



kurz &  
knapp

## WAS BÜRGERSCHAFTLICHE INITIATIVEN FÜR NACHHALTIGEN KONSUM IN DER KRISE STARK MACHT

In mehr als 700 lokalen Initiativen vom Repair-Café bis zum Foodsharing setzen sich Menschen in NRW für Ressourcenschonung und Lebensmittelwertschätzung ein. Ihr Engagement schafft alltagsnahe Möglichkeiten für einen nachhaltigen Konsum und trägt zum Klimaschutz bei.

Die Schutzmaßnahmen gegen das Corona-Virus stellen diese Initiativen vor zahlreiche Herausforderungen: Social Distancing, geschlossene Räumlichkeiten, unklare Zukunftsentwicklungen erfordern neue Formen der Zusammenarbeit und Kommunikation, um das freiwillige Engagement aufrechtzuerhalten und Projekte weiter zu realisieren.

Um einen Einblick in die Erfahrungen zu gewinnen, hat die Verbraucherzentrale NRW im Projekt MehrWertKonsum während der ersten Phase der Corona-

Krise eine Befragung bei lokalen Initiativen beauftragt. Durch die Befragung werden

- Erkenntnisse für die Bedarfe von und erforderliche Unterstützungsangebote für lokale Verbraucherinitiativen vor dem Hintergrund von Einrichtungsschließungen und neuen Verhaltensregeln gewonnen.
- Handlungsempfehlungen für die Engagierten entwickelt, die auf andere Gruppen übertragen werden können.

Damit wird das Ziel verfolgt, dass lokale Initiativen in NRW in der gegenwärtig anhaltenden Corona-Situation gestärkt werden und sie für etwaige künftige Krisen besser gerüstet sind.

Die Befragung wurde durch das Institut com.X durchgeführt. In Form von Leitfadeninterviews von etwa 60 bis 75 Minuten wurden Vertreter\*innen von zwölf lokalen Initiativen aus NRW im Zeitraum 25. Mai bis 23. Juni 2020 befragt. Unter den zwölf lokalen Gruppen waren drei Foodsharing-Initiativen, drei Gemeinschaftsgärten, vier Reparatur- und Upcycling-Initiativen und zwei Solidarische Landwirtschaften.

### HERAUSFORDERUNGEN FÜR UND UNTERSTÜTZUNGSBEDARFE

#### VON LOKAL ENGAGIERTEN GRUPPEN

Seit 2016 führt die Verbraucherzentrale NRW Maßnahmen zur Unterstützung und Vernetzung des Engagements in Initiativen durch, zunächst im Rahmen des seitens der EU und des Landes NRW geförderten Projekts MehrWert NRW, seit Oktober 2018 im Rahmen des von denselben Mittelgebern geförderten Projekts MehrWertKonsum. Verschiedene Angebote für engagierte Gruppen wurden erprobt und weiterentwickelt, zudem wurde die Maßnahmen aus dem Projekt MehrWert NRW umfänglich evaluiert.

Dabei stellte sich heraus, dass Initiativen zwar generell über ein relativ hohes Niveau an Problemlösungs- und Selbsthilfekompetenzen verfügen, in sechs zentralen Feldern jedoch besondere Herausforderungen liegen, in denen „Hilfe zur Selbsthilfe“ oder direkte Unterstützung erwünscht sind. Die Befragung vor dem

- 1 -

Das Projekt MehrWertKonsum wird gefördert durch:



EUROPÄISCHE UNION  
Investition in unsere Zukunft  
Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung

Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,  
Natur- und Verbraucherschutz  
des Landes Nordrhein-Westfalen



2024 EFRE.NRW  
Investitionen in Wachstum  
und Beschäftigung

Hintergrund der Corona-Pandemie bestätigt diese zentralen Herausforderungen und Bedarfswelder:

- Mitglieder gewinnen und motivieren
- Geld- und Sachmittel akquirieren
- Öffentliche Bekanntheit steigern
- Vernetzung mit anderen Initiativen und mit möglichen Unterstützern
- Rechtliche Rahmenbedingungen absichern
- Interne Kommunikation und Organisation verbessern

## ERFAHRUNGEN UND LÖSUNGSANSÄTZE VON INITIATIVEN

### VOR DEM HINTERGRUND DER CORONA-SITUATION

#### Mitglieder gewinnen und motivieren

In der Phase der starken Kontaktbeschränkungen von März bis Mai war es für Initiativen zunächst Herausforderung genug, überhaupt wieder als Gruppe aktiv werden zu können und das Gemeinschaftsgefühl sowie die Motivation aufrechtzuerhalten. Darüber hinaus war den befragten Initiativen aber auch wichtig, mit ihrer Projektarbeit einen sinnvollen Beitrag zur Bekämpfung der Corona-Pandemie zu leisten.

In der Phase der strikten Kontaktbeschränkungen haben die befragten Initiativen ganz bewusst Projekte als aktive Lebenszeichen in Gang gesetzt, die Corona-Probleme direkt aufgriffen und konstruktiv bearbeitet. So produzierten etwa Repair- und Nähcafés Face Shields und Mund-Nasen-Masken, Foodsharing-Engagierte unterstützten Bedürftige mit Lebensmitteln in der Zeit, in der die Tafeln geschlossen waren. Das machte die Projekte teamintern sinnstiftend und befriedigend, aber auch nach außen hin besonders relevant.

De facto bemerkten die meisten der befragten Initiativen, dass sie in der Zeit der Kontaktbeschränkungen auf verstärkten Bedarf und Zuspruch trafen. Sie fanden oftmals Unterstützung durch private Helfer\*innen, aber auch lokale Unternehmen, die ihren normalen Tätigkeiten nicht nachgehen konnten und gewonnene Zeit sinnvoll nutzen wollten. Hinzu kam bei Gemeinschaftsgärten und Solidarischen Landwirtschaften (So-lawis) auch der starke Wunsch vieler Menschen, raus aus der Wohnung an die frische Luft zu wollen.

#### Geld- und Sachmittel akquirieren

Je länger die Corona-bedingten Einschränkungen andauerten, umso drückender wurde die Finanzierungsnot für Initiativen, die Mieten für Ladenlokale oder Pacht zahlen müssen. Solidarischen Landwirtschaften müssen zudem auch Mitarbeitende bezahlen und einen noch größeren Kostenapparat stemmen. Spenden zu generieren, war bei den befragten Engagierten zumeist der naheliegende erste Lösungsansatz. Nicht nur viele Mitglieder, sondern auch Privatpersonen oder Unternehmen aus dem weiteren lokalen Umfeld waren tatsächlich bereit, finanziell auszuhelfen.

Versuche, schnell und unbürokratisch finanzielle Unterstützung von der kommunalen Politik zu erhalten, erwiesen sich für die befragten Initiativen oft als sehr schwierig. Hier wünschen die Initiativen mehr Flexibilität und Niedrigschwelligkeit bei der Vergabe von Zuschüssen und Fördergeldern. Gerade wenn Not am Mann ist und jede Kraft gebraucht wird, ist es für die Freiwilligen nicht zu leisten, komplexe Antrags- und Bewilligungsprozesse zu durchlaufen.

- 2 -

Das Projekt MehrWertKonsum wird gefördert durch:



EUROPÄISCHE UNION  
Investition in unsere Zukunft  
Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung

Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,  
Natur- und Verbraucherschutz  
des Landes Nordrhein-Westfalen



