im Folgewerk von Herausgeber Bernard Wandeler (2010) vertreten verschiedene Autorinnen und Autoren unterschiedliche Sichtweisen und Positionen. Diese sind so vielfältig wie ihre Praxisfelder (S. 6). Wettstein (2010) beschreibt vier Gründe, welche eine Erklärung liefern, warum das «Phänomen Soziokulturelle Animation» nicht so einfach zu verorten ist:

- Die Soziokulturelle Animation ist eng mit den gesellschaftlichen Veränderungen verbunden. Wie sich eine Gesellschaft entwickelt, hat immer direkte Auswirkungen auf die

Soziokulturelle Animation. Die heutige Zeit, welche immer neue Anforderungen an die Menschen stellt, beeinflusst auch die Soziokulturelle Animation.

- Die Soziokulturelle Animation kann als eine junge Entwicklung bezeichnet werden. Sie hat noch keine Geschichte, stattdessen viele Geschichten. Es gibt Geschichten zum Begriff, zu den Institutionen, zu den Personen und zu den Aktivitäten.
- In kulturell angepasster Weise gibt es die Soziokulturelle Animation wohl auf der ganzen Welt. Die Soziokulturelle Animation ist offen für andere Strömungen, die sich an den gleichen Fixpunkten orientieren, auch wenn sie nicht den gleichen Namen haben oder aus anderen Traditionen kommen.
- Die Soziokulturelle Animation entstand immer aus der Aktion selbst und wurde nicht in einer Studierstube entwickelt. Sie hat sich wenig um Theorie oder Kategorisierungen gekümmert. Wichtig war hingegen die Orientierung an Haltungen und Handlungen.

Aufgrund dieser Erklärungen wird deutlich, dass die Soziokulturelle Animation einige Unebenheiten aufweisen darf, ja sogar aufweisen muss. Die Unebenheiten machen die Vielfalt deutlich (S.27).

Die Soziokulturelle Animation ist vielfach mit anderen Gebieten, Bereichen bzw. Methoden vernetzt: Sozialpädagogik, Sozialarbeit, Freizeitpädagogik, Gemeinwesenarbeit, Soziokulturelle Arbeit und Community Development. Wettstein (2010) geht auf die Bezüge zu den verschiedenen Bereichen ein und zeigt Unterschiede und Übereinstimmungen auf. Er kommt zum Schluss, dass die Soziokulturelle Animation in einem gesellschaftlichen Feld angesiedelt ist, in welchem sich verschiedene Vorstellungen treffen, die aber trotz ähnlichen Absichten zu unterschiedlichen Formulierungen geführt haben. Eine Vereinheitlichung der Begriffe ist daher nicht anzustreben, denn sonst müssten auch die Kulturen vereinheitlicht werden (S. 41ff).

2.2.2 ARBEITSFELD UND ARBEITSWEISE DER SOZIOKULTURELLEN ANIMATION

Aus einer Vielzahl von Definitionen und Funktionsbeschreibungen der Soziokulturellen Animation hat Wettstein (2010) einige zentrale Elemente herausgeschält, welche immer wieder vorzufinden sind. Bei allen Definitionen geht es darum, die Individuen oder Gruppen zu aktivieren. Es wird davon ausgegangen, dass die Soziokulturelle Animation den Menschen etwas bringen oder ermöglichen kann, was ohne sie nicht möglich wäre. Wichtig ist dabei immer die zugrundeliegende Analyse. Die Soziokulturelle Animation soll den Menschen helfen, gesellschaftliche Veränderung und Entwicklung zu verarbeiten und zu gestalten. Die Unterstützung soll vor allem jenen zugute kommen, die wenige Möglichkeiten haben, mit Veränderungen umzugehen und auch nicht darauf einwirken können. Also machtferne Gruppen (S. 39f).

Gabi Hangartner (2010) beschreibt weiter die zentralen Aufgaben der Soziokulturellen Animation. Animation von Gruppen ist eine Vorgehensweise, die meistens innerhalb einer Organisation geschieht. Diese Arbeit richtet sich an Individuen oder an Menschen, die sich in Form von Gruppen manifestiert haben. Aufgrund einer Idee, eines Mangels oder eines Problems kommt die Soziokulturelle Animation mit diesen Menschen in Kontakt. Umgekehrt sollen Menschen bei der Formulierung ihrer Ziele unterstützt werden. Weiter sollen sie bei ihrer (Selbst-) Organisation gefördert und begleitet werden. Dies soll unter der Beachtung und Berücksichtigung der individuellen Bedürfnisse der Menschen geschehen (S.266ff).

Laut Wettstein (2010) soll die Soziokulturelle Animation dazu beitragen, dass es den Menschen möglich wird, sich zu orientieren und das Leben aktiv mitzugestalten. Sie ist somit eine demokratiefördernde Methode. Indem die Soziokulturelle Animation transparent agiert und von den Bedürfnissen der Betroffenen ausgeht, will sie selber Demokratie vorleben (S.40).

Hangartner (2010) geht darauf ein, dass bei der Erfüllung ihrer Aufgaben sich die Soziokulturelle Animation stets in einem Spannungsfeld zwischen Ansprüchen, Anforderungen und Bedürfnissen in Bezug zu den gesellschaftlichen Sektoren befindet. Das heisst: die Wirtschaft, der Staat und auch die Zivilgesellschaft sind wichtige Einflussgrößen für die Soziokulturelle Animation, denn sie alle können zum Beispiel Geldgebende oder Auftraggebende der Soziokulturellen Animation sein. Die Arbeitsweise der Soziokulturellen Animation verändert sich, je nachdem wo die Geld- bzw. Auftraggebenden zu verorten sind. Es besteht innerhalb des Auftrages stets eine gewisse Abhängigkeit, unterschiedliche Freiheit und einen Legitimationsanspruch (S.273).

Um die Soziokulturelle Animation genauer einordnen zu können, differenziert Hangartner (2010) weiter zwischen System und Lebenswelt. Die Lebenswelt beschreibt Hangartner unter anderem als Ort der Handlung, der Verständigung, der sozialen Herkunft, der Alltagserfahrungen und der Selbstreproduktion. In Abgrenzung dazu ist das System ein Ort des strategischen Handelns, der instrumentellen Beziehungen, der Produktion und des Marktes. Zwischen diesen beiden Bereichen, in den Zwischenräumen, kommt es zur gegenseitigen Beeinflussung. Es kann zu Differenzen, Konflikten, Interpretationen und Anpassungsprozessen kommen. In diesen Zwischenräumen, auch intermediäre Ebenen genannt, kann die Soziokulturelle Animation tätig werden. Sie kann so zwischen System und Lebenswelt vermitteln. Zudem soll sie vertrauensbildend nahe bei den Zielgruppen tätig sein. Nach Marcel Spierts (2010) ist die Soziokulturelle Animation in die staatlichen Institutionen integriert, stets mit dem Auftrag, in der Lebenswelt ausserhalb dieser Institutionen tätig und wirksam zu sein. Wie schon oben ausgeführt, beschreibt auch Hangartner, im Sinne von Spierts, dass die Soziokulturelle Animation sich ständig auf die Anforderungen des gesellschaftlichen Wandels einlassen und einstellen muss (zit. in Hangartner, S.276ff).

Es gibt eine Vielzahl von weiteren Einordnungen und Beschreibungen der Soziokulturellen Animation. Sie wird beschrieben anhand ihrer Funktionen, ihrer Handlungsfelder, ihrer Positionen etc. Zudem gibt es verschiedene Modelle, welche dies veranschaulichen. Im Rahmen dieser Arbeit kann darauf nicht weiter eingegangen werden. Im Buch «Soziokulturelle Animation» von Bernard Wandeler gibt es detaillierte Erklärungen zu diesen Punkten. Folgend noch vier Prinzipien, nach denen die Soziokulturelle Animation, laut Spierts (2010), stets arbeiten sollte. Die Soziokulturelle Animation oder ihre Angebote sollten:

- nahe am Umfeld der Menschen und ihrer Lebenswelt stattfinden,
- möglichst wenig Blockaden und Hindernisse aufweisen,
- flexibel sein und sich an den Bedürfnissen orientieren,
- an den Gewohnheiten und an der Kultur der Zielgruppen anknüpfen (zit. in Hangartner, S.288f).

2.2.3 PROJEKTARBEIT

Ein wichtiges Arbeitsinstrument der Soziokulturellen Animation ist die Projektarbeit. Alex Willener (2007) beschreibt, was darunter in der Soziokulturellen Animation verstanden wird. Der Projektbegriff definiert einen abgrenzbaren Raum, sei dies z.B. zeitlich, räumlich, personell oder organisatorisch. Die Zielsetzung erfolgt aufgrund einer klaren Aufgabenstellung oder wird aufgrund eines ausgewiesenen Handlungsbedarfs abgeleitet. Bei der Realisierung eines Projektes geht es nebst der Erreichung der Ziele auch darum, Erlebnisqualität bei den Beteiligten zu ermöglichen und Lernprozesse in Gang zu bringen. Weiter wird auf Neuartigkeit der Idee, Partizipation, Bedürfnisorientierung, Vernetzung, Vielfalt der Ausdrucksformen etc. Wert gelegt. Die Erfüllung dieser Ansprüche kann aus der Projektarbeit ein anspruchsvolles, aufwändiges und manchmal auch unberechenbares Unterfangen machen (S. 12ff).

Die Durchführung eines Projektes umfasst verschiedene Schritte. Als Grundlage dient immer eine Situationsanalyse. Willener (2007) beschreibt, was darunter zu verstehen ist. Es geht darum, die Ausgangslage systematisch zu untersuchen und Zusammenhänge zu erkennen. Die Situationsanalyse dient als Grundlage für die Zielsetzung sowie die Umsetzungsstrategie (S. 143). Wenn die Basis gelegt ist, folgt die Umsetzung und die Evaluation. Auch dem Projektabschluss soll Beachtung geschenkt werden. Über das ganze Projekt gilt es zu beachten, dass die Wirkung möglichst nachhaltig ist, das heisst die Ausgangslage soll dauerhaft verändert bleiben (S. 215ff).

Für ein erfolgreiches Projekt hat Willener (2007) neun Arbeitsprinzipien definiert, welche für die Projektarbeit grundlegend sind: Empowerment, Partizipation, Kooperation und Vernetzung, Transdisziplinarität, Balance zwischen Produkt und Prozess: Das Projekt als Lernumgebung, Geschlechter-Gerechtigkeit, Gestaltung der Vielfalt, Vielfalt der Gestaltung, nachhaltige Wirkung (S. 52). Die meisten Prinzipien sind nebst der Projektarbeit allgemein in der Soziokulturellen Animation zentral. Diese Prinzipien weiter auszuführen würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Einzig auf die Partizipation wird eingegangen, da dieser Begriff sehr oft verwendet wird und eine grosse Bedeutung für die Soziokulturelle Animation hat.

Laut Hangartner (2010) geht es bei der Partizipation darum, zielgruppengerechte Beteiligungsformen zu entwickeln und anzuwenden. Um dies zu erreichen gibt es aber keine allgemeingültigen Rezepte, sondern es gilt stets aufs Neue den richtigen Weg zu finden (S. 284). Annette Hug (2007) verweist auf Maria Lüthringhaus, welche bei der Partizipation vier Stufen unterscheidet:

- Information
- Mitwirkung
- Mitentscheid
- Selbstverwaltung

Partizipation beginnt somit nicht erst bei der Mitentscheidung, sondern bereits bei der Information. Für die Soziokulturelle Animation bedeutet dies, dass man sich stets überlegen muss, welche Gruppen oder Personen auf welcher Stufe beteiligt sind (zit. in Willener, S. 64).

2.2.4 BEZUG ZUM COMMUNITY ORGANIZING

Diese Arbeit befasst sich nebst der Soziokulturellen Animation mit Community Organizing. Aus diesem Grund folgen nun erste Ausführungen zur Soziokulturellen Animation in Bezug zum Community Organizing. Hangartner (2010) beschreibt, dass die Methode des Community Organizing für die Soziokulturelle Animation interessant sein kann. Sie könnte sich Community Organizing als Handlungsoption für die Soziokulturelle Animation vorstellen, unter Anpassungen an schweizerische Verhältnisse. Sie sieht an beiden Orten die Beziehungsarbeit als die Basis allen Handelns. Weiter führt sie aus, dass beim Community Organizing die Eigeninteressen, die Motivation und die Problemsicht der Menschen in den Vordergrund treten. Nebst der Beziehungsarbeit als solche geht es auch immer darum, Menschen ausfindig machen zu können, die sich engagieren wollen und diese einzubinden. Dies alles wird beim Community Organizing gemacht, um positive Veränderungen herbeiführen zu können (S. 305f).

In ihrer Bachelor-Arbeit haben sich Andreas Althaus und Sandra Vögeli (2011) unter anderem mit dem Ansatz von Alinsky auseinandergesetzt. Sie leiten theoretisch her, inwiefern und wie sich die Soziokulturelle Animation für gesellschaftliche Veränderungen einsetzen soll und wo der Ansatz Alinskys eingesetzt werden könnte. Nach eingehender Literaturrecherche und Gesprächen sind sie zum Schluss gekommen, dass Community Organizing in der Schweiz momentan nicht oder zumindest nicht explizit zur Anwendung kommt (S. 71ff).

ZUKUNFT DER SOZIOKULTURELLEN ANIMATION

Wie oben dargestellt, schildert Wettstein ein unklares Zukunftsbild der Soziokulturellen Animation. Es wird von Krise oder gar dem Untergang der Soziokulturellen Animation gesprochen. Trotzdem wird aber auch auf die Wichtigkeit der Soziokulturellen Animation hingewiesen (S. 41).

Zum Schluss seiner Ausführungen über die Soziokulturelle Animation schliesst Wettstein (2010) wie folgt:

Was bleibt, ist der Eindruck eines schwer fassbaren Berufs, der kein klares Feld vorfindet und starke Persönlichkeiten voraussetzt (...) Diese Situation entspricht dem Inhalt der Animation; eine festgefügte Berufslandschaft würde der Animation jene Spitze nehmen, die es braucht, damit sie wirksam wird. (S. 58)

Mit den bisherigen Ausführungen sollte ein kurzer Überblick über die Soziokulturelle Animation geschaffen werden. Ob das Überleben der Soziokulturellen Animation nun tatsächlich gefährdet sein könnte oder ob es doch eher gilt, ihr Potential vermehrt auszuschöpfen, darüber kann wohl nur spekuliert werden. Die Autorenschaft sieht sich eher auf der Seite der Optimisten, was soviel heisst, dass sie an die Möglichkeiten der Soziokulturellen Animation glaubt. Im Schlussteil wird dieser Aspekt wieder aufgegriffen und vertieft.

3. FORSCHUNGSDESIGN

Nach der Einleitung und den theoretischen und fachlichen Grundlagen folgt nun das Forschungsdesign. Diese Arbeit ist darauf ausgerichtet, die zu Beginn formulierte Fragestellung beantworten zu können. Horst Otto Mayer (2009) beschreibt, dass es für eine wissenschaftliche Erkenntnisgewinnung ein systematisches Vorgehen braucht. Dies steht im Gegensatz zur Beantwortung einer Frage aufgrund von Alltagserfahrungen (S.28). Die Erkenntnisse können laut Mayer mittels einer quantitativen oder einer qualitativen Forschung generiert werden. Die Autorenschaft hat sich entschieden, ihre Fragestellung mit Hilfe einer qualitativen Forschung zu beantworten. Mayer beschreibt, dass die qualitative Forschung einen offenen Zugang zur Lebenswelt der Betroffenen liefert und dies erscheint für diese Arbeit der passende Weg zu sein (S.25). In diesem Kapitel wird nun das Vorgehen der Forschung beschrieben und begründet. Es wird dargelegt, wo und wie die Daten erhoben werden, die in einem nächsten Schritt zusammengeführt und bearbeitet werden.

3.1 FORSCHUNGSFELD UND SAMPLING

Wie aus der Fragestellung bereits ersichtlich wurde, beschränkt sich das Forschungsfeld auf die Stadt Basel. Mayer (2009) beschreibt, dass es bei einer Forschung nicht möglich ist, alle Elemente der Grundgesamtheit zu untersuchen. Aus diesem Grund gilt es, eine Auswahl für die Stichprobe zu treffen, wobei verschiedene Gesichtspunkte beachtet werden müssen. Bei der qualitativen Forschung sollen die untersuchten Subjekte für das zu erforschende Thema relevant sein. Laut Mayer gibt es zwei Typen für die Bildung der Stichprobe. Entweder die Stichprobe wird vor Beginn der Forschung festgelegt, oder sie entsteht erst während der Forschung und wird stets erweitert und ergänzt. In dieser Arbeit wurde die erste Methode angewandt. Das heisst, die Kriterien zur Stichprobe, oder anders gesagt zur Auswahl der Institutionen, wurde zu Beginn festgelegt (S.39). In Basel wurden fünf Institutionen erforscht, welche im soziokulturellen Bereich tätig sind. Der Entscheid für die Stadt Basel erfolgte aus zwei Gründen. Erstens kennt die Autorenschaft diese Stadt und einige der Institutionen. Zweitens ging es darum, die Forschung in einer grösseren Stadt durchführen zu können. Die Grösse der Stadt war insofern massgebend, als es in einer grossen Stadt eine grosse Vielfalt von Menschen und deren Problemen und somit auch vielfältige Institutionen gibt. Mit der Auswahl von den in verschiedenen Bereichen tätigen Institutionen wird ein möglichst breiter Einblick ins Feld der Soziokulturellen Animation angestrebt.

3.2 ERHEBUNGSINSTRUMENT

Laut Mayer (2009) können bei der qualitativen Forschung die Daten mit Hilfe von Erzählungen oder Leitfadeninterviews gewonnen werden. Da es in dieser Arbeit darum ging, konkrete Aussagen zu bestimmten Themen zu bekommen, war das Leitfadeninterview das geeignete Mittel. Kennzeichnend für diese Art der Interviews sind die offen formulierten Fragen. Wenn der Leitfaden konsequent eingesetzt wird, ermöglicht dies eine Vergleichbarkeit der Daten und die Daten gewinnen dadurch eine Struktur. Das Interview muss nicht strikt nach der festgelegten Reihenfolge verlaufen. Der Leitfaden dient als Orientierung und soll den Befragenden helfen, dass keine wesentlichen Aspekte der Forschungsfrage übersehen werden. Wichtig ist, dass während dem Interview nicht starr an den Fragen festgehalten wird, sondern die nötige Offenheit gewährt wird. Der Leitfaden

wird auch in einer Steuerungsfunktion benutzt. Das heisst, die Themen sollen eingegrenzt und unergiebig Themen ausgelassen werden.

