

**in FORM**

Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung  
und mehr Bewegung



plattform  
ernährung und  
bewegung e.v.

Gefördert durch:



Bundesministerium für  
Ernährung, Landwirtschaft  
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages



*Regionen mit peb*  
**Gemeinsam für einen  
gesunden Lebensstil  
von Kindern**

Arbeitshilfe





# Grüßwort

der Bundesministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Ilse Aigner



Wir alle wollen, dass Kinder gesünder aufwachsen und auch Erwachsene ein gesundes Leben führen können. Oft stellt sich jedoch die Frage nach dem „Wie“.

Mit dem Nationalen Aktionsplan „IN FORM“ hat mein Ministerium daher gemeinsam mit dem Bundesgesundheitsministerium eine Initiative für gesunde Ernährung und

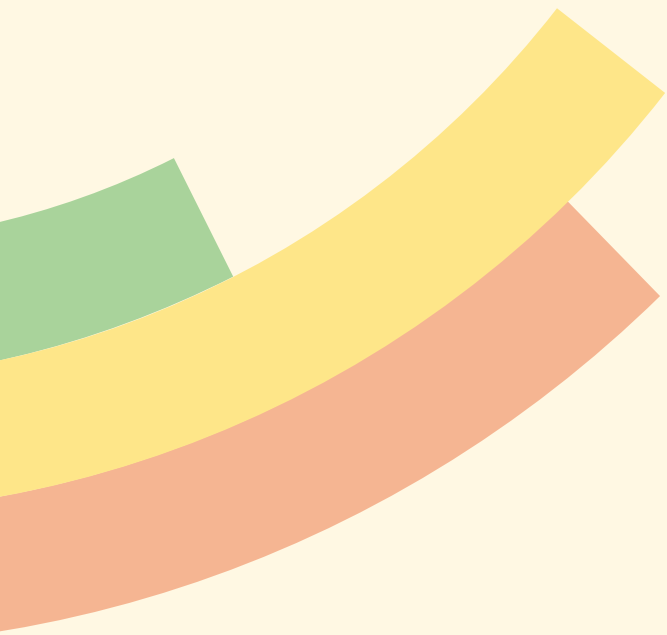
mehr Bewegung gestartet. Wir wollen Anreize und Hilfestellung bieten, wie man durch ausgewogene Ernährung kombiniert mit ausreichender Bewegung zu mehr Gesundheit und Lebensqualität gelangt.

Insbesondere Übergewicht als Folge unausgewogener Ernährung und ungenügender Bewegung stellt unsere Gesellschaft vor eine große gesundheitspolitische Herausforderung. Die Grundlagen dafür werden im Kindes- und Jugendalter gelegt. Es ist daher von besonderer Bedeutung, gerade Kinder und Jugendliche zu einem gesunden Lebensstil zu motivieren. Dies kann nur mit einem gut funktionierenden Netzwerk in Zusammenarbeit von Staat, Zivilgesellschaft, Eltern, KiTas, Schulen und weiteren relevanten Akteuren gelingen. Das gemeinsame Ziel lautet, ein gesundheitsförderliches Umfeld zu schaffen und nachhaltig Lebensgewohnheiten zu verändern. Hierzu müssen wir Informationen zielgruppengerecht vermitteln, Bewusstsein schaffen und Wissen in Handeln umsetzen. Die Plattform Ernährung und Bewegung e. V. (peb) ist ein Bündnis von starken Partnern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, das sich mit viel Engagement und großem Einsatz um die Gesundheit und die Entwicklungschancen unserer Kinder und Jugendlichen bemüht. Um die Stärkung des Netzwerkgedankens und das Zusammenwirken verschiedener Institutionen und Akteure im Umfeld von Kindern und Jugendlichen geht es auch in dem Projekt „Regionen mit peb“.

Ziel von „Regionen mit peb“ ist es, Voraussetzungen für ein gemeinsames Vorgehen von Eltern, KiTas, Schulen und weiteren Akteuren vor Ort zu verbessern und damit langfristig eine möglichst große Zahl von Kindern, Jugendlichen und ihren Bezugspersonen zu erreichen, um sie alle zu einem gesunden Lebensstil zu motivieren.

Ich freue mich sehr, dass durch das Projekt der „peb“ die bestehenden Netzwerke der „KINDERLEICHT-REGIONEN“ mit dem dort vorhandenen Wissen und Potenzial genutzt werden können und sich auf diese Weise zukunftsorientierte Möglichkeiten für eine nachhaltige Gestaltung der Arbeit in den Modellregionen, aber auch für weitere lokale Netzwerke ergeben. Die „Plattform Ernährung und Bewegung“ ist als ein breites, bundesweit aktives Netzwerk ein geeigneter Akteur, die Zusammenarbeit auch in den Kommunen zu fördern. Mit dem Projekt „Regionen mit peb“ sind bereits zahlreiche, gute Verbindungen entstanden. Diese Arbeitshilfe ist ein Ergebnis des Projekts. Sie ist ein Nachschlagewerk und bietet den Akteuren vor Ort Hilfestellung für die Verstetigung ihrer Arbeit. In diesem Sinne wünsche ich allen Beteiligten in den „Regionen mit peb“ weiterhin viel Kraft und Freude bei ihrem Engagement für die Kinder.