2024

EFRE.NRW

Investitionen in Wachstum  
und Beschäftigung

## Öffentliche Sichtbarkeit und Bekanntheit steigern

Ein Herzstück vieler lokaler Initiativen sind oft einzelne Veranstaltungs-Highlights, auf die das Team lange Zeit hinarbeitet. Diese zentralen Veranstaltungen fielen in der ersten Phase der Corona-Pandemie weg. So mussten Gemeinschaftsgärten Garten- oder Saatgut-Festivals absagen, wodurch nicht nur Einnahmequellen, sondern auch wichtige Plattformen für öffentliche und mediale Aufmerksamkeit wegfielen. Das gleiche galt für die großen Jahresfeste vieler Solawis, die eine wichtige Funktion für Austausch und Motivation aller Mitwirkenden einnehmen. Als Lösung wandten die befragten Initiativen das Prinzip der Splittung größerer Gruppen in kleinere Einheiten an, um so ansatzweise einen Ausgleich unter Einhaltung der Hygiene- und Abstandsregeln bieten, oder wichen auf Online-Formate aus.

Mit dem Ausfall von großen Events entfielen auch viele der sonst üblichen Berichterstattungsanlässe, mit denen lokale Initiativen auf sich aufmerksam machen können. Also mussten sie auch mit ihrer Öffentlichkeitsarbeit neue Wege suchen. Dabei machten sie die Erfahrung, dass das Interesse der Medien an positiven und greifbaren Stories rund um Gemeinssinn, Solidarität und Engagement in Zeiten von Corona durchaus groß war.

Neben der aktiven Medienarbeit waren die Öffentlichkeitsarbeiter\*innen in den Initiativen auch stark mit der Pflege ihrer eigenen Websites und Social Media-Kanäle gefordert: Sie aktualisierten diese deutlich häufiger als sonst üblich und lieferten mit Fotos oder kurzen Videos lebendige Einblicke. Hierdurch konnten auch diejenigen teilhaben, die nicht aktiv dabei und vor Ort sein konnten.

## Vernetzung mit anderen Initiativen und möglichen Unterstützern

Corona hat nicht nur die Bürger\*innen, sondern auch die Initiativen unvorbereitet getroffen. In den Tagen kurz vor und nach Einführung der Ausgangs- und Kontaktbeschränkungen galt es, schnell zu reagieren, obwohl die Rahmenbedingungen und die weitere Entwicklung für alle nicht klar waren. Gerade bei den Initiativen, die nicht unter das Vereinsrecht fallen, blieb unklar, welche behördlichen Regelungen für diese gelten. Ganz wichtig ist ein gutes Netzwerk mit anderen Initiativen, Partner, lokalen Behörden und Politik, um im Falle einer Krise bestehende Kontakte aktivieren und auch mal kurze Dienstwege beschreiten zu können, um nötige Informationen zu erhalten und Handlungsspielräume auszuloten.

## Rechtliche Rahmenbedingungen absichern

Die Netzwerke zu den lokalen Behörden wurden nach den Lockerungen der Kontaktbeschränkungen noch einmal wichtiger. Die Initiativen stellten fest: Sie müssen beständig weiter am Ball bleiben und immer wieder aktiv nachhaken, welche Regeln es zu beachten gibt. Sie begannen, bisher bestehende informelle Hygiene-Konzepte in formellere Formen zu überführen und diese von den Gesundheitsbehörden prüfen zu lassen. Dies war und ist für viele ein mühsamer Prozess und wird es bleiben, denn die Konzepte müssen auch weiterhin an die aktuellen Entwicklungen angepasst werden.

## Interne Kommunikation und Organisation

Zu Beginn der Kontaktbeschränkungen im März mussten in den Initiativen wichtige Fragen schnell geklärt werden: Fahren wir unsere Aktivitäten während der Kontaktbeschränkungen komplett herunter? Oder machen wir weiter und wenn ja, wie? Und auch in der anschließenden Phase der schrittweisen Lockerungen mussten Detailfragen über die Umsetzung behördlicher Vorgaben geklärt werden. Das Ideal basisdemokratischer oder einstimmiger Entscheidungen kollidierte hier mit der Notwendigkeit, in Krisensituationen schnell handlungsfähig zu sein. Eine mögliche Lösung kann hier im so genannten „Kernteam“ liegen: Die Gruppe besonders intensiv



Engagierter wird mit zeitlich begrenzter Entscheidungsmacht ausgestattet.