Eine besondere Form des Leitfadenterviews ist das Experteninterview. In dieser Form ist die befragte Person in ihrer Funktion als Experte oder als Expertin für ein bestimmtes Feld interessant. Als Experte oder Expertin gilt eine Person, wenn sie auf einem für die Forschung relevantem Gebiet über Wissen verfügt. Die befragte Person mit ihrem spezifischen Wissen wird als Repräsentant oder Repräsentantin einer Gruppe in die Forschung einbezogen (S. 37ff). In dieser Forschung könnten somit die Interviews auch als Experteninterviews bezeichnet werden. Die Interviewten sind in ihrem Aufgabengebiet Experten und diesbezüglich werden sie befragt. Im ersten Teil dieser Arbeit wurde bereits auf ein Interview hingewiesen, welches im Vorfeld zur Forschung geführt wurde. Dieses wurde als Experteninterview bezeichnet, da die Person über theoretisches Wissen und Erfahrungen zu Community Organizing verfügt. Zum besseren Verständnis werden in der Folge die Personen, welche im Rahmen der Forschung befragt wurden, als Interviewte bezeichnet.

Die Autorenschaft will nebst den Interviews auch die Dokumente der entsprechenden Stellen analysieren. Dies, um möglichst reichhaltige Informationen generieren zu können. Das erscheint sinnvoll, da davon auszugehen ist, dass die Dokumente ebenfalls Aufschluss über Haltungen geben können und die Art, wie gearbeitet wird.

3.3 ENTWICKLUNG DES INTERVIEWLEITFADENS

Aufgrund der im Kapitel zwei erarbeiteten Zusammenstellung des Haltungs- und Handlungsrepertoires des Community Organizing wurde der Leitfaden für die Interviews erstellt. In der Folge werden die Punkte der Zusammenstellung als Themenkomplexe bezeichnet. Die untenstehende Tabelle gibt eine Übersicht über diese und die dazugehörigen Fragen.

Themenkomplex	Fragenkomplex
1. Haltung	- Erforderliche bzw. förderliche Haltung
2. Verständnis & Umgang mit Macht	- Machtverhältnisse akzeptieren oder verändern - Erfahrungen
3. Verständnis & Umgang mit Konflikten	- Umgang mit Widerstand - Konsens vs. Konfrontation
4. Beziehungsaufbau & Erkennung von Leadern	- Stellenwert - Art des Beziehungsaufbaus - Zweck des Beziehungsaufbaus - Zusammenarbeit mit Leadern/ Schlüsselpersonen
5. Menschen als Experten ihrer Situation	- Bedürfnisorientierung - Wer entscheidet, was angegangen wird - Eigeninteresse
6. Situationsanalyse	- Analyse ja/nein - Stellenwert der Analyse - Zeitpunkt der Analyse
7. Konkrete Vorgehensweise	- Bearbeitung der Themen/Probleme - Ablauf der Bearbeitung der Themen/ Probleme
8. Vernetzung	- Umgang - Erfahrungen - Stellenwert
9. Vision	- Vision vorhanden - Bewusstsein über Vision - Stellenwert
10. Vorwissen zu Community Organizing	- Wissen

Tabelle 1: Themenkomplexe

Die Themenkomplexe eins bis neun wurden um das Thema «Vorwissen zu Community Organizing» erweitert. Unter diesem Punkt soll erfragt werden, was die Interviewpartner vor dem Interview bereits über Community Organizing wissen. Dies schien der Autorenschaft wichtig. Denn je nach Vorwissen der Interviewten müssten später die gegebenen Antworten allenfalls anders interpretiert werden. Falls also die Interviewpartner wissen, dass es in den Fragen um Community Organizing geht und sie entsprechendes Wissen zu Community Organizing haben, besteht die Gefahr, dass die Antworten bereits mit Blick auf das Community Organizing gegeben werden. Dieser Aspekt müsste von der Autorenschaft bei der Auswertung der Interviews berücksichtigt werden. Nachdem geklärt ist, wo und mit welchen Hilfsmitteln die Forschung durchgeführt wird, kann nun noch genauer auf den Ablauf der Interviews und anschliessend auf deren Auswertung eingegangen werden.

3.4 DATENERHEBUNG

Die zu befragenden Personen wurden per Mail vorinformiert und anschliessend telefonisch kontaktiert. Wenn die kontaktierten Personen sich für ein Interview bereit erklärten, wurde ein Termin vereinbart. Die Interviews fanden an den jeweiligen Stellen in Basel statt. Um sich möglichst gut auf die Interviewten einlassen zu können, wurden die Gespräche aufgenommen. Dies empfiehlt auch Mayer (2009). Er nennt die Aufnahme als Voraussetzung, um den Interviewleitfaden flexibel handhaben zu können. Diese Flexibilität ist nötig, damit der Interviewer oder die Interviewerin während des Gesprächs entscheiden kann, wo nachgefragt werden muss und welche Fragen ausreichend beantwortet sind (S. 47). Zu Beginn wurde bei den Interviewten stets die Erlaubnis zur Aufnahme des Gesprächs eingeholt. Alle Interviews wurden von der Autorenschaft gemeinsam geführt, wobei immer eine Person durch das Gespräch führte. Die andere Person stellte bei Bedarf zusätzliche Fragen. Die Gesprächsdauer betrug jeweils rund 60 Minuten. Die Dokumente der Stellen wurden entweder von den entsprechenden Homepages entnommen oder sie wurden der Autorenschaft an den Interviews ausgehändigt.

3.5 DATENAUSWERTUNG

Bevor die Gespräche ausgewertet werden konnten, wurden sie entsprechend aufbereitet. Das heisst, die Aufnahmen wurden in Form von Transkripten niedergeschrieben. Die Transkripte wurden dann anhand des sechsstufigen Verfahrens nach Claus Mühlefeld (2009) ausgewertet (zit. in Mayer, S. 48ff). Nachstehend werden die sechs Stufen vorgestellt und anschliessend folgen Erläuterungen zu den Stufen zwei und sechs.

Stufe eins

In den Transkripten werden alle Textstellen markiert, die auf den ersten Blick Antworten auf Fragen des Leitfadens sind.

Stufe zwei

Nun geht es darum, den Text zu zerlegen. Der Text wird in das bereits vorliegende Kategorienschema eingeordnet. Nebst der Einordnung besteht die Möglichkeit, das Schema auch zu erweitern.

Stufe drei

Zwischen den Einzelinformationen wird nun eine innere Logik hergestellt. Es werden dabei Gemeinsamkeiten und auch sich widersprechende Informationen beachtet.

Stufe vier

Diese innere Logik gilt es nun zu verschriftlichen. Die Zuordnung wird weiter differenziert und auch präzisiert.

Stufe fünf

Es erfolgt nun die Erstellung der Auswertung mit Text- und Interviewausschnitten. Beim wiederholten Durchlesen wird nun diese Auswertung mit dem transkribierten Text verglichen.

Stufe sechs

Am Schluss steht das Ziel, die Auswertung in geeigneter Form darzustellen. Diese Darstellung enthält keine weiteren Interpretationen mehr (S.48ff).

Mit den Dokumenten wurde ähnlich vorgegangen wie mit den Transkripten. Beim Durchlesen interessierten die gleichen Themenkomplexe wie bei den Interviews. Die entsprechenden Hinweise wurden ebenfalls den entsprechenden Themen zugeordnet.

Bei der Stufe zwei wird vom Kategorienschema gesprochen. In dieser Arbeit ist das Kategorienschema analog der Themenkomplexe, die weiter oben im Text dargestellt sind. Anhand dieser Themenkomplexe wurden die wichtigen Textstellen herausgearbeitet und zugeordnet. Die Themenkomplexe wurden während der Auswertung um den Punkt ›Administration‹ erweitert. Diese Erweiterung erschien sinnvoll, da auf die administrativen Tätigkeiten und die Zeit, die dafür verwendet wird, in den Interviews mehrfach eingegangen wurde.

Die Stufe sechs fordert eine passende Darstellung der Auswertung. Im nächsten Kapitel folgt diese Darstellung der Auswertung der Interviews sowie der Dokumente. Zur Veranschaulichung werden die Ergebnisse jeweils mit Ausschnitten aus den Interviews ergänzt. Um den roten Faden der Themenkomplexe weiter zu verfolgen, orientiert sich die Darstellung wiederum an dieser Einteilung.

4. FORSCHUNGSERGEBNISSE

Die ausgewerteten Daten aus den Interviews und der Dokumentenanalyse werden nun dargestellt und beschrieben. Die Unterteilung erfolgt aufgrund der erfragten Themenkomplexe (siehe Tab. 1), wie im vorherigen Kapitel erläutert. Einige Zitate aus den Transkripten unterstreichen jeweils die Auswertungen. Die Anzahl der Interviewausschnitte hat nicht in jedem Fall einen direkten Zusammenhang mit der erwähnten Anzahl der entsprechenden Nennungen in den Interviews. Massgebend sind somit immer die Erläuterungen zu den einzelnen Themenkomplexen. Die Interviewausschnitte dienen der Veranschaulichung.

In einem Fazit werden die wesentlichen Ergebnisse jeweils kurz zusammengefasst. Zuerst werden die Ergebnisse der Interviews und anschliessend die Ergebnisse aus der Dokumentenanalyse dargestellt. Zusammengefasst werden die Ergebnisse der beiden Analysen jeweils am Ende in einer Tabelle.

4.1 ERGEBNISSE AUS DEN INTERVIEWS

HALTUNG

Unter diesem Punkt wurde ermittelt, welche Haltung die Interviewten bezüglich ihrer Arbeit haben. Oder anders gesagt, welche Haltung in ihrem Berufsalltag erforderlich ist. Es ist der Autorenschaft klar, dass der Begriff ‚Haltung‘ auf verschiedene Art und Weise interpretiert werden kann. Es wird darauf verzichtet, den Begriff zu definieren und er wird in der Folge so dargestellt, wie ihn die Interviewten verwendet haben. Soweit wie möglich werden die Aussagen zusammengefasst. Da der Begriff ein breites Spektrum von möglichen Perspektiven zulässt, können viele Aussagen nicht gemeinsam dargestellt werden und werden somit einzeln beschrieben.

Menschen gern haben:

Aus zwei Interviews geht hervor, dass es als Basis für die Arbeit gesehen wird, die Menschen gern zu haben. Auch ist es wichtig, dass man gerne mit ihnen zusammenarbeitet.

Interview 2: ... menschenfreundliche Person (...) das braucht es auch. (...) Aber das ‚Gutmenschgen‘ das haben nicht alle. Wenn du das nicht hast und selber erzwingen musst, wird diese Arbeit extrem schwer.

Interview 5: ... Menschen gern haben (...), dass du wirklich Spass an den Verschiedenen hast.

Offenheit:

Drei der interviewten Personen betonten die Wichtigkeit einer offenen Haltung. Es ging ihnen darum, offen und unvoreingenommen für alle Menschen zu sein. Ebenso wurde genannt, dass es Offenheit und die Bereitschaft braucht, immer wieder neu anzufangen und den Menschen eine Chance zu geben.

Interview 3: ... das war uns ein wichtiges Anliegen, nicht einfach für die oder die, sondern für alle.

Interview 4: ... immer wieder neu anfangen, den Jugendlichen wie neu kennenlernen. (...) immer wieder neu die Chance geben ...

Interview 5: Man muss alle Leute und alle Anliegen ernst nehmen.

Transparenz:

Zweimal wurde erwähnt, wie wichtig Transparenz ist. Es wurde darauf eingegangen, dass eine transparente Haltung benötigt wird, damit alle Beteiligten den gleichen Informationsstand haben und klar ist, woran und wie gearbeitet wird.

Interview 3: ... sehr wichtig, dass dies transparent ist. (...) jetzt eben transparent, damit niemand riesen Informationsvorsprünge hat ...

Interview 5: ... nicht hinterrum arbeitet, ich bin sehr transparent ...

Im Folgenden werden Einzelnennungen bezüglich der Haltung dargestellt.

Klarheit:

Es wurde erläutert, dass es im Umgang mit allen Menschen eine klare Haltung und eine klare Meinungsvertretung braucht.

Interview 4: ... eine klare Haltung haben, klare Message ...

Respekt:

Dieser Punkt wurde im Zusammenhang mit dem Ort erwähnt, an welchem die Kontaktaufnahme mit der Klientel geschieht.

Interview 1: ... Respekt vor dem Raum, den sie sich angeeignet haben ...

Solidarität:

Eine solidarische Haltung wurde hier als Grundlage für die Arbeit mit anderen Menschen angesehen.

Interview 3: ... unsere Haltung war immer die Solidarität ...

Flexibilität:

In einem Arbeitsgebiet, in welchem man mit unterschiedlichen Menschen und deren Bedürfnissen zu tun hat, benötigt man laut einer interviewten Person, ein hohes Mass an Flexibilität.

Interview 4: Also Flexibilität ist wirklich ein Zauberwort.

Fazit:

Wie einleitend bereits erwähnt, ist es nicht möglich, alle Einzelaussagen bezüglich der Haltung auf einige wenige Nenner zu bringen. Mehrfach wurde erwähnt, dass es eine offene und unvoreingenommene Haltung braucht. In eine ähnliche Richtung gehen die Äusserungen, dass es wichtig ist, alle Menschen gern zu haben. Weiter wurden genannt: Transparenz, Klarheit, Respekt, Solidarität und Flexibilität.

VERSTÄNDNIS UND UMGANG MIT MACHT

Der Autorenschaft erscheint es wichtig, hier nochmals darauf hinzuweisen, dass der Begriff «Macht» stets im Sinne Alinskys gebraucht wird, wie er im Kapitel «theoretische und fachliche Grundlagen» eingeführt wurde. Da in unserem Sprachgebrauch der Begriff «Macht» zum Teil negativ behaftet ist, wurde in den Interviews nicht von Macht oder Machtverhältnissen gesprochen. Die Interviewten wurden an das Thema mit Fragen nach ihrem Verständnis von Gerechtigkeit beziehungsweise Ungerechtigkeit und unbefriedigten Bedürfnissen der Klientel herangeführt. Weiter wurde erfragt, ob die Notwendigkeit gesehen wird, gegen allfällige Ungerechtigkeiten oder unbefriedigte Bedürfnisse etwas zu unternehmen. Ebenfalls interessierte die Frage, ob man sich zuständig fühlt, sich für Veränderungen einzusetzen. Alle Interviewten haben diese Fragen ausführlich beantwortet. Die Antworten lassen sich in drei Bereiche zusammenfassen: «Ungleiche Verteilung von Macht», «Umgang mit ungleicher Machtverteilung» und «Einschätzung der Interventionsmöglichkeiten».

Ungleiche Verteilung von Macht:

Vier der Interviewten legten dar, dass sie an ihrer Stelle mit Menschen arbeiten, die unbefriedigte Bedürfnisse haben oder Ungerechtigkeiten der Gesellschaft zu tragen haben. Bei einem Interview wurde erklärt, dass es aufgrund von diesem Umstand immer wieder zu Interessenskonflikten kommen kann.

Interview 1: eine Ungerechtigkeit auf dem Wohnungsmarkt (...) ganz generell die Verteilungsfrage (...) dann ist ja schon eine gewisse Ungleichheit drin. Unsere Arbeit ist eigentlich nur eine Folge von Ungerechtigkeit.

Interview 2: Das sind dann immer diese Interessenkonflikte, die wir halt haben.

Interview 4: Also ich denke, wenn die Jugendlichen (...) ein Umfeld hätten, das sie stärken würde, dann bräuchte es mich eigentlich nicht.

Umgang mit ungleicher Machtverteilung:

Alle Interviewten beurteilten es als notwendig, dass gegen vorhandene Ungerechtigkeiten etwas unternommen wird. Vier der Interviewten sahen sich beziehungsweise ihre Stelle als zuständig dafür.

Interview 1: ... also das ist klar ein Teil meiner Arbeit ... dass wir auch diese Aufgabe haben, also nicht für uns aber für unser Klientel ...

Interview 2: Was wir machen können, ist natürlich immer wieder Aufmerksamkeit (...) Leute darauf ansprechen, bei den Behörden das Thema aufwerfen.

Interview 3: ... gegen das poltern wir ganz heftig, Bildung für alle.

Interview 5: ... und da kämpft man auf verschiedenen Ebenen.

Einschätzung der Interventionsmöglichkeiten:

Die Interviewten schätzten ihre Möglichkeiten, etwas gegen die ungleiche Machtverteilung zu unternehmen, unterschiedlich ein. Die meisten äusserten diesbezüglich, dass es eher schwierig und zeitaufwändig ist, etwas zu erreichen.

Interview 1: ... immer auch ein wenig frustrierend, weil der Erfolg nicht so riesig ist (...) ich denke, ja ja ich bin relativ pessimistisch ...

Interview 2: ... und dort muss man irgendwann mal eingestehen und sagen gut, es geht nicht.

Interview 2: Das ist so hoch oben, da kannst du zwar sagen, es gibt die, die unterdrückt werden, aber das muss man halt dann akzeptieren.

Interview 4: ... es wäre ein hartes Stück Arbeit und ich denke das bräuchte viel Zeit ...

Interview 5: Also es gibt Grenzen, die man nicht vermitteln kann.

Bei drei der Interviewten kam heraus, dass es stets darum geht zu beurteilen, ob und wo etwas unternommen werden kann. Es wurde dabei deutlich, dass es darum geht abzuwägen, wie gross die Erfolgsaussichten sind, gegen wen sich die Intervention richtet und ob ein entsprechender Auftrag vorhanden ist.

Interview 2: ... nein, das geht nicht mehr, weil wir uns selber mehr Steine in den Weg gelegt hätten (...) als dass es für die Quartierbevölkerung wirklich etwas gebracht hätte.

Interview 2: Ich merkte einfach, dass der Druck so wahnsinnig hoch ist vom Gegeninteresse, (...) das wir hier keine Ansprüche stellen konnten. (...) ich bin zu wenig am Machthebel.

Interview 4: Also ich würde es gerne machen (...) ich habe keinen Auftrag von der Gemeinde. (...) es gibt Prioritäten die man setzen muss.

Interview 5: Wir sind nicht für das angestellt, wir haben das Geld für jenes, (...) wir haben tolle Methoden, wir haben tolle Instrumente (...) aber du musst einen Träger haben, der das möchte.

Zweimal wurde erwähnt, dass an die Interviewten die Erwartung gestellt wird, ihren Standpunkt zu vertreten und dass es darum geht, mit Meinungsverschiedenheiten umgehen zu können.

Interview 1: Klar sind wir auch subventioniert, aber wir dürfen offen und (...) ein wenig von uns erwartet, dass wir den Mund aufmachen.

Interview 5: Mit solchen Unstimmigkeiten können wir schon leben. Sollen wir auch leben.

Fazit:

Grundsätzlich herrschte in den Interviews die Meinung vor, dass die Klientel oft oder immer wieder damit konfrontiert ist, wenig oder keine Macht zu besitzen. Es waren alle der Meinung, dass etwas unternommen werden sollte, falls Ungerechtigkeiten vorhanden sind. Bei allfälligen Interventionen gilt es, die Zeitressourcen, die Erfolgsaussichten und die Interessen der Geldgeber zu berücksichtigen. Allgemein werden Interventionen im Hinblick auf Machtveränderungen als schwierig eingeschätzt.

VERSTÄNDNIS UND UMGANG MIT KONFLIKTEN

Bei diesem Punkt ging es darum, in Erfahrung zu bringen, wie die Interviewten damit umgehen, wenn sie auf Widerstand stossen. Weiter wurde der Frage nachgegangen, ob bei Auseinandersetzungen Konsenslösungen angestrebt werden oder inwiefern der Vorteil eher bei Konfrontationen gesehen wird. Bei den Antworten lassen sich zwei Richtungen unterscheiden: «Konfrontation» und «Bewusstsein schaffen und vermitteln».

Konfrontation:

Insgesamt nannten alle Interviewten, dass ein Weg über eine Konfrontation viel bewirken kann. Einige äusserten, dass nur dieser Weg zum gewünschten Erfolg führt. Wie die Konfrontationen konkret aussehen, blieb unklar.

Interview 1: ... oder auf die Barrikaden (...) ich habe leider immer weniger Glauben an Konsens.

Interview 3: Also ohne Konfrontation passiert gar nichts.

Interview 5: ... ich bin sehr konfrontativ (...) also Konsens braucht es nicht unbedingt (...) ich glaube, dass das Andere viel mehr belebt.

Bewusstsein schaffen und vermitteln:

Auch wenn teils ein direkt konfrontativer Weg gewählt wird, so wird betont, dass oft Lösungen angestrebt werden, die für alle tragbar sind. Häufig führt dieser Weg darüber, gewisse Dinge immer wieder zu benennen, Bewusstsein zu schaffen und zu vermitteln. Vier der Interviewten machten Aussagen, die sich diesem Punkt zuordnen lassen.

Interview 1: ... aus unserer Sicht zu sagen was die Dinge sind (...) quasi das Bewusstsein schaffen ...

Interview 2: ... was wir machen können, ist natürlich immer wieder Aufmerksamkeit, Leute darauf ansprechen ...

Interview 4: Dass ich immer wieder das Gleiche sage (...) beharrlich sein, Gewisse wollen es einfach nicht begreifen.

Interview 5: Also normalerweise schalten wir uns ein und versuchen einen runden Tisch einzuberufen.

Fazit:

Aufgrund der Ausführungen lässt sich sagen, dass die Interviewten je nach Situation anders vorgehen. Es braucht ein Bewusstsein dafür, was die verschiedenen Vorgehensweisen auslösen können und auf welchem Weg mehr Erfolge erzielt werden können. Die Interviewten nannten einerseits, dass Konfrontation ein guter Weg ist, andererseits wurde bei den Ausführungen deutlich, dass mehrheitlich Vorgehensweisen beschrieben werden, die zeigen, dass es viel Vermittlung und dabei auch Geduld braucht.

BEZIEHUNGSaufbau UND ERKENNUNG VON LEADERN

Zu den Fragen zum Beziehungsaufbau und der Erkennung der Leader gaben die Interviewten ausführliche Antworten. Darin sind zwei Richtungen zu unterscheiden. Die eine ist die allgemeine Beziehungsarbeit und die andere das Identifizieren der Leader. Beide Richtungen wurden anhand des Leitfadenterviews ermittelt. Die Beziehungsarbeit stellt eine zentrale Rolle in der Arbeit der Interviewten dar. Das Identifizieren der Leader kommt fast gar nicht zur Sprache. Zum Beziehungsaufbau wurden verschiedene Themen angesprochen: «Beziehungsaufbau als Hauptaufgabe», «Beziehungsaufbau als Arbeitsgrundlage», «Niederschwelligkeit beim Beziehungsaufbau», «Arbeiten mit Leadern».

Beziehungsaufbau als Hauptaufgabe:

Auf die Fragen, die auf den Themenkomplex des Beziehungsaufbaus ausgerichtet sind, konnte bei vier Interviewten die Notwendigkeit der Beziehungsarbeit festgestellt werden. Somit wurde klar, dass bei der Arbeit mit Menschen dem Aufbau und der Pflege der Beziehung eine zentrale Rolle zugeschrieben wird.

Interview 1: ... die Hauptaufgabe die wir haben, ist unterwegs zu sein. (...), Kontakt und Beziehung zu pflegen.

Interview 2: ... es beschäftigt uns auch am meisten. Die Arbeit mit den Leuten, Beziehung aufbauen. Einfach gesagt, Beziehung aufbauen. Das ist etwas, das wir hier tun.

Interview 3: Beziehungsarbeit, ich denke das ist für mich wie ein Arbeitsprinzip, es geht in alle Bereiche hinein, ...

Interview 5: ..., das kann man nur über Beziehungsarbeit verbessern.

Das machst du nur über Beziehung, (...) und das musst du aber aufbauen. Das ist eine riesen Arbeit.

Beziehungsaufbau als Arbeitsgrundlage:

Der Beziehungsaufbau wird hier weiter präzisiert. Der Aufbau der Beziehung wird als Basis für die weitere Arbeit gesehen.

Interview 1: ... an der Beziehung arbeiten um zu ermöglichen, dass sie dann zu mir kommen wenn sie Hilfe brauchen.

Interview 2: ... miteinander reden. Dann entstehen die Kontakte und dann wird es vielleicht ein wenig persönlicher.

Interview 4: Beziehungsarbeit (...) bin ich darauf angewiesen auf Vertrauen, auf Offenheit, dass ich Kommunizieren kann, ...

Interview 5: ..., es dient dem Verfahren und ich denke, das kann man über Vertrauen und Beziehungsarbeit verbessern.

Niederschwelligkeit beim Beziehungsaufbau:

Bei vier Interviewten war zu erkennen, dass die Niederschwelligkeit beim Beziehungsaufbau eine grosse Rolle spielt. Dieser Aspekt kommt durch die Arbeitsweisen der Interviewpartner gut zum Ausdruck. Die Niederschwelligkeit ist dabei in vielen Ausprägungen anzutreffen. Die Rede ist von präsent sein, in erster Linie als Gastgeber aufzutreten oder sich für Gespräche anzubieten, sich aber nicht aufzudrängen.

Interview 1: ... die Aufgabe die wir haben, ist präsent zu sein. Sichtbar zu sein.

... es ist eigentlich das hier zu sein.

Interview 2: ... halt einfach mit den Leuten sprechen und so ...

... es ist das Niederschwellige, einfach aufeinander zugehen zu können ...

Interview 3: Also zuerst mal Gastgeber sein, Leute empfangen.

Interview 4: ... präsent sein auf der Strasse, auf den Plätzen, im Bus, aber auch im Coop oder im Denner, einfach mich zeigen.

Arbeiten mit Leadern:

Bei zwei der Interviewten konnte etwas über das Arbeiten mit Leadern in Erfahrung gebracht werden. Eine Person arbeitet mit Delegierten verschiedener Vereine und Organisationen, die dem Netzwerk der Stelle angehören, bei der sie arbeitet. Diese werden mehrmals jährlich zu einer Delegiertenversammlung eingeladen. An diesen Versammlungen wird über die zu bearbeitenden Themen abgestimmt. Die gleiche Person gibt weiter an, dass sie sich mehr Kontakt mit den Schlüsselpersonen aus dem Quartier wünscht, die Delegierten seien nicht zwangsläufig auch Bewohner des Quartiers, in der ihr Verein oder ihre Organisation ansässig ist.

Interview 5: Ich weiss nicht, wann ich sie erreichen kann. Die Schlüsselpersonen die «Schnur» und viele Kontakte hätten, ...

Die zweite Person macht dabei auf Probleme aufmerksam, auf die sie im Zusammenhang mit dem Arbeiten mit Leadern gestossen ist.

Interview 1: ... aber sie haben wirklich auch die Reserven nicht oder sind auch gar nicht so interessiert.

Fazit:

Beziehungsarbeit gehört für die meisten Interviewten zur täglichen Arbeit. Es geht darum, Beziehungen aufzubauen, da dies als Grundlage für jede weitere Arbeit gesehen wird. Klar erkennbar wurde, dass der Aufbau von tragfähigen Beziehungen eine hohe Präsenz und Offenheit benötigt. Auch wurde deutlich, dass der Prozess Zeit braucht und nicht forciert werden kann. Es sind somit viele Gemeinsamkeiten und keine nennenswerten Unterschiede zu erkennen. Die Zusammenarbeit mit Leadern, welche aus der Beziehungsarbeit entstehen könnte, ist kaum anzutreffen.

MENSCHEN ALS EXPERTEN IHRER SITUATION

Unter diesem Themenkomplex ging es darum, Antworten auf Fragen zu bekommen bezüglich der Orientierung an den Bedürfnissen der Klientel. Ebenso ob die Menschen als Experten ihrer eigenen Situation angesehen werden. Um diesen Umstand in Erfahrung bringen zu können wurde auch erfragt, inwiefern die Menschen mitbestimmen können, was an den Stellen bearbeitet wird. Über alle Interviews hinweg kann gesagt werden, dass diese Themen den Interviewten bekannt und vertraut sind und sie entsprechend Antworten geben konnten. Die Einteilung erfolgt entlang folgender Punkte: «Bedürfnisorientierung», «Mitbestimmung der Menschen» und «Expertenwissen».

Bedürfnisorientierung:

Alle interviewten Personen erwähnten, dass die Bedürfnisse der Menschen, mit denen sie zusammenarbeiten, wichtig sind. In unterschiedlicher Ausprägung wurde betont, dass man die Bedürfnisse der Menschen wahrnimmt und sich an ihnen orientiert. Mehrere Antworten deuten darauf hin, dass ohne Kenntnis der Bedürfnisse der Menschen vor Ort ihre Arbeit nicht möglich oder sinnvoll ist.

Interview 2: Und je nach dem, wenn das Bedürfnis da ist, machen wir auch Veloparcour ...

Interview 2: Ich bin hier, um die Bedürfnisse der Quartierleute wahrzunehmen und je nach dem etwas daraus zu machen. Aber ich schwatze die Bedürfnisse nicht den Leuten auf.

Interview 3: Oder allgemein einfach das Interesse, das Bedürfnis muss da sein.

Interview 5: ... alle Leute und alle Anliegen ernst nehmen.

Mitbestimmung der Menschen:

Aus den Antworten oben lässt sich bezüglich dem Gewicht, das den Bedürfnissen der Menschen beigemessen wird, bereits einiges ablesen. Konkret auf die Mitbestimmung oder die Bestimmung der Menschen über die Themen die es anzugehen gilt, wurde in den Interviews unterschiedlich eingegangen. Bei vier Interviews wurde ersichtlich, dass die Anliegen der Klientel für die tägliche Arbeit eine Rolle spielen. Die Mitbestimmung erfolgt insofern, dass die Interviewten offen sind für Anregungen und Ideen der Klientel.

Interview 1: ... dann für Folgeaufgaben aus dem hinaus haben, ist eigentlich Sache des Klienten (...) wir nehmen keine Aufträge von dritten an ...

Interview 2: ... wenn die Leute mit solchen Bedürfnissen natürlich kommen, dann setze ich alles daran, dass man das umsetzen oder weiterleiten kann.

Interview 2: Wenn ich angefragt würde, was man dagegen tun könnte, wäre ich gerade bereit dort in die Schlacht zu ziehen.

Interview 4: ... sie haben gefragt, nicht wir haben es gesagt ...

Interview 5: Dann wird abgestimmt, also mit unseren Delegierten wird abgestimmt, seid ihr einverstanden, dass wir jetzt diese Schwerpunkte haben.

Zwei der interviewten Personen gingen darauf ein, dass die Menschen überhaupt das Wissen und die Möglichkeiten haben müssen, um ihre Anliegen anzubringen.

Interview 1: ... aber sie haben wirklich auch die Reserven nicht oder sind auch gar nicht so interessiert.

Interview 5: ... es reklamiert aus unserem Quartier selten jemand, weil es viele Immigranten und Immigrantinnen hat und die nehmen das hin ...

Expertenwissen:

Aus den bisherigen Ausführungen wurde bereits klarer, wie die Interviewten mit den Bedürfnissen der Menschen umgehen und welchen Stellenwert sie ihnen beimessen. Aus einem Interview wurde deutlich, dass die Menschen vor Ort als Experten angesehen werden und dieses Wissen auch gezielt genutzt wird.

Interview 5: ... also sie wissen auch mehr. Ich bin ja nicht wirklich vor Ort (...) Das ist unschätzbar, das können nur sie bringen (...) also die sind sehr wertvoll.

Interview 5: ... ist wirklich Expertenwissen aus dem Quartier und da sind die Planer dann total froh darum.

Fazit:

Die Wahrnehmung der Bedürfnisse der Menschen gehört für alle Interviewten zur Arbeit dazu. Es wird erläutert, dass diese Bedürfnisse wichtig sind und dass nach Möglichkeit darauf eingegangen wird. Es wird deutlich, dass das Interesse der Menschen vorhanden sein muss, bevor an einem Thema oder an einem Problem gearbeitet werden kann. Es wurde auch klar, dass Mitbestimmung entsprechendes Wissen und Fähigkeiten voraussetzt. Es kann somit gesagt werden, die Orientierung an den Bedürfnissen wird als zentral erachtet, explizit als Experten werden die Menschen von einer der interviewten Personen bezeichnet.

SITUATIONSANALYSE

Beim Thema Situationsanalyse wurden verschiedene Inhalte ermittelt. Dabei ging es um den Stellenwert und den Zeitpunkt der Analyse, sowie um die Frage, wann eine Analyse durchgeführt wird. Alle Interviewten konnten dazu Antworten geben, welche sich wieder in Teilbereiche zerlegen lassen: «Analyse bei der täglichen Arbeit», «Spezifische Analyse» und «Stellenwert der Analyse».

Analyse bei der täglichen Arbeit:

Drei der Interviewten gaben an, dass sie aus ihrer täglichen Arbeit, sprich aus ihren Erfahrungen, Informationen generieren und diese direkt als Analyse verwenden. Diese Informationen fließen weiter in strategische Überlegungen ein.

Interview 1: ... das ist dann ein Reagieren auf etwas, das draussen geschieht.

Interview 3: ... weil wir sehen was täglich passiert. Und aus dem heraus entwickeln wir unsere Strategie.

Spezifische Analyse:

Zwei Interviewte gaben an, eine spezifische Analyse zu machen. Dabei gehen sie teils strategisch mit Raster, teils etwas unstrukturierter mit dem Erfragen bei den richtigen Personen vor. Eine mögliche Motivation für eine Analyse kann sein, dass man auf ein Phänomen oder eine Situation stösst, die man genauer betrachten möchte.

Interview 4: ... ich habe eine Umfrage gemacht, in erster Linie was für Jugendliche halten sich dort auf...

... ich habe gefragt und dann stellte sich heraus ...

Interview 5: ... also wie begegnet man diesem Problem, das muss ich dann herausfinden und erforschen ...

Stellenwert der Analyse:

Allgemein wurde in den Interviews der Analyse keinen grossen Stellenwert eingeräumt. Das heisst, die Analyse wird bei Bedarf gemacht, aber ihre Wichtigkeit wird nicht mit Vehemenz betont. Eine Person brachte dies folgendermassen auf den Punkt.

Interview 1: ... Also ich sag mal Analyse ist sicher nicht unsere Stärke.

Fazit:

Bei allen Interviewten konnte eine Analysetätigkeit, wenn teils auch unterschiedlich, festgestellt werden. Der Hauptunterschied liegt dabei beim Generieren der Daten. Einerseits werden sie eher unbewusst in der täglichen Arbeit gesammelt, andererseits wird manchmal auch ganz bewusst ein Thema erforscht.

KONKRETE VORGEHENSWEISE

Bei diesem Themenkomplex wurde nach den Vorgehensweisen bei der Bearbeitung verschiedener Thematiken/Probleme gefragt. Alle Interviewten gaben an, wie sie in verschiedenen Situationen vorgehen. Die genannten Vorgehensweisen beziehen sich sowohl auf die Zusammenarbeit mit der Verwaltung (System), sowie auf die Zusammenarbeit mit der Klientel (Lebenswelt). Zusammengefasst werden alle Aussagen unter dem Begriff: «Bewusstsein schaffen».

Bewusstsein schaffen:

In verschiedenen Formen geht es stets darum, Verständnis zu schaffen und Gespräche zu führen. Damit soll bei verschiedenen Gruppen das Bewusstsein geschaffen oder vergrössert werden für die verschiedenen Thematiken oder Probleme.

Interview 1: ... ein bisschen ein Verständnis aufzubauen und die Themen klar benennen, da darf man auch Deutsch reden.

Interview 2: Dort ist die Vorbildfunktion sehr wichtig.

Interview 3: ... ich denke wir sehen die Probleme und dann reden wir darüber (...), wir werden auch schon mal von der Gewerkschaft eingeladen.

Interview 4: Ich denke, es braucht auch immer wieder dieses Einbringen.

Die direkteren Vorgehensweisen die genannt wurden sind: Unterschriften sammeln, Einsprachen machen, Vermitteln zwischen zwei oder mehreren Parteien oder Runde Tische einberufen.

Interview 1: ... wir sammeln aber auch Unterschriften gegen ...

Interview 4: ... einfach dass ich vermittele zwischen den verschiedenen Nutzergruppen, ...

Interview 5: ... also Einsprache war das Letzte. (...) versuchen einen runden Tisch einzuberufen.

Fazit:

Der Themenkomplex der konkreten Vorgehensweise weist unter den Befragten keine relevanten Unterschiede auf. In den Antworten ist häufig von «Bewusstsein schaffen» oder «sensibilisieren» die Rede. Wie zum Beispiel: Lobbyieren, «Goodwill» schaffen, auf etwas aufmerksam machen, Interviews geben, präventives Vorleben oder Vorleben allgemein. Das «auf etwas aufmerksam machen» erfolgt durch Gespräche oder einmal auch indem Unterschriften gegen etwas gesammelt wurden.