Mit den geltenden Kontaktbeschränkungen seit Mitte März 2020 mussten auch die lokalen Initiativen alternative Wege finden, um in Kontakt zu bleiben. Das war eine besondere Herausforderung, da es im Wesen der Initiativen liegt, miteinander in Gemeinschaft zu handeln. Ihrem Informations- und Kommunikationsbedarf begegneten die befragten Initiativen mit mehr oder minder ausgeprägten Digitalisierungs-Bemühungen. Alle vorhandenen digitalen Kanäle wurden in dieser Zeit verstärkt genutzt. Als Ersatz für Team-Besprechungen oder Plenums-Sitzungen kamen Video-Konferenzen zum Einsatz. Bei der Auswahl geeigneter Tools legten die Initiativen Wert auf möglichst einfache Handhabung (auch für weniger Erfahrene), aber auch auf sicheren Datenschutz. Besonders gefragt waren in dieser Zeit die Mitglieder der Initiative, die sich gut mit IT und Technik auskennen.

## ERFORDERLICHE UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE ZUR STÄRKUNG DES BÜRGERSCHAFTLICHEN ENGAGEMENTS

Lokale Nachhaltigkeits-Initiativen haben in der ersten Phase der Corona-Pandemie flexibel und kreativ auf die neuen Herausforderungen reagiert und viele Schwierigkeiten für ihr Engagement selbst gemeistert. Darüber hinaus haben sie wichtige Beiträge geleistet, um die Herausforderungen der Pandemie zu bewältigen, zum Beispiel durch Nähen von Alltagsmasken oder die Verteilung geretteter Lebensmittel an Bedürftige. Allerdings haben sich viele Engagierte (vor allem, aber nicht nur aus den Kern-Teams) auch zeitlich, körperlich und psychisch belastet gefühlt. Um das zivilgesellschaftliche Engagement für Nachhaltigkeit auch in schwierigen Zeiten zu unterstützen, können Kommunen, Institutionen und Verbände wie folgt aktiv werden:

- Räume zur Verfügung stellen, insbesondere für „Indoor“-Initiativen wie Reparatur-Cafés und Leihläden
- Beratung anbieten zur Erstellung und Umsetzung von Hygienekonzepten
- Ressourcen bereitstellen zur sachgemäßen Umsetzung von Hygienekonzepten (z.B. Desinfektionsmittel, Einmalhandschuhe, Plexiglasscheiben)
- Behördliche Vorgaben und Informationen nicht nur an das in Vereinen organisierte Engagement weitergeben, sondern auch an die (noch) lose organisierten engagierten Gruppen
- Checklisten und Vorlagen zur konkreten Umsetzung von behördlichen Vorgaben zur Verfügung stellen
- feste Ansprechpartner\*innen für Initiativen in ihrer Verwaltung schaffen
- die Vernetzung mit den lokalen Initiativen suchen und fördern
- unbürokratischen, flexiblen und niedrigschwiligen Zugang zu Zuschüssen und Fördergeldern schaffen

### Kontakt

**Dr. Martin Klug**, Leiter des Projekts MehrWertKonsum  
E-Mail: [martin.klug@verbraucherzentrale.nrw](mailto:martin.klug@verbraucherzentrale.nrw)  
Telefon: 0211 – 3809312



@MehrWertNRW



/MehrWertNRW



/MehrWertNRW

Stand: Sept. 2020

– 4 –

Das Projekt MehrWertKonsum wird gefördert durch:



EUROPÄISCHE UNION  
Investition in unsere Zukunft  
Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung

Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,  
Natur- und Verbraucherschutz  
des Landes Nordrhein-Westfalen



2024

EFRE.NRW  
Investitionen in Wachstum  
und Beschäftigung