VERNETZUNG

Unter diesem Punkt wurde erfragt, ob die Interviewten mit anderen Stellen vernetzt sind. Falls ja, wurde nach dem Umgang, den Erfahrungen sowie dem Stellenwert der Vernetzung gefragt. Alle sind in irgendeiner Form mit anderen vernetzt. Die Interviewten gingen darauf ein, mit wem sie vernetzt sind und es wird erkennbar, wie diese Vernetzungen aufrechterhalten werden. Aus den Antworten lassen sich drei Schwerpunkte erkennen: «Vernetzungspartner», «Aufrechterhaltung der Vernetzung» und «Benützung der Netzwerke».

Vernetzungspartner:

Die grössten Einflussfaktoren für eine Vernetzung sind die Klientel und die geografische Umgebung. Arbeiten zwei Stellen mit der gleichen oder ähnlichen Klientel, ist eine Vernetzung unter ihnen wahrscheinlicher. Befinden sich zwei Stellen im gleichen Quartier, ist auch hier eine Vernetzung naheliegend. Am klarsten wurde dieser Aspekt in Interview 1 erläutert.

Interview 1: ... das sind ja die ähnlichen Leute (...) und wir arbeiten dann auch zusammen und tun die auch sehr unterstützen.

Interview 1: ... deshalb sind wir auch an diesen Vernetzungssitzungen so quartierbezogen, (...) mit dabei.

Aufrechterhaltung der Vernetzung:

Um die Vernetzung aufrecht zu erhalten, gibt es verschiedene Strategien oder Strukturen. Vier der fünf Interviewten gaben an, sich regelmässig zu Sitzungen mit den verschiedenen Vernetzungspartnern zu treffen. Dabei wurde zweimal der Ausdruck «Runder Tisch» benutzt.

Interview 1: Das sind fixe Termin die wir haben, Vernetzungssitzungen usw. ...

Interview 5: ... das sind dann schon die grösseren runden Tische, wo man dann so einberufen ...

Benützung der Netzwerke:

Bei den Antworten wurden folgende Thematiken angesprochen: Die Lobbyarbeit, man nutzt die Netzwerke um vor der Verwaltung besser argumentieren zu können. Der Aspekt der Triage wurde auch erwähnt. Dieser dient dazu, Menschen an die richtigen Stellen zu leiten. Weiter scheint zudem der Erfahrungsaustausch wichtig zu sein.

Interview 2: ... dann leiten wir die natürlich auch an die mobile Jugendarbeit weiter.

Interview 2: Aber alleine hast du keine Chance. Da brauchst du wirklich eine riesen Lobby.

Interview 5: ... das konnte ich überall weitergeben, in der JUKO, in der Arbeitsgruppe ...

Fazit:

Zur Vernetzung kann gesagt werden, dass alle Interviewten Antworten geben konnten. Es scheint ein wichtiges und zentrales Thema in ihrer täglichen Arbeit zu sein. Vernetzungen werden rege genutzt und vereinfachen die zu bewältigenden Arbeiten.

VISION

Die Frage nach der Vision löste teilweise Verwunderung aus und nicht alle konnten darauf eine Antwort geben. Es wurden Aussagen über Ziele gemacht und einmal wurde eine übergeordnete Vision genannt. Die Antworten lassen sich nicht weiter zusammenfassen, darum an dieser Stelle einige Beispiele.

Interview 3: ... gemäss der französischen Revolution: Freiheit, Brüderlichkeit, Gleichheit ...

Interview 4: ... ist mein Oberziel, dass Jugendliche (...) voll eingebunden werden können und dass alle Projekte (...) Selbstläufer werden.

Interview 5: Ich glaube es ist schon, dass wir kleinere Gebiete haben müssten um effektiver arbeiten zu können.

Eine Person konnte keine Vision benennen und eine weitere erläuterte, dass sich die Vision bereits erfüllt hat und es nun darum gehe, dies zu geniessen.

Interview 1: Hm, gute Frage. Kann ich leider, ich muss vielleicht so sagen, dass es vielleicht tatsächlich ein Stück weit fehlt ...

Interview 5: In den letzten drei Jahren waren wir noch dabei unsere Vision auszuleben. Ich glaube da ist es noch ein wenig früh zu sagen (...) was ist in der Zukunft.

Fazit:

Eine Vision ist nur zum Teil vorhanden beziehungsweise wurde nur von einigen der Interviewten genannt.

VORWISSEN ZU COMMUNITY ORGANIZING

Bei diesem Themenkomplex wurde nach dem allgemeinen Vorwissen zu Community Organizing gefragt. Die Antworten waren eindeutig. Niemand hatte fundiertes Wissen zum Thema Community Organizing. In den folgenden Ausschnitten aus den Transkripten war stets die Frage nach dem Vorwissen zu Community Organizing die Ausgangslage.

Interview 1: Nein.

Interview 2: Noch nie gehört.

Interview 4: Nein.

Fazit:

Da kein Vorwissen zum Community Organizing vorhanden zu sein scheint, muss dem Aspekt, wie er im Kapitel «Forschungsdesign» erläutert wurde, nicht weiter Beachtung geschenkt werden.

ADMINISTRATION

Zu diesem Thema wurden den Interviewten keine Fragen gestellt. Zu Beginn beschrieben die Interviewten jeweils ihren Tages- oder Wochenablauf. Auffallend waren die häufigen Erwähnungen der administrativen Tätigkeiten. Ebenfalls wird viel Zeit für Sitzungen aufgewendet. Dies veranlasste die Autorenschaft dazu, diesem Aspekt Beachtung zu schenken und ebenfalls in die Forschungsauswertung mit einzubeziehen. Es wird in der Folge zwischen Büroarbeit und den Sitzungen unterschieden. Zur Büroarbeit werden die administrativen Tätigkeiten wie Mails, Konzepte und Berichte schreiben gezählt. Weiter wird auf die verschiedenen Sitzungen eingegangen. Diese werden aber in der Regel nicht den administrativen Tätigkeiten zugeordnet. Da es jedoch darum geht aufzuzeigen, welche Tätigkeiten ohne Kontakt zum Klientel verrichtet werden, sind Sitzungen hier Teil der Administration. Also alle Tätigkeiten die nötig sind, um den Betrieb der Stelle aufrechtzuerhalten.

Büroarbeit:

Vier der Interviewten begannen ihre Schilderungen zum Tages- oder Wochenablauf mit ihren anfallenden Büroarbeiten.

Interview 2: ... dass ich am Morgen administrative Arbeiten mache, also Mails schreibe (...) Konzepte schreiben, mehr Bürojob.

Interview 4: Also, ich fange immer im Büro an, Mails checken (...) ja also das erste wäre sicher Büro und Administration und das alles (...) einen Bericht schreiben (...) am Schluss bin ich immer im Büro und mache das Protokoll ...

Interview 5: ... ist am Morgen Büro ...

Sitzungen:

Alle Interviewten setzen regelmässig Zeit für verschiedene Sitzungen ein. Darunter fallen Teamsitzungen, Geschäftsleitungssitzungen, Planungssitzungen, Beschlusssitzungen und weitere.

Interview 1: ... und befassen an dieser Sitzung die Beschlüsse ...

Interview 3: ... wir haben jeden Montag Sitzung, wir diskutieren jeden Montag ...

Interview 4: ... oder ich habe ein Sitzung ...

Interview 5: Dann haben wir sicher immer Sitzungen ...

Fazit:

Büroarbeit und Sitzungen scheinen einen wichtigen Platz in der täglichen Arbeit einzunehmen. Es war bei vier der Interviewten die erste der erwähnten Tätigkeiten. Es wird dafür regelmässig und viel Zeit aufgewendet.

In der folgenden Tabelle werden die Forschungsergebnisse zusammengefasst. Dies soll für die weitere Verwendung der Daten in der Diskussion eine Übersicht schaffen. Dabei wird auf der linken Seite der Themenkomplex aufgeführt und auf der rechten Seite die dazugehörigen Antworten aus den Interviews.

Themenkomplex	Antworten Interviews
1. Haltung	<ul style="list-style-type: none"> - Menschen gern haben - Offenheit - Transparenz - Klarheit - Respekt - Solidarität - Flexibilität
2. Verständnis & Umgang mit Macht	<ul style="list-style-type: none"> - Es gibt eine Ungleichheit in der Verteilung von Macht - Dagegen muss etwas getan werden - Interventionsmöglichkeiten: <ul style="list-style-type: none"> Ja - Auftrag vorhanden? - Erfolgsaussichten Nein - Schwierig und Zeitaufwändig
3. Verständnis & Umgang mit Konflikten	<ul style="list-style-type: none"> - Konfrontation - Bewusstsein schaffen
4. Beziehungsaufbau & Erkennung von Leadern	<ul style="list-style-type: none"> - Hauptaufgabe - Arbeitsgrundlage - Niederschwelligkeit - Arbeit mit Leader: <ul style="list-style-type: none"> Ja - in Form von Delegierten Nein - Klientel hat keine Ressourcen - Zugang fehlt
5. Menschen als Experten ihrer Situation	<ul style="list-style-type: none"> - Bedürfnisorientierung ist vorhanden - Klientel bestimmt mit - Klienten als Experten wahrgenommen
6. Situationsanalyse	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse bei der täglichen Arbeit - Spezifische Analyse - Geringer Stellenwert der Analyse
7. Konkrete Vorgehensweise	<ul style="list-style-type: none"> - Bewusstsein schaffen - Direkte Vorgehensweisen
8. Vernetzung	<ul style="list-style-type: none"> - Hoher Stellenwert - Klientel und Standort sind zentral - Lobby, Triage, Argumentation

9. Vision	- Nur teilweise vorhanden
10. Vorwissen zu Community Organizing	- Nicht vorhanden
11. Administration	- Hoher Stellenwert - Zeitintensiv

Tabelle 2: Themenkomplexe Interviews

4.2 ERGEBNISSE AUS DER DOKUMENTENANALYSE

Der Autorenschaft war es wichtig, nebst den Interviews einen Einblick in die Dokumente der besuchten Praxisstellen zu haben. Aus diesem Grund wurden die relevanten Dokumente analysiert. Als relevant wurden Konzepte, Leitbilder und Statuten eingeordnet. Die Dokumente wurden dabei anhand der gleichen Themen, die in den Interviews erfragt wurden, analysiert. Anschliessend wurden die Ergebnisse mit Hilfe der Themenkomplexe wie im vorherigen Kapitel strukturiert. Es muss an dieser Stelle gesagt werden, dass die Dokumente nicht von allen Stellen gleich ausführlich waren.

HALTUNG

Bei vier der fünf Stellen konnten Hinweise zur Haltung gefunden werden. In allen Dokumenten wird darauf eingegangen, dass es Offenheit braucht.

Stelle 1: ... ohne Erwartungshaltung, offen und unvoreingenommen ...

Stelle 3: ... offen und flexibel ...

Es wird weiter erläutert, dass die Menschen so angenommen werden wie sie sind, und dass man der Klientel respektvoll, akzeptierend und tolerant begegnen soll.

Zwei Stellen weisen darauf hin, dass die Zusammenarbeit mit der Klientel die Selbständigkeit und die Fähigkeit zur Selbstbestimmung fördern soll. Ebenfalls zwei Stellen gehen darauf ein, dass ihre Angebote soweit möglich, partizipativ gestaltet werden.

Stelle 4: Die in unseren Angeboten begleiteten Personen binden wir nach ihren Möglichkeiten in Planungs- und Entscheidungsprozesse ein.

Weiter wird von zwei Stellen ausgeführt, dass ihr Angebot neutral und parteipolitisch beziehungsweise von Behörden unabhängig in Anspruch genommen werden kann.

Stelle 1: ... bedingungslos, unbürokratisch und Behörden unabhängig ...

Fazit:

Eine Stelle verweist in ihren Dokumenten nicht auf den Aspekt der Haltung. Die anderen Stellen gehen einmal kurz und dreimal ausführlich darauf ein. Einig sind sich vier Stellen über die benötigte Offenheit und dass die Menschen so angenommen werden sollen, wie sie sind. Jeweils zwei Stellen nehmen Bezug zur Förderung der Selbstbestimmung und Selbständigkeit, zur Partizipation und zur Unabhängigkeit.

— VERSTÄNDNIS UND UMGANG MIT MACHT

Alle Stellen nehmen, mit wenigen Worten, Bezug zu ihrem Verständnis beziehungsweise ihrem Umgang mit der Machtverteilung oder anders gesagt, ihrem Umgang mit benachteiligten Personen.

Stelle 1: ... Anliegen ihrer KlientInnen und bestärken diese, für ihre Anliegen einzustehen.

Stelle 1: ... mit dem Ziel deren Lebens- und Überlebensbedingungen (...) zu verbessern.

Stelle 2: ... konkret die Lebensbedingungen und dadurch die Lebensqualität im Wohnumfeld verbessern und erhalten.

Stelle 3: ... Lebensbedingungen und dadurch die Lebensqualität im Wohnumfeld verbessern und erhalten ...

Stelle 4: Insbesondere sollen Menschen, die in ihrer Lebensfähigkeit benachteiligt beziehungsweise gefährdet sind, Hilfe erfahren.

Stelle 5: ... namens und im Auftrag seiner Mitgliederorganisationen auch rechtliche Schritte vorkehren.

Fazit:

Aus allen Dokumenten geht hervor, dass dem Klientel in jedem Fall ermöglicht werden soll, die eigenen Lebensbedingungen zu verbessern. Zur genauen Umsetzung dieser Ermöglichung wird wenig eingegangen.

— VERSTÄNDNIS UND UMGANG MIT KONFLIKTEN

Vier Stellen weisen mehr oder weniger direkt auf ihre vermittelnde Funktion hin. Eine Stelle betont, dass ihre Aufgabe auch darin besteht, bei Konflikten eine Deeskalation anzustreben.

Stelle 1: ... bestrebt Brücken zu schlagen zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Anspruchsgruppen. (...) vermittelnde und klärende Funktion einnehmen ...

Stelle 2: ... können dazu beitragen, bestehende soziale Konflikte altersübergreifend zu mindern ...

Stelle 3: ... kooperativ und konstruktiv mit (...) zusammen.

Stelle 4: ... Bindeglied ...

Fazit:

Das Thema Konflikte und der Umgang damit erscheint in den Dokumenten nur vereinzelt. Doch die Tendenz, bei Bedarf eine vermittelnde Rolle einzunehmen, ist klar ersichtlich.

— BEZIEHUNGSaufbau UND ERKENNUNG VON LEADERN

Zwei Stellen heben in ihren Dokumenten ihre Beziehungsarbeit hervor. Beide beschreiben, dass Beziehungsarbeit zu ihren Aufgaben gehört. Eine Stelle beschreibt dies ausführlich. In der Folge einige Ausschnitte.

Stelle 1: Kontakte aufbauen, Vertrauen zu schaffen (...) werden Gespräche geführt und Beziehungen aufgebaut, dies erfolgt durch zuhören, informieren und beraten. (...) Zuhörer und Vertrauensperson sein.

Die gleiche Stelle beschreibt, wie ein Beziehungsaufbau möglich wird, nämlich indem man präsent ist. Es wird auch betont, dass der Kontakt immer freiwillig ist.

Stelle 1: ... durch Präsenz vor Ort (...) akzeptieren wenn kein Kontakt gewünscht ist.

Fazit:

Auf das Thema des Beziehungsaufbaus wird bei drei Stellen nicht direkt eingegangen. Zwei Stellen erwähnen es, wobei eine Stelle detaillierter darauf eingeht. Das Thema der Erkennung von Leadern wird nicht genannt.

MENSCHEN ALS EXPERTEN IHRER SITUATION

Aus allen Dokumenten lassen sich bezüglich der Bedürfnisorientierung der Klienten Erklärungen erkennen. Es wird beschrieben, dass die Bedürfnisse aufgenommen werden und dass es darum geht, sich an diesen zu orientieren.

Stelle 1: Dabei orientieren sie sich an den auftretenden Bedürfnissen und Anliegen der Menschen ...

Stelle 2: ... in erster Linie auf die Bedürfnisse der Quartierbewohnerinnen/Quartierbewohner eingehen ...

Weiter lässt sich bei drei Stellen aus den Dokumenten entnehmen, dass grosser Wert auf die Hilfe zur Selbsthilfe gelegt wird.

Stelle 1: ... Hilfe zur Selbsthilfe zu geben (...) bieten Unterstützung und Beratung.

Stelle 2: ... das Selbsthilfepotential in eigenverantwortlicher Weise eingesetzt werden kann.

Zwei Stellen weisen explizit darauf hin, dass die Menschen nach Möglichkeit miteinbezogen werden sollen und die Mitbestimmung gefördert wird.

Stelle 3: Betroffene sind (Mit-) GestalterInnen und fördern sich selbst.

Stelle 3: ... engagieren uns für Mitbestimmung ...

Stelle 4: ... nach ihren Möglichkeiten in Planungs- und Entscheidungsprozesse ein.

Fazit:

Der Aspekt der Mitbestimmung scheint zentral zu sein. Darüber hinaus orientieren sich die Stellen an den Bedürfnissen der Klientel.

SITUATIONSANALYSE

Zwei Stellen beschreiben, welche Art Analysen durchgeführt werden und welchem Zweck diese dienen. Beide Stellen schreiben von Bedarfsanalysen, wobei eine Stelle dazu ausführt, dass diese genutzt werden können, um Synergien zu erzielen

Stelle 2: Durch die Bedarfsanalyse und die Vernetzung (...) können zusätzliche Synergien erzielt werden.

Eine Stelle schildert, dass die Analyse einen Teil ihrer täglichen Arbeit ausmacht. Es geht darum zu beobachten, Tendenzen zu erkennen und abzuschätzen, ob daraus Handlungen abgeleitet werden können oder müssen.

Stelle 1: Seismographische Arbeit: (...) sowie Beobachtung zu gesellschaftlichen, ordnungspolitischen oder baulichen Tendenzen erhoben und evaluiert.

Fazit:

Auf den Aspekt der Analyse wird in den Dokumenten wenig eingegangen.

KONKRETE VORGEHENSWEISE

In den einzelnen Dokumenten wird jeweils das Angebot vorgestellt. Es wird weiter darauf eingegangen, welche Klientel diese Angebote hauptsächlich nutzt oder nutzen kann. Die Angebote könnten als Teil der Vorgehensweise beschrieben werden, da die Auswahl der Angebote aus einem bestimmten Grund getroffen wurde. Im Folgenden werden aber die Angebote nicht beschrieben, sondern konkrete Vorgehensweisen dargestellt.

Viele der beschriebenen Handlungen könnten dem Bereich ›Sensibilisierungsarbeit‹ oder ›Bewusstseinsarbeit‹ zugeordnet werden. Bei drei Stellen geht hervor, dass es wichtig ist, gewisse Themen anzusprechen beziehungsweise auf sie aufmerksam zu machen.

Stelle 1: Initiieren eigene Aktionen (...) relevante Themen aufmerksam zu machen.

Stelle 3: ... thematisieren die Armut in der Öffentlichkeit ...

Stelle 5: ... Durchführung von Informationsveranstaltungen (...) Öffentlichkeitsarbeit (...) Informationsfluss sicherstellen ...

Um Thematiken bewusst machen zu können, braucht es oft Vermittlung.

Stelle 1: ... Brücken zu schlagen zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Anspruchsgruppen.

Stelle 2: ... aufklärende und vermittelnde Funktion, zur (...) zu Behörden (...) Politik, Wirtschaft, Kultur und zur breiten Öffentlichkeit.

Stelle 5: ... vermitteln zwischen Quartierbevölkerung und Verwaltung.

Eine Stelle beschreibt ihre Vorgehensweise bei Krisensituationen.

Stelle 1: Wirken unterstützend in Krisensituationen (...) und triagieren an geeignete Fachstellen weiter.

Die gleiche Stelle weist darauf hin, dass bei Bedarf Projekte initiiert werden sollen.

Stelle 1: Initiieren Projekte zur Hilfe, Selbsthilfe und/oder soziokultureller Aktivität.

Fazit:

Wie bereits bei der Interviewauswertung festgestellt wurde, geht auch aus den Dokumenten hervor, dass viel genutzte Vorgehensweisen das Sensibilisieren und das Bewusstsein schaffen sind.

VERNETZUNG

Vier Stellen beschreiben in ihren Dokumenten verschiedene Arten von Vernetzung. Die Vernetzung findet mit Stellen und Verbänden statt, die eine ähnliche Klientel haben oder die sich im gleichen Quartier befinden.

Stelle 1: ... institutionelle Vernetzungen nur mit der Zustimmung der KlientInnen.
Stelle 1: Aktive Vernetzungsarbeit mit themennahen Institutionen und Fachstellen.
Stelle 2: ... bestehende und neue soziokulturelle Angebote im Quartier sinnvoll zu vernetzen.
Stelle 4: ... mit verschiedenen kantonalen und nationalen Fachverbänden ...
Stelle 5: ... vernetzt und vermittelt Kontakte zwischen Quartierbewohnern, Behörden Politikern, Fachstellen ...

Es wird weiter ausgeführt, zu welchem Zweck Vernetzungsarbeit stattfindet. Drei Stellen betonen den Austausch, die Weiterentwicklung und die Koordination. Ebenso wird die Möglichkeit der Synergiennutzung beschrieben.

Stelle 1: ... fachlichen und informativen Austausch, die Planung und Durchführung gemeinsamer Projekte und Aktionen, sowie Lobby- und Politarbeit ...
Stelle 2: ... bieten Möglichkeiten zu Kontakten, Begegnung und Austausch ...
Stelle 4: ... gegenseitige Informationsaustausch und eine laufende fachliche Weiterentwicklung ...
Stelle 5: ... Synergien nutzen (...) Koordination (...) Kommunikation (...) initiieren, organisieren und sicherstellen.

Fazit:

Vier Stellen legen grossen Wert auf Vernetzungsarbeit und beschreiben, mit wem sie zu welchem Zweck vernetzt sind.

VISION

In dem Dokument einer Stelle wird beschrieben, dass Menschen für ihr Leben eine Perspektive brauchen. Dies wird in einem einleitenden Satz als Vision deklariert.

Stelle 4: Wir geben Menschen eine Perspektive!

In den anderen Dokumenten wird keine klare Vision benannt. Nur teilweise lassen sich gewisse Aussagen dem Thema «Vision» zuordnen. Da es der Autorenschaft darum ging, in Erfahrung zu bringen ob die Stellen ihre Visionen explizit benennen, werden diese eher vagen Aussagen dazu hier nicht aufgeführt.

Fazit:

An einer Stelle wurde in den Dokumenten eine konkrete Vision erkennbar. Bei den anderen wird dies nicht explizit erwähnt.

VORWISSEN ZU COMMUNITY ORGANIZING

Aus den Dokumenten geht nicht hervor, ob ein Vorwissen zu Community Organizing besteht.

ADMINISTRATION

Vier Stellen gehen in ihren Dokumenten nicht auf die administrativen Arbeiten ein. Auf die anfallenden Sitzungen wird nirgends direkt eingegangen. Bei vier Stellen lässt sich aufgrund der beschriebenen Aufgaben schliessen, dass es administrative Arbeiten benötigt, um sie zu erledigen. In einem Dokument wird beschrieben, welche administrativen Arbeiten zu erledigen sind.

Stelle 5: ... Administration (...) Erstellen des Berichtrasters und eines Jahresberichts ...

Fazit:

Aufgrund der Dokumentenanalyse lässt sich nicht direkt erkennen, ob und in welchem Umfang administrative Arbeiten anfallen.

Folgend wieder die Tabelle mit den zusammengefassten Forschungsergebnissen in Bezug auf die Dokumentenanalyse.

Themenkomplex	Daten Dokumentenanalyse
1. Haltung	<ul style="list-style-type: none"> - Offenheit - Partizipativ - Gegenüber Klientel: Respektvoll, akzeptierend - Für Klientel: Selbstständigkeit, Selbstbestimmung fördern - Angebot: Für alle, Behörden unabhängig
2. Verständnis & Umgang mit Macht	- Klientel: Lebensbedingungen verbessern
3. Verständnis & Umgang mit Konflikten	- Vermitteln
4. Beziehungsaufbau & Erkennung von Leadern	- Beziehungsaufbau durch: Präsenz, zuhören, Informieren, Beraten
5. Menschen als Experten ihrer Situation	<ul style="list-style-type: none"> - Bedürfnisorientierung - Hilfe zur Selbsthilfe
6. Situationsanalyse	<ul style="list-style-type: none"> - Bedarfsanalyse - Seismographische Funktion
7. Konkrete Vorgehensweise	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisieren - Bewusstsein schaffen - Vermitteln - Triagieren - Projektarbeit
8. Vernetzung	<ul style="list-style-type: none"> - Klientel und Standort sind zentral - Zweck: Austausch, Weiterentwicklung, Koordination, Synergien nutzen
9. Vision	- Nur teilweise vorhanden
10. Vorwissen zu Community Organizing	- Nicht ersichtlich
11. Administration	- wird kaum erwähnt

Tabelle 3: Themenkomplexe Dokumentenanalyse

5. DISKUSSION

Nach der Darstellung der Forschungsergebnisse folgt nun die Diskussion dieser Ergebnisse. Zum besseren Verständnis möchte die Autorenschaft an dieser Stelle kurz auf Unterschiede zwischen der Schweiz und den USA eingehen. Es wurde bereits erklärt, dass sich Community Organizing in den USA entwickelt hat. Althaus erläuterte dazu, dass diese Entwicklung entlang den politischen und gesellschaftlichen Gegebenheiten stattfand. In den USA, insbesondere seit dem Aufkommen des Community Organizing, ist es Teil der politischen Struktur, dass sich Menschen für die Themen einsetzen, von denen sie betroffen sind. Dies tun sie unter anderem in Form von Community Organizing. In der Schweiz geschieht dies anhand von Vereinen, Interessengruppen und ähnlichen Institutionen. Diese Gruppierungen übernehmen einen grossen Teil der politischen Arbeit, indem sie sich spezialisieren. Möchte man beispielsweise einen Veloweg bauen, nimmt man Kontakt mit der IG Velo auf. In den USA würde man dazu eine Organizerin oder einen Organizer aufsuchen. Mit diesem Beispiel soll aufgezeigt werden, dass in der Schweiz eine Institutionalisierung auch für politische Themen stattgefunden hat. In den USA übernehmen diese Funktionen oft Organizer (Interview vom 14.05.2012).

5.1 FORSCHUNGSERGEBNISSE IN BEZUG ZUM COMMUNITY ORGANIZING

Bei der Diskussion geht es darum, zwischen Community Organizing, den Ergebnissen aus den Interviews und den Dokumenten, einen Bezug herzustellen. Die Ergebnisse aus den Interviews und den Dokumenten fliessen in der Regel als Einheit in die Diskussion ein. Es werden anhand der bekannten Themenkomplexe Unterschiede und Gemeinsamkeiten herausgeschält. Falls nötig wird das Thema eingeleitet. Ansonsten folgen direkt die Gemeinsamkeiten. Für den weiteren Verlauf dieser Arbeit sind vor allem die Unterschiede von Bedeutung. Aus diesem Grund werden zum Schluss die für die Autorenschaft am aussagekräftigsten Erkenntnisse zusammengefasst. Auf diese Zusammenstellung wird in den folgenden Kapiteln weiter eingegangen.

HALTUNG

Gemeinsamkeiten:

Das Thema «Haltung» umfasst ein breites Spektrum an möglichen Interpretationen. Es war dennoch möglich, Gemeinsamkeiten zu erkennen. Bei beiden Arbeitsfeldern wird eine offene Haltung und Freude an der Arbeit mit Menschen als bedeutsam erachtet. Respekt und Toleranz sind Attribute, welche sowohl in Basel wie auch beim Community Organizing gefordert werden. Weiter ist erkennbar, dass oft eine ausdauernde Haltung benötigt wird. Es wird mehrmals erklärt, dass es Hartnäckigkeit und den Willen zum «Dranbleiben» braucht.

Unterschiede:

Allgemein beschreibt und fordert Community Organizing radikale oder nachdrückliche Haltungen, welche in der Arbeit benötigt werden. In Basel war dies nicht in dieser Form anzutreffen. Aus den Interviews und den Dokumenten lassen sich eher schwächer formulierte Haltungen erkennen, als dies beim Community Organizing gefordert wird.

Am auffallendsten ist der Unterschied, der einerseits auf die Haltung und andererseits auf die ganze Persönlichkeit zutreffen sollte. Im Community Organizing werden Personen benötigt, die bereit sind, sich zu exponieren und bei Bedarf auch unbeliebt zu machen, immer um das Bestmögliche für die Menschen zu erreichen.

In Basel wurden keine Aussagen bezüglich einer demokratischen Grundhaltung gemacht. Diese ist jedoch für das Community Organizing eine Grundlage für jede Arbeit. Zu dem Streben nach Demokratie gehört beim Community Organizing auch die Haltung oder treffender gesagt, der Wille, eine Veränderung anstreben zu wollen.

— VERSTÄNDNIS UND UMGANG MIT MACHT

Gemeinsamkeiten:

Einigkeit besteht darin, dass es eine ungleiche Verteilung von Macht gibt und dass gegen Ungerechtigkeiten etwas unternommen werden muss. Sowohl beim Community Organizing wie auch in Basel wurde sichtbar, dass eine allfällige Intervention einen entsprechenden Auftrag bedingt.

Unterschiede:

In Basel sahen sich nicht alle Interviewten beziehungsweise ihre Arbeitsstelle als zuständig, um gegen Ungerechtigkeiten oder die ungleiche Verteilung von Macht etwas zu unternehmen. Beim Community Organizing ist das aber einer der Hauptantriebe der Arbeit. Gerade weil es Menschen gibt, die bezüglich ihrer Macht eingeschränkt sind, werden Organizer überhaupt tätig.

In den Fällen, wo sich in Basel eine Zuständigkeit erkennen liess, zeigte sich diese dadurch, dass Themen und Problematiken angesprochen und an anderen Stellen deponiert werden. Durch die Interviews wurde klar, dass vor allfälligen Interventionen stets gut beurteilt werden muss, ob die Zuständigkeit, die Zeitressourcen und/oder ein entsprechender Auftrag vorhanden ist.

Bezüglich dem Auftrag ist zu sagen, dass es grundsätzliche Unterschiede zwischen den untersuchten Stellen und dem Community Organizing gibt. Community Organizing wird dann tätig, wenn es darum geht, sich für eine gerechtere Machtverteilung einzusetzen. Die Interviewten sehen dies, wie aus der Forschung hervorgegangen ist, nicht als ihre Hauptaufgabe. Auch wurde in Basel deutlich, dass die Möglichkeiten oder die Erfolgsaussichten bei allfälligen Interventionen eher begrenzt sind oder zumindest so wahrgenommen werden. An dieser Stelle wird auf die Grafik (siehe Abb. 3), die im Unterkapitel ‚Midwest Academy‘ eingeführt wurde, verwiesen. Die Midwest Academy zeigt ihr Verständnis von Sozialarbeit im Vergleich zu Community Organizing in den USA auf. Nach den Ausführungen zum Umgang und Verständnis mit Macht, lassen sich Gemeinsamkeiten der Sozialen Arbeit in USA und der in der Schweiz erkennen. Auch in der Schweiz, so scheint es, ist man in der Sozialen Arbeit, zu der die Soziokulturelle Animation gezählt wird, auf der Seite wo man die Machtverhältnisse akzeptiert und seine Rolle nicht darin sieht, dagegen anzukämpfen.

— VERSTÄNDNIS UND UMGANG MIT KONFLIKTEN

Gemeinsamkeiten:

Viele der in den Interviews erhobenen Aussagen deuten darauf hin, dass es immer wieder darum geht, auf verschiedenen Ebenen Bewusstsein zu schaffen und die Leute für Problematiken zu sensibilisieren. Hier können Gemeinsamkeiten mit Community Organizing erkannt werden. Organizer und Organizerinnen sind ebenfalls bestrebt, Thematiken oder Missstände sichtbar zu machen. Sie wollen der Bevölkerung und den Machthabenden bewusst machen, dass gewisse Dinge geändert werden müssen, um eine demokratische Gesellschaft zu sein. In der Art und Weise wie diese Arbeit gemacht wird, lassen sich aber Unterschiede erkennen.

Unterschiede:

Beim Community Organizing ist der Konflikt zentral, sogar etwas, das es anzustreben gilt. In der Tradition Alinskys werden Konflikte als Kern gesehen, um eine offene und freie Gesellschaft zu erreichen. Organizer müssen bereit sein, immer wieder zu konfrontieren, Konflikten standhalten und sie austragen. Einige Stellen in Basel sahen ebenfalls den Vorteil von Konfrontation gegenüber dem Streben nach Konsens. Es wurde vereinzelt gesagt, dass ohne Konfrontation nichts zu erreichen sei. In den Erläuterungen wurde deutlich, dass es beim Handeln darum geht zu vermitteln und das Bewusstsein für die Probleme zu schaffen, anstatt Konflikte auszutragen. Auch wurde genannt, dass der Weg oft über die Einberufung eines runden Tisches führt.

BEZIEHUNGSaufbau UND ERKENNUNG VON LEADERN
Gemeinsamkeiten:

Hier kann klar gesagt werden, dass es grosse Übereinstimmungen zwischen dem Community Organizing und den Stellen in Basel gibt. Dem Aufbau von tragfähigen Beziehungen wird einen grossen Stellenwert eingeräumt. Es geht darum, die Menschen und ihr Leben kennenzulernen. Beziehungsaufbau braucht Zeit und Geduld, auch darüber besteht Einigkeit.

Unterschiede:

Ein wesentlicher Unterschied wurde erkennbar bei den Gründen für die Beziehungspflege und bei der Vorgehensweise. Zum letzten Punkt ist beim Community Organizing eine sehr offensive Taktik erkennbar, in Basel dagegen eine eher defensive. Die Autorenschaft hat bezüglich der Beziehung festgestellt, dass es in Basel oft darum geht, möglichst niederschwellig zu arbeiten. Das heisst, es ist wichtig präsent zu sein, sich für Gespräche anzubieten, sich aber nicht aufzudrängen. Das Angebot der Beziehung kann, muss aber nicht von der Klientel genutzt werden. Auch im Community Organizing wird die Beziehung niemandem aufgedrängt, doch Gespräche und der Kontakt werden aktiv gesucht. Das heisst, Organizer gehen zu den Menschen, sprechen mit ihnen und hören ihnen zu.

Wie gesagt gibt es unterschiedliche Beweggründe für den Beziehungsaufbau. In Basel legt man grossen Wert auf den Aufbau von Beziehungen, da dies für die weitere Arbeit als Basis gesehen wird. Beim Community Organizing geht es natürlich darum, die Menschen und ihre Situation kennenzulernen. Für die Organizer geht es danach einen Schritt weiter, denn sie wollen Leader ausfindig machen, welche in die Organizing-Struktur miteinbezogen werden können. Dieser Aspekt wurde in Basel nicht sichtbar. Bei einer Stelle, wo in Basel mit Leadern gearbeitet wird, ist dies durch die Struktur der Stelle gegeben und weniger aufgrund der durch Gespräche eruierten Leaderqualitäten.

Es gibt auch zwischen den Interviews und den analysierten Dokumenten in Basel Unterschiede. Dies erscheint der Autorenschaft erwähnenswert. In den Interviews wurde diesem Aspekt grosse Bedeutung beigemessen, in den Dokumenten erschien er im Vergleich wenig.

MENSCHEN ALS EXPERTEN IHRER SITUATION
Gemeinsamkeiten:

Es kann gesagt werden, dass sowohl in Basel als auch beim Community Organizing die Bedürfnisse und die Interessen der Menschen einen hohen Stellenwert haben. Es geht darum, die Bedürfnisse wahrzunehmen und die Handlungen nach Möglichkeit entsprechend

auszurichten. Community Organizing hat den Anspruch, die Menschen als Experten ihrer eigenen Situation anzuerkennen und sie nicht zu bevormunden. In Basel wurde dies nicht mit der gleichen Intensität geschildert. Es wurde ebenfalls betont, dass die Anliegen der Menschen ernstgenommen werden sollen.

Community Organizing spricht davon, dass die eigenen Interessen die Triebfedern von jedem Handeln sind. Von den Interviewten wurde dies etwas abgeschwächt dargestellt, indem betont wurde, dass gewisse Aktivitäten nur funktionieren, wenn das Bedürfnis dazu vorhanden ist.

Unterschiede:

Eine grosse Bedeutung beim Community Organizing hat der Grundsatz «Menschen sind Experten ihrer Situation». Einerseits geht es beim Community Organizing darum, die Interessen der Menschen in Erfahrung zu bringen, andererseits soll das Wissen der Menschen vor Ort genutzt werden. Auf dem Expertenwissen und den Interessen der Menschen baut sich die ganze Organizing-Struktur auf. In Basel wurde dieser Aspekt teilweise sichtbar, doch er wurde nie mit Vehemenz betont.

SITUATIONSANALYSE

Gemeinsamkeiten:

Sowohl in Basel wie auch beim Community Organizing ist die Analyse etwas, was zur Arbeit gehört. Bezüglich der Art und Weise und dem Stellenwert sind aber Unterschiede erkennbar.

Unterschiede:

Mit Hilfe der Interviews und der Analyse der Dokumente wurde erkannt, dass die Analyse in Basel eher etwas ist, das nebenher passiert. Es wurde geschildert, dass Beobachtungen gemacht werden und bei Bedarf eine Umfrage gestartet wird.

Im Community Organizing ist eine genaue und detaillierte Analyse ein Teil der Vorgehensweise. Dieser Arbeit wird viel Zeit gewidmet. Es wird klar, dass nur eine saubere Analyse zum Erfolg führt. Zur Analyse gehört auch, sich Klarheit über die Machtverteilung zu verschaffen und darüber, wer die Macht hat. Auch gilt es immer wieder abzuklären, wo möglicherweise auf Widerstand zu treffen ist und wo es allenfalls Verbündete gibt.

KONKRETE VORGEHENSWEISE

Gemeinsamkeiten:

Sowohl beim Community Organizing wie auch in Basel ist es wichtig, die Interessen der Menschen wahrzunehmen. Es werden nach Möglichkeit Verbesserungen oder Veränderungen angestrebt.

Unterschiede:

Hier wird deutlich, dass sich der Auftrag vom Community Organizing und den erforschten Stellen unterscheidet. Anders gesagt liegt genau in der Planung und Umsetzung einer geeigneten Strategie die Hauptaufgabe beim Community Organizing, um Machtverhältnisse ändern zu können. Die Aufgaben der Stellen in Basel sind vielfältiger und oft von den Geld- und Auftraggebern mitbestimmt. Es wird in Basel nicht konkret darauf hingearbeitet, den Menschen einen Geschmack der eigenen Macht zu geben. Oft geht es darum, ein Bewusstsein zu schaffen, Themen an geeigneten Stellen einzubringen oder

Gespräche am runden Tisch einzuberufen. Häufig leisten die Interviewten diese Arbeit für die Klientel.

Beim Community Organizing besteht die Vorgehensweise aus einem klaren Plan, welcher sich aus der detaillierten Analyse ergeben hat. Die Erarbeitung dieses Plans erfolgt nicht für die betroffenen Menschen, sondern wird gemeinsam mit ihnen erarbeitet. Einmal mehr wird hier darauf verwiesen, dass gerade dieser Punkt beim Community Organizing zentral ist. Bei der Erarbeitung des Plans geht es auch darum, das Ganze in mehrere überschaubare Schritte einzuteilen. Der erste Schritt soll möglichst bald erfolgen, damit die Menschen sehen, dass sie tatsächlich die Möglichkeit haben, etwas zu bewirken.

VERNETZUNG

Gemeinsamkeiten:

Die Forschung in Basel hat gezeigt, dass Vernetzung ein wichtiger Faktor für erfolgreiches Arbeiten ist. Das Community Organizing betont diese Wichtigkeit ebenfalls, daher lassen sich hier Gemeinsamkeiten erkennen. Es geht sowohl in Basel wie auch beim Community Organizing darum, sich auszutauschen, Absprachen zu treffen und Synergien zu nutzen.

Unterschiede:

Auf der Ebene der grossflächigen Vernetzung sind Unterschiede erkennbar. Heute ist das Community Organizing dank der IAF grossräumig vernetzt. Community Organizing vernetzt sich mit dem Ziel, Macht aufzubauen. In Basel soll die Vernetzungsarbeit dazu dienen, die täglichen Arbeiten besser, schneller und professioneller verrichten zu können.

VISION

Gemeinsamkeiten:

Wie schon erwähnt, wurde in den Interviews und in den Dokumenten nur wenig auf die Visionen eingegangen. Daher lassen sich wenige Gemeinsamkeiten erkennen. In einem Dokument wird beschrieben, dass es von Bedeutung ist, den Menschen eine Perspektive zu geben. Diese Aussage deckt sich mit den Visionen, die im Community Organizing allgegenwärtig sind.

Unterschiede:

Auch wenn es eine Übereinstimmung gibt, so sind die Unterschiede doch klarer erkennbar. Der Hauptunterschied liegt darin, dass aufgrund der Forschung in Basel wenig bezüglich Visionen erkennbar wurde. Hier wird nochmal darauf eingegangen, welche Visionen beim Community Organizing zentral sind. Community Organizing begründet seine Aktivitäten stets damit, dass sie die Demokratie zum Funktionieren bringen möchten. Bereits Alinsky legte Wert darauf, dass man sich von einer Vision leiten lässt. Für Alinsky war es die Vision einer besseren Welt.

ADMINISTRATION

Aufgrund der Forschung wurden keine Gemeinsamkeiten ersichtlich. Es kann aber sicher gesagt werden, dass gerade in der heutigen Zeit in vielen Bereichen einiges an Zeit beansprucht wird für die Administration. So nebst den erforschten Stellen wohl auch zu einem gewissen Teil beim Community Organizing.

Unterschiede:

Beim Community Organizing wird Wert darauf gelegt, möglichst viel Zeit mit den Menschen vor Ort zu verbringen. Die anfallende Büroarbeit soll auf ein Minimum beschränkt werden. Aufgrund der Interviews wurde ersichtlich, dass in Basel die Administration viel Zeit beansprucht. Besonders auffallend war nebst der Zeit auch die Allgegenwärtigkeit, die dieses Thema inne hat. Der Hauptunterschied liegt vielleicht auch in diesem Bereich bei der Haltung oder der Gewichtung des Themas. In Basel wird die Administration als eine der ersten Aufgaben angeführt. Andere Aufgaben wie die Beziehungspflege oder der Kontakt zu den Menschen werden erst später aufgezählt. Beim Community Organizing liegt die Reihenfolge hier eher andersherum. Eine andere Gewichtung scheint das Thema hingegen in den Dokumenten zu haben. Dort wurde wenig bis gar nicht darauf eingegangen. Es geht in dieser Arbeit nicht darum zu erforschen, ob die Aussagen der Interviews mit den Dokumenten übereinstimmen. Der Unterschied der Gewichtung und Präsenz der Administration zwischen den Dokumenten und den Aussagen der Interviews scheint hier aber dennoch erwähnenswert.

EIN MODELL ZUM VERGLEICH

An dieser Stelle sollen anhand eines Modells die grundlegenden Unterschiede zwischen Community Organizing und der Soziokulturelle Animation in Basel aufgezeigt werden. Weiter wird dieses Modell im Schlussteil als Grundlage für die Empfehlungen verwendet. Anhand von zwei Ebenen wird beschrieben, wie die beiden Arbeitsfelder auf der entsprechenden Ebene arbeiten.

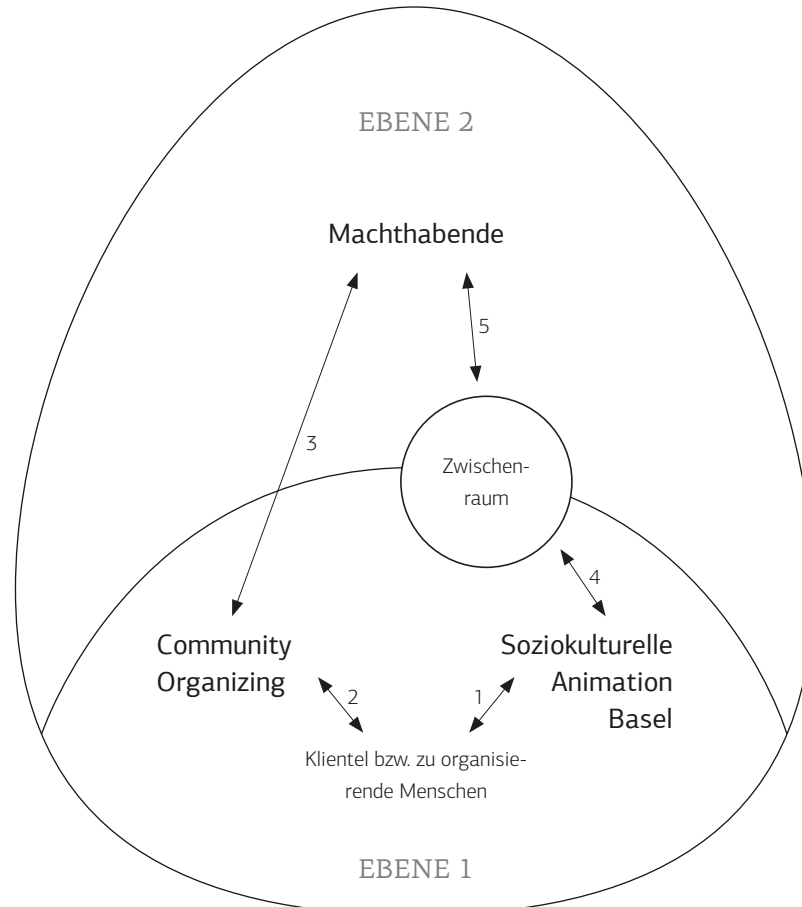


Abb. 4: Vergleichsmodell/eigene Darstellung

Ebene 1

Ebene eins stellt sowohl für die erforschten Stellen wie auch für das Community Organizing die Grundlage dar. Es geht unter anderem darum, eine Beziehung zur Klientel beziehungsweise zu den Menschen aufzubauen (Pfeile 1 & 2). Das Aufbauen dieser Beziehung beinhaltet alle bereits erwähnten Aspekte mit allen Unterschieden zwischen Community Organizing und den erforschten Stellen. Aus diesem Grund werden sie hier nicht erneut erwähnt. Die Unterschiede der Vorgehensweisen und der Ziele der beiden Arbeitsfelder werden bei der Erklärung von Ebene zwei klar.

Ebene 2

Auf Ebene zwei befinden sich die Machthabenden. Im Beispiel von Wilington, das im Kapitel zur Midwest Academy erwähnt wurde, wären dies der Bürgermeister und der Polizeichef. Wie nun aus den vorhergehenden Texten klar wurde, strebt Community Organizing stets nach einer Veränderung auf der Ebene zwei. Sinn und Zweck beim Community Organizing ist laut IAF das Bündeln von Macht. Die ganze Arbeit, die auf Ebene eins getätigt wird, dient ausschliesslich diesem Zweck. Mit der gebündelten Macht geht man nun auf Ebene zwei und übt in Form verschiedener Aktionen Druck aus (Pfeil 3). Die Stellen in Basel haben ein anderes Vorgehen. Um auf Ebene zwei zu gelangen, was nicht von allen Stellen angestrebt wird, kommen verschiedene Methoden zum Tragen. Oft geht es darum, sich in einem Zwischenraum zu treffen und sich auszutauschen, wie dies häufig am runden Tisch geschieht. Er ist die Methode oder der Ort, wo die Interviewten ihr Wissen über die Problematiken und Themen, auf die sie während ihrer Arbeit stossen, einbringen können (Pfeil 4). Die mehrmals angesprochenen Aspekte des «Sensibilisierens», «Vermitteln» und des «Bewusstsein Schaffens» können auch dort geschehen. Im Beispiel des Runden Tisches treffen sich die Machthabenden von Ebene zwei mit den Interviewten aus Ebene eins (Pfeile 4 & 5). Der Runde Tisch stellt in diesem Fall eine Art neutraler Zwischenraum dar. Ein anderes Beispiel, um auf Ebene zwei zu gelangen, ist das «Unterschriften sammeln». Dabei könnte in der Grafik der Runde Tisch mit der Tätigkeit des «Unterschriften sammeln» ersetzt werden. Dabei würden sich die Vertretenden der Ebenen nicht direkt treffen. Die Forderungen würden über strukturell vorgegebene Wege von Ebene eins auf Ebene zwei gelangen.

Die Beispiele, wie die Interviewten in Basel vorgehen, ist für die Autorenschaft ein weiterer Hinweis auf den Unterschied der beiden Arbeitsfelder, wie ihn Althaus beschrieben hat. Somit könnten die Gespräche am runden Tisch etc. der fortgeschrittenen Institutionalisierung der erforschten Stellen zugeschrieben werden (Interview vom 14.05.2012).

ERKENNTNISSE

Die dargestellten Gemeinsamkeiten zeigen auf, dass bereits einige Handlungen und Haltungen aus dem Community Organizing in Basel anzutreffen sind. Doch diese sind im Folgenden nicht mehr zentral. Für den weiteren Verlauf dieser Arbeit sind vor allem die eben aufgezeigten Unterschiede relevant. Die Unterschiede in den einzelnen Themenkomplexen werden nun zusammengefasst und in Form von sechs Erkenntnissen dargestellt. Diese Erkenntnisse sind massgebend für den nächsten Teil.

Erkenntnis 1:

Community Organizing hat den starken Willen, Machtverhältnisse zu ändern und die Demokratie zu fördern. Dies bedingt die Bereitschaft, Konflikte die daraus entstehen, auszutragen und auszuhalten.

Erkenntnis 2:

Community Organizing geht aktiv auf die Menschen zu, setzt viel Zeit ein fürs Zuhören und nutzt die aufgebauten Beziehungen, um Leader zu erkennen und zu fördern.

Erkenntnis 3:

Community Organizing sieht die Menschen als Experten ihrer Situation. Es gilt, ihre Interessen herauszufinden und dementsprechend zu handeln.

Erkenntnis 4:

Community Organizing fordert eine radikale Haltung und eine starke Persönlichkeit.

Erkenntnis 5:

Community Organizing gibt einer sauberen, detaillierten Analyse ein grosses Gewicht und nutzt diese als Grundlage für die Vorgehensweise.

Erkenntnis 6:

Community Organizing findet draussen bei den Menschen und im Quartier statt.

5.2 FORSCHUNGSERKENNTNISSE IN BEZUG ZUR SOZIOKULTURELLEN ANIMATION

Im vorangehenden Kapitel wurden die zentralsten Erkenntnisse, bezogen auf die Unterschiede zwischen dem Community Organizing und den Forschungsergebnissen, herausgearbeitet. Im folgenden Text wird ein Bezug zwischen den wichtigsten Forschungserkenntnissen und den theoretischen und fachlichen Grundlagen der Soziokulturellen Animation hergestellt. Jede Erkenntnis wird einzeln betrachtet und in Beziehung zur Soziokulturellen Animation gebracht. Aufgrund dieser Betrachtung wird zu jedem Punkt ein Fazit abgeleitet.

Erkenntnis 1:

Community Organizing hat den starken Willen, Machtverhältnisse zu ändern und die Demokratie zu fördern. Dies bedingt die Bereitschaft, Konflikte die daraus entstehen, auszutragen und auszuhalten.

Die Soziokulturelle Animation beschreibt sich ebenfalls als demokratiefördernde Methode. Sie sagt, dass es darum geht, die Bedürfnisse der Menschen zu kennen und sie bei deren Erfüllung zu unterstützen. Die Menschen sollen befähigt werden, ihr Leben aktiv mitzugestalten. Wichtig ist ebenfalls, dass die Demokratie in konkreten Handlungen vorgelebt wird.

Die Erfüllung der Aufgaben der Soziokulturellen Animation findet in einem Raum zwischen System und Lebenswelt statt. Die Soziokulturelle Animation befindet sich somit in einem steten Spannungsfeld zwischen den Anspruchsgruppen aus den jeweiligen

Bereichen. Ebenfalls wird sie von den jeweiligen Geld- und Auftraggebern beeinflusst. Dieses Spannungsfeld kann Konflikte auslösen. Die Soziokulturelle Animation sieht sich in solchen Situationen in einer vermittelnden Rolle und Position.

Die Unterstützung der Soziokulturellen Animation soll sich an Menschen richten, die von sich aus wenige Möglichkeiten haben, Veränderungen zu bewirken, also an Gruppen, die wenig Macht besitzen.

Fazit:

Die Soziokulturelle Animation sieht ihre Aufgabe, gleich wie Community Organizing darin, die Demokratie zu fördern. Es wird nicht explizit von der Veränderung von Machtverhältnissen gesprochen, doch die Angebote sollen sich (auch) an machtferne Gruppen richten. Community Organizing sieht sich in einer konfrontierenden Rolle und den daraus entstehenden Konflikt betrachtet es als Ausgangslage für die Veränderung. Die Soziokulturelle Animation fordert den Konflikt weniger heraus. Durch ihre Arbeit in einer Zwischenposition kommt sie aber ebenfalls mit Konflikten in Berührung und sieht sich in solchen Situationen in der Vermittlungsposition. In diesem Punkt sind Übereinstimmungen erkennbar, wenn auch die Soziokulturelle Animation weniger radikale Worte oder Vorgehensweisen benutzt.

Erkenntnis 2:

Community Organizing geht aktiv auf die Menschen zu, setzt viel Zeit ein fürs Zuhören und nutzt die aufgebauten Beziehungen, um Leader zu erkennen und zu fördern.

Der Soziokulturellen Animation ist es wichtig, vertrauensbildende Beziehungen aufbauen zu können. Es geht darum, sich nahe bei den Zielgruppen und deren Lebenswelt zu bewegen. Die Soziokulturelle Animation möchte mit ihrer Arbeit bei den Gewohnheiten und der Kultur der Menschen anknüpfen. Um dies erfüllen zu können, legt die Soziokulturelle Animation Wert auf vertrauensbildende Beziehungen und der Erkennung der Bedürfnisse ihrer Zielgruppen. Der Aufbau von Beziehungen bedingt aktive Kontaktaufnahme und die Fähigkeit, zuhören zu können. Es wird allerdings in den theoretischen und fachlichen Grundlagen kein Hinweis gefunden, der diesen Aspekt des Zuhörens betont.

Ein Grundsatz der Soziokulturellen Animation ist die Partizipation. Dabei geht es darum, die Menschen miteinzubeziehen und ihnen, ihren Fähigkeiten entsprechend, Verantwortung zu übergeben. Dieser Aspekt soll in der Soziokulturellen Animation stets mitgedacht werden. Im Speziellen wird bei der Projektarbeit darauf hingewiesen, dass es darum geht, Schlüsselpersonen oder Leader zu finden. Ansonsten scheint die Erkennung von Leadern und die Zusammenarbeit mit ihnen keine Hauptaufgabe der Soziokulturellen Animation zu sein.

Fazit:

Beim Community Organizing wird viel Zeit darauf verwendet, den Menschen zuzuhören und Beziehungen aufzubauen. In anderen Formulierungen wird dies auch aus den theoretischen Bezügen der Soziokulturellen Animation erkennbar. Der Aspekt des Zuhörens wird bei ihr nicht speziell hervorgehoben. Vor allem in der Projektarbeit der Soziokulturellen Animation wird Wert darauf gelegt, mit Schlüsselpersonen zu arbeiten. In der sonstigen Arbeit wird die Zusammenarbeit mit Leadern nicht deutlich.

Erkenntnis 3:

Community Organizing sieht die Menschen als Experten ihrer Situation. Es gilt, ihre Interessen herauszufinden und dementsprechend zu handeln.

Die Soziokulturelle Animation geht bei ihrer Arbeit von den Bedürfnissen ihrer Zielgruppen aus. Es geht darum, die Menschen zu fördern und zu begleiten. Gleichzeitig wird deutlich, dass die Arbeitsweise der Soziokulturellen Animation stark abhängig von den entsprechenden Geld- und Auftraggebern ist. Es besteht somit eine Abhängigkeit und je nach Stelle ein Legitimationsdruck. Hier wird ein grosses Spannungsfeld der Soziokulturellen Animation sichtbar. Community Organizing ist bestrebt, vom Staat finanziell unabhängig zu sein und steht somit nicht unter dem gleichen Druck. Beim Community Organizing geht es nur um die Interessen ihrer Zielgruppe und darauf wird alles Weitere aufgebaut. Andere Interessen werden bei ihnen nicht berücksichtigt. Oder anders gesagt, wenn andere Interessen im Gegensatz zu ihnen stehen, so wird dagegen angekämpft. Explizit als Experten werden die Menschen bei der Soziokulturellen Animation nicht benannt. Die Autorenschaft sieht zwischen der Beachtung der Bedürfnisse und der Anerkennung als Experten einen Unterschied. Die klare Benennung der Menschen als Experten verleiht der Aussage mehr Kraft und Bedeutung.

Fazit:

Auch die Soziokulturelle Animation misst den Bedürfnissen der Menschen grosse Bedeutung zu. Allerdings können diese in einem Spannungsfeld zu weiteren Interessen stehen. Es wird daher nicht immer möglich sein, die Bedürfnisse der Klientel und weiterer Anspruchsgruppen unter einen Hut zu bringen. Die Menschen der Zielgruppen werden nicht explizit als Experten benannt.

Erkenntnis 4:

Community Organizing fordert eine radikale Haltung und eine starke Persönlichkeit.

Auch in den Ausführungen zur Soziokulturellen Animation wurde deutlich, dass es starke Persönlichkeiten braucht. Dies unter anderem weil sich die Soziokulturelle Animation in keiner klar festgefügtten Berufslandschaft bewegt und es wichtig ist, damit umgehen zu können. Beim Community Organizing braucht es die starke Persönlichkeit vor allem für den Aufbau und die Aufrechterhaltung von Druck, darauf wird in der Soziokulturellen Animation nicht eingegangen.

In den theoretischen und fachlichen Grundlagen wurden keine klaren Haltungen benannt, welche in der Soziokulturellen Animation benötigt werden. Aus einigen Erläuterungen lassen sich gewisse Haltungen erkennen, doch explizit formuliert, anders beim Community Organizing, werden sie nicht.

Fazit:

Einmal mehr wird deutlich, dass im Community Organizing klarere und radikalere Worte gebraucht werden als in der Soziokulturellen Animation und dementsprechende Forderungen gestellt werden. Braucht es die starke Persönlichkeit in der Soziokulturellen Animation vor allem, um mit den Arbeitsbedingungen in einem nicht klar abgegrenzten Berufsfeld umgehen zu können, so braucht es sie beim Community Organizing, um für die Veränderung der Machtverhältnisse zu kämpfen.

Erkenntnis 5:

Community Organizing gibt einer sauberen, detaillierten Analyse ein grosses Gewicht und nutzt diese als Grundlage für die Vorgehensweise.

Auch bei der Soziokulturellen Animation wird Wert auf die Durchführung einer Analyse gelegt. Die Analyse beim Community Organizing ist sehr zielgerichtet und dient dazu, den bestmöglichen Weg zur Veränderung der Machtverhältnisse zu finden. Diese Zielgerichtetheit lässt sich bei der Soziokulturellen Animation nicht in dieser Deutlichkeit erkennen. Bei der Projektmethodik legt die Soziokulturelle Animation Wert auf die Situationsanalyse. Die Ausgangslage wird erforscht und Zusammenhänge sollen erkannt werden. Auf den Ergebnissen dieser Analyse wird die Zielsetzung und die Strategie zur Umsetzung dieser Ziele aufgebaut.

Fazit:

Sowohl beim Community Organizing wie auch bei der Soziokulturellen Animation wird auf eine Analyse Wert gelegt. Spezifisch bei Projekten legt die Soziokulturelle Animation ein ähnliches Gewicht auf die Analyse wie dies beim Community Organizing der Fall ist. Ansonsten ist bei der Soziokulturellen Animation nicht die gleiche Zielgerichtetheit der Analyse erkennbar.

Erkenntnis 6:

Community Organizing findet draussen bei den Menschen und im Quartier statt, die Zeit für Büroarbeiten gilt es klein zu halten.

Damit die Soziokulturelle Animation den Menschen etwas ermöglichen kann, muss sie nahe bei den Menschen und ihrer Lebenswelt stattfinden. Es geht darum, einzelne Menschen oder ganze Gruppen zu aktivieren. Dies bedingt, dass die Soziokulturelle Animation dort ist, wo auch die Menschen oder Gruppen sind. In den theoretischen und fachlichen Grundlagen der Soziokulturellen Animation wird nicht auf allfällige Büroarbeiten eingegangen.

Fazit:

Die Soziokulturelle Animation beschreibt ebenfalls, dass es darum geht, nahe bei den Zielgruppen zu sein. Die Angebote sollen in der Lebenswelt der Menschen stattfinden und möglichst niederschwellig erreichbar sein. Die Soziokulturelle Animation geht weder im Sinne der Notwendigkeit noch im Sinne der Wichtigkeit auf das Thema der Büroarbeit ein.

6. SCHLUSSTEIL

In dieser Arbeit wurde Schritt für Schritt vorgegangen, um sich der Beantwortung der anfangs gestellten Fragestellung zu nähern. Zur Verdeutlichung hier nochmal kurz die bisherige Vorgehensweise. Aufgrund der Theorie des Community Organizing wurden zentrale Themenkomplexe dieses Ansatzes herausgearbeitet. Zu jedem Themenkomplex gab es eine Reihe von Fragen, welche mit Hilfe von Interviews und Dokumenten beantwortet wurden. Die Forschungsergebnisse wurden dargestellt und anschliessend mit den theoretischen und fachlichen Grundlagen des Community Organizing verglichen. So kristallisierten sich Gemeinsamkeiten und Unterschiede heraus. Die Unterschiede wurden in Form von Erkenntnissen in der Folge mit den theoretischen Bezügen der Soziokulturellen Animation in Beziehung gebracht. Daraus wurden wiederum Gemeinsamkeiten und Unterschiede erkennbar. Die Unterschiede zeigen also das auf, was das Community Organizing fordert, was aber in Basel nicht anzutreffen war und auch durch die Soziokulturelle Animation nicht so gefordert oder angewendet wird.

6.1 EMPFEHLUNGEN

In den mit Hilfe der oben beschriebenen Vorgehensweise eruierten Unterschieden liegt nun das Potential für weitere Ausführungen. Der Grundstein wurde gelegt um die zu Beginn dieser Arbeit formulierte Fragestellung beantworten zu können.

Inwiefern kann das Community Organizing in der Soziokulturellen Animation in Basel genutzt werden?

Die Fragestellung beinhaltet für die Autorenschaft zwei Teile. Erstens geht es darum herauszufinden, ob Teile vom Community Organizing überhaupt genutzt werden können. Wenn dieser Teil mit ja beantwortet wird, folgt der zweite Teil: Wie kann es genutzt werden. Aufgrund der bisherigen Ausführungen wird die Frage, ob Teile vom Community Organizing überhaupt genutzt werden können, hier mit ja beantwortet. Im Folgenden wird nun darauf eingegangen, wie sich die Autorenschaft diesen Nutzen in Basel vorstellen kann. Da die Autorenschaft vom Nutzen überzeugt ist, wird der mögliche Nutzen gleich in Form von Empfehlungen dargestellt. Die Forschung fand in Basel statt und die Empfehlungen richten sich daher auch an die erforschten Stellen. Wenn sich andere Professionelle der Soziokulturellen Animation davon auch inspirieren lassen, so ist dies ganz im Sinne der Autorenschaft.

Zu Beginn wurde erklärt, dass es nicht möglich ist, eine Vorgehensweise, welche sich unter bestimmten Umständen entwickelt hat, auf einen anderen Ort zu übertragen. Hangartner (2010) weist ebenfalls darauf hin, dass das Community Organizing an schweizerische Verhältnisse angepasst werden müsste (S. 305). Auf diese wichtigen Feststellungen wird hier noch einmal eingegangen. Es besteht oft die Versuchung oder zum Teil gar der Druck, etwas zu übernehmen, weil es in anderen Gebieten bereits funktioniert hat. Die Autorenschaft ist der Ansicht, dass ein solches «überstülpen» nichts bringt und auch kontraproduktiv wirken kann. Daher plädiert sie nicht dafür, Community Organizing als Ganzes übernehmen zu müssen, sondern sie regt an, sich Teile davon zu Nutzen zu machen.

Basierend auf diesen Überlegungen sollen die Empfehlungen verstanden werden. Teilweise bedingen einzelne Aspekte der einen Empfehlung Aspekte aus einer anderen. Dies

macht deutlich, dass die Themen nicht immer klar voneinander abgegrenzt werden können und auch nicht müssen. Folglich überschneiden sich einzelne Teile der Empfehlungen mit anderen.

ERSTE EMPFEHLUNG

Alle Handlungen basieren auf den Haltungen der Personen, welche die Handlung ausführen. Die Haltungen sind ein Teil der Persönlichkeit und in der Regel sind sie nicht einfach so veränderbar. Dennoch geht diese erste Empfehlung in die Richtung einer Haltungsanpassung. In verschiedenen Bereichen wurde deutlich, dass beim Community Organizing eine radikale Haltung gefordert und benötigt wird. Die Autorenschaft möchte dazu auffordern, die eigene Haltung zu prüfen und den Mut zu haben, diese im Sinne Alinskys etwas radikaler werden zu lassen.

Es braucht zudem immer wieder das Bewusstsein, dass es machtferne Gruppen gibt. Diese machtfernen Gruppen gilt es kennenzulernen. Dann braucht es ein Verantwortungsgefühl für diese Menschen, um mit ihnen eine Veränderung in Gang zu bringen. Es ist der Autorenschaft selbstverständlich klar, dass es stets viele Alltagsaufgaben zu bewältigen gibt. Auch muss der Aspekt des Auftrags, der Abhängigkeit und des Legitimationsdrucks mitberücksichtigt werden. Aufgrund der Diskussion der Forschungsergebnisse mit den theoretischen Ausführungen der Soziokulturellen Animation wurde deutlich, dass auch bei der Soziokulturellen Animation oft eine weniger radikale und fordernde Haltung erkennbar ist als dies beim Community Organizing der Fall ist. Es wurde hingegen aus den theoretischen und fachlichen Grundlagen auch nicht ersichtlich, dass die Soziokulturelle Animation diese Haltung nicht akzeptiert. Die Autorenschaft erlaubt sich darum an dieser Stelle eine provokative Forderung: Es findet sich stets einen Grund, um eine Nichtintervention zu begründen, doch vielleicht ist es Zeit, um sich hinter der Mauer der Institution hervorzuwagen und selbstbewusst und eben radikal zu agieren.

Alinsky (2010) zu diesem Thema: «Was will der Radikale? Er will eine Welt, in der der Wert des Einzelnen Beachtung findet. (...) Er sieht den Problemen ins Auge und versteckt sich nicht wie ein Feigling unter dem bequemen Deckmantel verschleiender Argumente» (S.29f).

ZWEITE EMPFEHLUNG

Bei der Diskussion der Ergebnisse wurde anhand eines Vergleichsmodells die unterschiedliche Vorgehensweise vom Community Organizing und den Stellen in Basel dargestellt. Hier wird auf dieses Modell verwiesen (siehe Abb. 4). Die bisherige Vorgehensweise, mit der hauptsächlich Arbeit auf der Ebene eins, ist wichtig und soll beibehalten werden. An die erste Empfehlung anschliessend, folgt hier die Forderung nach einem vermehrten Streben nach der Ebene zwei, um Machtveränderungen in Gang bringen zu können.

Nun geht es darum, einen Schritt weiter zu gehen und die Beziehungen zu den Menschen zu nutzen und sie zu befähigen, selber aktiv zu werden. Die Menschen vor Ort haben das Wissen über ihre Situation und ihr Quartier, ebenso verfügen sie oft über vielfältige Kontakte, welche genutzt werden könnten, um Macht in der Form von einer Vielzahl aufbauen zu können. Wenn es für die Professionellen aufgrund von ihrem Auftrag oder sonstigen Einschränkungen nicht möglich ist, direkt auf der Ebene zwei zu agieren, so haben sie dennoch immer die Möglichkeit, Leader zu befähigen auf dieser

Ebene aktiv zu werden. Es geht hier darum, sich diese Möglichkeit bewusst zu machen und das Engagement aufzubringen, die Menschen diesbezüglich zu sensibilisieren und ihnen diese Vorgehensweise näher zu bringen.

Der Auftrag oder die Abhängigkeit von Geld- und Auftraggebenden können mögliche Hinderungsgründe sein, um direkt auf der Ebene zwei aktiv zu werden. Hier gilt es genau hinzuschauen, ob diese Hinderungsgründe wirklich bestehen oder ob man sich, wie schon oben erwähnt, hinter diesen vermeintlichen Gründen versteckt. Diese Gründe sollen genau betrachtet werden und wenn möglich sollen Ideen generiert werden, um auf dieser Ebene zwei Fuss fassen zu können. Im Anschluss an die Empfehlungen folgen Hinweise, wie ein solches Agieren auf der Ebene zwei zum Beispiel aussehen könnte.

DRITTE EMPFEHLUNG

Um die beiden ersten Empfehlungen in die Tat umsetzen zu können, benötigt es unter anderem entsprechendes Wissen über die betroffenen Menschen und ihre Situation. Zudem benötigt es die Kenntnis darüber, wie die Machtverhältnisse verteilt sind und wer die Macht inne hat. Dieses Wissen kann aus einer sorgfältigen Analyse gewonnen werden. Es wird in Basel bereits jetzt Wert darauf gelegt, die Menschen und ihre Bedürfnisse wahrzunehmen. Nun gilt es auch hier einen Schritt weiter zu gehen. Es geht darum, aktiv die Interessen der Menschen ausfindig zu machen und genau herauszufinden, was sie bewegt und was sie wollen. An dieser Stelle wird noch mal auf das Eigeninteresse, das im Community Organizing zentral ist, hingewiesen.

Auch die Machtstrukturen sollen genau analysiert werden, um über die Machtverteilung Bescheid zu wissen. Diese Analysen sollen nicht einfach nebenher passieren, sondern bewusst durchgeführt werden. Die Informationen, die in der täglichen Arbeit aufgenommen werden, sind ebenso wichtig und sollen in geeigneter Form festgehalten werden und in die Analyse mit einfließen. Das Wissen, das so generiert wird, kann eingesetzt werden, um die zweite Empfehlung besser umsetzen zu können. Ein weiterer Aspekt ist, dass sich die Menschen der Zielgruppen in ihren Interessen ernstgenommen fühlen und die Themen zur Sprache kommen, die sie wirklich interessieren. Dadurch wird wiederum ersichtlich, dass die Zusammenarbeit mit der Klientel, in der bereits erwähnten Form von Leadern, möglich und wichtig ist.

VIERTE EMPFEHLUNG

Sowohl beim Community Organizing wie auch bei den theoretischen Ausführungen zur Soziokulturellen Animation wurde deutlich, dass es in beiden Berufsfeldern starke Persönlichkeiten braucht. Wie dargelegt wurde, basiert diese Forderung nicht auf den gleichen Grundlagen. Diese Empfehlung richtet sich demnach sowohl an die Interviewten als auch an die entsprechenden Geld- und Auftraggebenden. Die starken Persönlichkeiten, welche an den Stellen tätig sind, sollen ihre Stärke vermehrt für ihre Zielgruppen einsetzen können. Es ist schade, wenn die Energien, welche starke Persönlichkeiten mitbringen, gebraucht werden, um sich im Berufsfeld zu behaupten oder um sich mit einengenden Strukturen zu beschäftigen.

Ebenfalls in diesen Bereich fällt der Stellenwert und der Zeitaufwand für die Administration. Aus der Betrachtung der Erkenntnisse in Bezug zur Soziokulturellen Animation konnte keine klare Schlussfolgerung diesbezüglich gezogen werden. Für die Autorenschaft war es auffällig, wie allgegenwärtig die administrativen Tätigkeiten an den erforschten Stellen in Basel sind. Somit richtet sich eine weitere Empfehlung an die Haltung, welche

diesen Tätigkeiten gegenüber eingenommen wird. Es ist sicher illusorisch zu fordern, diese Arbeit massiv einzuschränken. Doch es gilt sich immer wieder die Frage zu stellen, wo die Hauptaufgabe liegt. Diese Aufgabendefinierung soll und muss etwas mit den Menschen zu tun haben und kann nicht darin liegen, administrative Tätigkeiten auszuführen. Die starken Persönlichkeiten sollen ihre Energie und Motivation für die Menschen und für eine gerechte Verteilung der Macht einsetzen.

6.2 BEISPIELE

Die vier Empfehlungen geben bereits Hinweise darauf, wie die Soziokulturelle Animation in Basel die Möglichkeiten des Community Organizing nutzen könnte. Sie sollen als Anregungen verstanden werden. Es wurde bereits zu Beginn dieser Arbeit beschrieben, dass Community Organizing nicht in der Form von Rezepten vermittelt werden kann. Es ist wichtig, immer mit Kreativität und Humor zu agieren. Die Umstände und die involvierten Menschen sind immer verschieden, darum sollen mit dem was man kann und hat, Wege gefunden werden, um das Mögliche zu machen. Auch wenn es kein Rezept gibt, so folgen nun zur Anregung der kreativen Ideen zwei Beispiele einer möglichen Vorgehensweise, welche Aspekte vom Community Organizing beinhalten.

BEISPIEL 1

Wie schon beschrieben, gibt es für die Soziokulturelle Animation in Basel bereits jetzt Möglichkeiten, auf die Ebene zwei vorzustossen. Unsere Demokratie ermöglicht es uns in vorgegebenen Vorgehensweisen, wie zum Beispiel dem Unterschriftensammeln, tätig zu werden. Weiter wäre Folgendes möglich. Es wird bereits viel Zeit für den Beziehungsaufbau verwendet. Geht man nun mit dem Gedanken auf seine Klientel zu, dass sie Experten ihrer Situation sind und über Wissen verfügen, das wir nicht haben und ein Beziehungsnetzwerk aufweisen, könnten diese Menschen im Sinne der Leader, wie sie das Community Organizing ansieht, gefördert werden. In unserem Beispiel des Unterschriftensammelns würde dies heissen: Die Klientel würde selbst auf die Strasse gehen, Unterschriften sammeln und versuchen, neue Leute dazu zu bewegen, auch Unterschriften zu sammeln. Die Klientel hat ein Beziehungsnetz, in welchem die Menschen womöglich von den gleichen Problemen betroffen sind wie sie selbst. Diese Vorgehensweise wäre eine Möglichkeit, wie das Arbeiten mit Leadern, wie es das Community Organizing macht, mehr genutzt werden könnte. Die Frage die gestellt werden muss ist, ob man die Beziehungen die man hat, anders als bisher nutzen könnte? Einerseits wie im Unterschriftenbeispiel, andererseits wäre eine noch radikalere Methode möglich. Diese versucht den institutionalisierten Rahmen des Unterschriftensammelns, der «runden Tische» oder der «Einsprachen» zu verlassen.

Das Vorgehen wäre mit Anpassungen analog zu dem des Community Organizing. Der Aspekt der Analyse, auf den weiter im Text noch eingegangen wird, wäre zentral. Denn will man den institutionalisierten Rahmen verlassen und nicht Gefahr laufen, die Kündigung zu bekommen, ist es umso wichtiger, die Situation genau zu analysieren. Diese Analyse müsste die Institution, in der man tätig ist, mit einschliessen. Die Rede ist von der Abhängigkeit der Geld- und Auftraggebenden. Anders als beim Community Organizing stehen die Institutionen, in denen Professionelle der Soziokulturellen Animation in Basel tätig sind, unter einem Leistungsauftrag der Stadt, dem Kanton oder sogar dem Staat. Dieser Abhängigkeit muss somit in der Analyse grosse Beachtung geschenkt werden.

Denn die geplante Aktion sollte die Geldgebenden weder indirekt noch direkt angreifen. Diese Ausgangslage gibt nun, gegenüber der vom Community Organizing, einen etwas anderen Ablauf vor. Hat man in der Analyse den eben beschriebenen Rahmen der Institution mitgedacht und hat nichts gefunden, das die Aktion verunmöglicht, kann sie durchgeführt werden. In Basel wäre als Beispiel eine öffentliche Veranstaltung mit dem Thema «günstiger Wohnraum» möglich. Dazu würden zum Beispiel die Verantwortlichen der Stadt und Vertretende gewisser Liegenschaften eingeladen. Aus den Interviews wurde ersichtlich, dass das Thema günstiger Wohnraum in Basel sehr aktuell ist. Um genügend Menschen zu dieser Veranstaltung zu bringen, denn Masse gleich Macht, müsste vorher schon mit dem Prinzip der Leader gearbeitet werden. Sie müssten ihr Beziehungsnetz nutzen, um Mitbetroffene zu mobilisieren. Würden nun an dieser Veranstaltung mehrere hundert Leute kommen, die alle auf günstigen Wohnraum angewiesen sind, hätte dies bereits eine ansehnliche Wirkung. Im Community Organizing würde nun versucht werden, den Verantwortlichen Zugeständnisse zu entlocken. Die Autorenschaft bezweifelt, dass dies in Basel machbar wäre. Eine Möglichkeit wäre jedoch, dass einige der Betroffenen ihre Probleme an diesem Abend schildern. Wie es danach weitergehen würde, hängt von den Reaktionen ab. Vielleicht könnten Arbeitsgruppen gegründet werden, in denen sowohl die Betroffenen wie auch die Verantwortlichen der Stadt oder der Liegenschaften mitarbeiten. Der Ausgang oder die darauffolgende Weiterarbeit an diesem Thema ist offen. Eine solche oder kreativ angepasste Form dieses Beispiels ins Leben zu rufen, dazu möchte die Autorenschaft an dieser Stelle Mut machen.

BEISPIEL 2

Eine weitere Möglichkeit, vermutlich die radikalste, aber eine, die für die Soziokulturelle Animation in Basel oder die Soziokulturelle Animation allgemein möglich wäre, ist der Aufbau einer Community Organization. Diese müsste von Grund auf neu erschaffen werden. Der Fokus müsste darauf liegen, finanziell möglichst unabhängig zu bleiben. So kann sichergestellt werden, dass man die Themen die man bearbeiten möchte, auf die Art wie man es möchte, angehen kann. Auf den beiden Ebenen des Modells wäre die Arbeit analog der des Community Organizing (siehe Abb. 4). Man kann sich nun berechtigterweise die Frage stellen, wer eine solche Organization finanziell unterstützen würde. Zuerst ist zu sagen, dass die finanziellen Auslagen möglichst niedrig gehalten werden sollen und wie beim Community Organizing in den USA, nur eine hauptamtliche Organizerin oder einen hauptamtlichen Organizer beziehungsweise in der Schweiz eine Person aus der Soziokulturellen Animation anstellt. Der Rest wäre ehrenamtliche Arbeit der Leader und weiterer Menschen. Die Finanzen, die man trotzdem noch benötigt, könnten durch Mitgliederbeiträge, Stiftungen oder ähnliches generiert werden.

FAZIT

Wie eingangs bereits erwähnt, gelten diese Empfehlungen für die erforschten Stellen in Basel. Gewisse Themen werden auch an anderen Stellen in ähnlicher Form anzutreffen sein. Falls dies der Fall ist, so kann es auch für Professionelle von anderen Stellen interessant sein, sich mit den Empfehlungen und den Beispielen dieser Arbeit auseinanderzusetzen. Das Modell, das für den Vergleich der Soziokulturellen Animation in Basel und dem Community Organizing verwendet wurde, kann eine Anregung sein, um die eigene Stelle zu hinterfragen (siehe Abb. 4). Der Autorenschaft wurde durch das Entwickeln dieses Modells klar, dass es nützlich sein kann, wenn man als Professionelle der Soziokulturellen

Animation immer wieder reflektiert, wer die Auftraggebenden sind und was für Konsequenzen dies im Hinblick der unbefriedigten Bedürfnisse der Klientel mit sich bringt. Kann man die Bedürfnisse der Klientel ernst nehmen und die Probleme angehen? Oder stehen einem die Geldgebenden beziehungsweise der Auftrag der Institution im Weg? Denn wie eingangs schon gesagt, machte sich Alinsky auf den Weg zu einer gerechteren Gesellschaft. Die Autorenschaft ist der Meinung, dass auch die Soziokulturelle Animation dazu beitragen kann und soll. Alinsky war der Ansicht, dass Organizer eine leicht verschwommene Vision einer besseren Welt haben sollen. Alinsky lebte in einer Zeit, welche durch andere Problematiken geprägt war, als dies heute der Fall ist. Heute hat sich bestimmt ein Teil von der Vision Alinskys erfüllt, doch vielleicht gilt es in der Soziokulturellen Animation diese Vision wieder aufleben zu lassen.

6.3 SCHLUSSWORT

Mit den Erläuterungen zu den Themen Community Organizing und Soziokulturelle Animation konnten einige Gemeinsamkeiten und Unterschiede der beiden Arbeitsfelder diskutiert werden. Es wurde deutlich, dass sie sich in verschiedenen Umgebungen mit den dazugehörigen Umfeldern in Politik und Gesellschaft entwickelt haben. Community Organizing wuchs in einer harten Umgebung, in der es wenig soziale Institutionen gab, zu einem starken und wirkungsvollen Berufsfeld an. Der Wahlkampf von Barack Obama, der auf einer nicht kritiklosen Organizing Struktur aufgebaut war, hat ihn dennoch zum Präsidenten der USA gemacht. Dies verdeutlicht den Erfolg des Community Organizing in den USA.

Aus der Sicht der Autorenschaft hat die Soziokulturelle Animation der Schweiz bis jetzt keinen Bundesrat hervorgebracht und das muss sie auch nicht. Doch auch sie hat sich entlang der Gegebenheiten, die in der Schweiz vorzufinden sind, entwickelt. Vielleicht gerade deshalb sitzt bis jetzt noch kein bekennder Animator oder keine bekennde Animatorin im Bundeshaus. An dieser Stelle erlaubt sich die Autorenschaft ein wenig zu spekulieren. Wie mit dem Vergleichsmodell vom Community Organizing und der Soziokulturellen Animation deutlich wurde, befinden sich die untersuchten Stellen auf der Ebene eins, die also nicht danach sucht, die Machtverhältnisse zu ändern. Vielleicht kann sogar gesagt werden, dass die Entwicklung des Schweizer Sozialwesens in viele verschiedene, spezialisierte Organisationen, uns auf diese Ebene verweist. Durch diese Institutionalisierung sind uns nun ein wenig die Hände gebunden, und ob die Soziokulturelle Animation es noch bis ins Bundeshaus schaffen wird, bleibt unklar.

Diese Überlegung ruft die bereits erwähnten Worte von Wettstein (1999) in Erinnerung, dass eine festgefügte Berufslandschaft der Soziokulturellen Animation die Spitze nehmen würde (S. 58). Durch das Erforschen und in Verbindung bringen des Community Organizing und der Soziokulturellen Animation stellt sich die Frage, ob durch die fortgeschrittene Institutionalisierung der Soziokulturellen Animation in der Schweiz ihr diese Spitze bereits genommen wurde, oder ob wir uns auf dem Weg dorthin befinden.

VISION

Wie soll es nun weitergehen? Mit dieser Arbeit konnte einiges geklärt und beschrieben werden. Die Autorenschaft ist der Ansicht, dass dieses Thema noch viel Potential bietet für weitere Arbeiten. Da sowohl das Community Organizing wie auch die Soziokulturelle Animation stets aus der Aktion heraus entsteht, ist die Autorenschaft der Meinung, dass sich vor allem Projektarbeiten mit der konkreten Umsetzung der Empfehlungen beschäftigen könnten.

Im Kapitel theoretische und fachliche Grundlagen äusserte sich die Autorenschaft bezüglich der Zukunftsaussichten der Soziokulturellen Animation. Die Aussichten wurden als optimistisch bezeichnet, die Soziokulturelle Animation wird somit nicht als vom Untergang bedroht angesehen, auch wenn eine gewisse Gefahr, wie sie Wettstein beschreibt, nicht von der Hand zu weisen ist. Die Autorenschaft ist überzeugt, dass es möglich ist, dieser Entwicklung entgegenzuwirken. Es benötigt allerdings den Willen und den Einsatz der starken Persönlichkeit, um dies zu erreichen. Die eben erläuterten Empfehlungen können auf diesem Weg eine Richtung geben, wie es möglich sein kann, dass der Soziokulturellen Animation ihre so dringend benötigte Spitze nicht genommen wird. In diesem Sinne möchte die Autorenschaft dazu auffordern: «Let's get radical».

7. LITERATUR- UND QUELLEN- VERZEICHNIS

- Alinsky, Saul D. (2010). *Call me a Radical. Organizing und Empowerment – Politische Schriften*. Karl-Kraus Rabe (Hrsg.). Berlin: Lamuv.
- Alinsky, Saul D. (1989). *Roots for Radicals. A Pragmatic Primer for Realistic Radicals* (2nd ed.). New York: Vintage Books.
- Althaus, Andreas & Vögeli, Sandra (2011). *Soziokulturelle Agitation. Auf ins heisse Universum der soziokulturellen Animation*. Unveröffentlichte Bachelorarbeit der Hochschule Luzern Soziale Arbeit.
- Bobo, Kim; Kendall, Jacky & Max, Steve (2010). *Organize! Organize for Sozial Change. Midwest Academy Manuel for Activists* (4th ed.). Santa Ana: The Forum Press.
- Hangartner, Gabi (2010). Ein Handlungsmodell für die Soziokulturelle Animation zur Orientierung für die Arbeit in der Zwischenposition. In Bernard Wandeler (Hrsg.), *Soziokulturelle Animation* (S.265-322). Luzern: Interact.
- Husi, Gregor & Villiger, Simone (2012). *Sozialarbeit, Sozialpädagogik, Soziokulturelle Animation. Theoretische Reflexionen und Forschungsergebnisse zur Differenzierung der Sozialen Arbeit*. Luzern: Interact.
- Industrial Areas Foundation (ohne Datum). Homepage der IAF. Gefunden am 09.Juli 2012, unter: <http://www.industrialareasfoundation.org/locate.html>
- Mayer, Horst Otto (2009). *Interview und schriftliche Befragung. Entwicklung Durchführung Auswertung*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.
- Moser, Heinz; Müller, Emanuel; Wettstein, Heinz & Willener, Alex (1999). *Soziokulturelle Animation. Grundfragen, Grundlagen, Grundsätze*. Luzern: Verlag für Soziales und Kulturelles.
- Müller, Carsten (2009). «Yes we can!». Barack Obama als Community Organizer. *Sozial Extra*. 2 (1), 6-9.
- Penta, Leo (2007). *Community Organizing. Menschen verändern ihre Stadt*. Hamburg: Edition Körber-Stiftung.
- Richers, Hille (1996). IAF ein Bündnis von Organisationen. In FOCO (Hrsg.), *Forward to the Roots* (S.62-65). Bonn: Stiftung Mitarbeit.
- Ruben, Herbert J.; Ruben Irene S. (2008). *Community Organizing and Development* (4th ed.). Boston: Pearson A and B.
- Szynka, Peter (2006). *Theoretische und Empirische Grundlagen des Community Organizing bei Saul D. Alinsky (1909 – 1972)*. Bremen: Zentraldruckerei der Universität.
- Van Hoffman, Nicholas (2010). *Radical. A Portrait of Saul Alinsky*. New York: Nation Books.

Wettstein, Heinz (2010). Hinweise zu Geschichte, Definitionen, Funktionen.... In Bernard Wandeler (Hrsg.), *Soziokulturelle Animation* (S. 15-60). Luzern: Interact.

Willener, Alex (2007). *Integrale Projektmethodik. Für Innovation und Entwicklung in Quartier, Gemeinde und Stadt*. Luzern: Interact.

ANHANG

FRAGEN LEITFADENINTERVIEW

LEITFRAGE 1

Wie sieht für sie ein typischer Tagesablauf aus?

Inhaltliche Aspekte

- Warm up.
- Vision.
- Haltung.

Aufrechterhaltungsfragen

- Was gibt ihnen die Organisation am Tagesablauf vor?

Nachfragen

- Wie beeinflussen die Rahmenbedingungen ihrer Organisation ihre Arbeit?

LEITFRAGE 2

Was sind ihre Hauptaufgaben?

Inhaltliche Aspekte

- Stellenwert von Beziehung.
- Art und Zweck des Beziehungsaufbaus.
- Zusammenarbeit mit Leader.
- Bedürfnisorientierung
- Eigeninteresse.

Aufrechterhaltungsfragen

- In was für Tätigkeiten lassen sich ihre tägliche Geschäfte einteilen?

Nachfragen

- Wie sind ihre Stunden in etwas aufgeteilt (Büro bzw. Draussen also direkt mit dem Klientel)?

LEITFRAGE 3

Sie arbeiten mit Menschen, die unbefriedigte Bedürfnisse aufweisen, was bedeute das für sie?

Inhaltliche Aspekte

- Machtverhältnisse akzeptieren oder bekämpfen.
- Erfahrungen im Umgang mit Macht.
- Konsens vs. Konfrontation.
- Sieht man Verantwortliche.
- Klientel als Experten.

Aufrechterhaltungsfragen

- Gibt es ihrer Meinung nach Ungerechtigkeiten, im Bezug auf ihr Klientel, in ihrem Tätigkeitsbereich?

Nachfragen

- Ist es Teil ihrer Arbeit dagegen anzukämpfen.
- Wer oder was ist für diese Ungerechtigkeit verantwortlich.

LEITFRAGE 4

Was wissen sie über das Community Organizing?

Inhaltliche Aspekte

- Gibt es Vorwissen zu CO.
- Gibt es ein Bewusstsein für CO.

Aufrechterhaltungsfragen

- Haben sie schon mal etwas darüber gehört?

Nachfragen

- Sehen sie Parallelen zu ihrer Arbeit

LEITFRAGE 5

Was für Themen beschäftigen sie?

Inhaltliche Aspekte	Aufrechterhaltungsfragen	Nachfragen
<ul style="list-style-type: none">- Konsens vs. Konfrontation.- Analyse JA/NEIN.- Stellenwert der Analyse.- Zeitpunkt der Analyse.- Arbeiten mit Leader.- Klient als Experte.- Bearbeitung der Themen- Ablauf der Bearbeitung der Themen.	<ul style="list-style-type: none">- Was waren Themen in der Vergangenheit?- Arbeitslosigkeit- Schliessung einer Not-schlafstelle- Verbauung von Frei-Grünflächen.- Abbau von billigem Wohnraum	<ul style="list-style-type: none">- Wie gehen sie diese Themen an?- Wie fliesst die Meinung der Klienten in die Arbeit ein?

LEITFRAGE 6

Nehmen wir an (Situation innerhalb des Rahmens der Arbeitsstelle) was würden sie tun?

Inhaltliche Aspekte	Aufrechterhaltungsfragen	Nachfragen
<ul style="list-style-type: none">- Umgang mit Widerstand.- Wie geht man mit Problemen um, oder wie geht man sie an.- Konkrete Vorgehensweise.- Vernetzung (Umgang, Erfahrungen, Stellenwert).- Wer entscheidet was angegangen wird.	<ul style="list-style-type: none">- ... Die Notschlafstelle würde mitten im Dezember geschlossen- ... Eine Grünfläche innerhalb ihres Quartiers würde überbaut werden.- Tempo 30 wird abgeschafft.	<ul style="list-style-type: none">- Was wäre die erste konkrete Aktion?- Was haben die in der Vergangenheit getan

LEITFRAGE 7

Welche Vision, für ihre Arbeit, haben sie?

Inhaltliche Aspekte	Aufrechterhaltungsfragen	Nachfragen
<ul style="list-style-type: none">- Stellenwert.- Bewusstsein über Vision.- Vision vorhanden.	<ul style="list-style-type: none">- Was steht diesbezüglich im Leitbild ihrer Organisation?	<ul style="list-style-type: none">- Was für einen Stellenwert hat die Vision für sie?- Unterscheidet sich, in Bezug auf ihre Arbeit, die organisationelle- zu ihrer persönlichen Vision?