Ilse Aigner,  
Bundesministerin für Ernährung,  
Landwirtschaft und Verbraucherschutz



# Grüßwort

des Beigeordneten für Jugend, Schule und Kultur der Stadt Mülheim an der Ruhr, Prof. Peter Vermeulen



Eine gute Zusammenarbeit zwischen der Plattform Ernährung und Bewegung und der Stadt Mülheim an der Ruhr gibt es bereits seit dem Jahr 2007.

Mit der Beteiligung an dem bundesweiten Modellprojekt „gesunde kitas • starke kinder“ haben wir in zunächst 13 städtischen KiTas große Schritte gemacht. Gemeinsam mit den peb-Coaches konnten in den

Bereichen Ernährung, Bewegung und Entspannung sowie im Gesundheitsdialog zwischen KiTa-Teams und Eltern deutliche Verbesserungen erzielt werden. Dabei gab es großen Handlungsbedarf. Die Auswertung der Schuleingangsuntersuchung 2006 hatte für Mülheim ergeben, dass 11,1 Prozent der untersuchten Kinder übergewichtig oder adipös sind bei gleichzeitiger Zunahme motorischer Defizite.

Mit dem KiTa-Paket der peb haben wir, angepasst auf unsere sozialräumlichen Bedingungen, signifikante Verbesserungen erzielen können. Der Vergleich der Schuleingangsuntersuchungen über mehrere Jahre ergab einen sinkenden Anteil bewegungsauffälliger, adipöser und übergewichtiger Kinder. Auch die stadtteilbezogenen Vereinspartnerschaften als ersten Schritt in die übergreifende Netzwerkarbeit hat Wirkung getan und wird von 90 Prozent aller Mitarbeiter und Kooperationspartner als sehr gut bewertet. Die Unterstützung der Einzelanstrengungen der Beschäftigten durch ihre Träger war und ist eine unabdingbare Voraussetzung.

Unter dem Dach unserer Initiative „Prima leben“ wird das Konzept jetzt auf die KiTas aller Träger übertragen. Diese guten Erfahrungen ermutigen die Stadt aber auch, weiter zu denken. Die erreichte Qualität in den KiTas muss langfristig gesichert werden. Da sind sich die peb-Pilot-KiTas, freie Träger, Fachberater, kommunale Vertreter und Mülheimer Sport einig. Dabei hat Mülheim einen großen Vorteil: Das große Interesse an und die hohe Dialogbereitschaft der Bürgerschaft

in der Stadt insgesamt, innovative Kindergärten, reformwillige Beschäftigte, projektfreudige Schulen und inspirierende Jugendarbeit ermöglichen das Aufeinanderzugehen. Einig sind sich die Beteiligten auch darin, dass kein Fachbereich für eine derart grundlegende Aufgabe der Stadtentwicklung alleine zuständig sein kann. Das im Jahr 2009 eröffnete Bildungsbüro der Stadt Mülheim soll hier die entscheidenden Impulse setzen.

Kommunen können zwar vieles. Aber nicht alles. Der Blick über den Tellerrand ist auch für uns als Stadt unabdingbar – insbesondere im Hinblick auf einen verantwortlichen Umgang mit den Haushaltsmitteln. Von anderen guten Beispielen lernen, funktionierende Konzepte auf unsere Bedingungen übertragen und unsere Erfahrungen weitergeben. So können wir als Kommune gemeinsam mit unseren KiTas, ihren Trägern, Schulen, Vereinen und Verbänden schrittweise ein gesamtstädtisches Konzept für das gesunde Aufwachsen aller Kinder realisieren. Wir wollen ein effektives Netzwerk, das die knappen Ressourcen der Stadt, der Träger, Institutionen und Vereine intelligent nutzt, um die Stärken der Einzelnen zu potenzieren. Wir wollen auch, dass viele gesellschaftliche Bereiche ineinander greifen. Dafür brauchen wir einen in Praxis, Wissenschaft und Wirtschaft bundesweit vernetzten Partner, der uns auch über KiTafragen hinaus beraten und unterstützen kann. Aus diesem Grund sind wir als Kommune Mitglied der Plattform Ernährung und Bewegung e.V. geworden.

Persönlich möchte ich dafür werben, dass viele andere Kommunen ebenfalls die Chance erkennen, die sich aus einer Partnerschaft mit der peb ergeben: Eine Plattform für lokale Netzwerke und Kommunen, die sich dem gesunden Aufwachsen ihrer Kinder verschrieben haben.

Prof. Peter Vermeulen  
Beigeordneter für Jugend, Schule und Kultur  
Stadt Mülheim an der Ruhr

# Inhalt

Grußwort Bundesministerin Ilse Aigner	03
Grußwort Prof. Peter Vermeulen, Stadt Mülheim Ruhr	04
Vorwort Plattform Ernährung und Bewegung e.V.	08
<b>Kapitel 1:</b>	
<i>Gesunde Kinder – gesunde Erwachsene</i>	10
Der Zusammenhang von Ernährung, Bewegung und Übergewicht	10
Für das Leben lernen – die kulturelle Dimension von Ernährung und Bewegung	13
Bewegung im Alltag	14
Zusammenarbeiten für einen gesunden Lebensstil von Kindern	16
<b>Kapitel 2:</b>	
<i>Arbeiten in Netzwerken</i>	18
Voraussetzungen für den Aufbau von Netzwerken	18
Beispiel einer Netzwerkgründung	19
Mögliche Netzwerkpartner	20
Was Netzwerke brauchen	22
Merkliste möglicher Aufgaben im Koordinationsbüro/ des Netzwerkmanagers	26
Phasen im Netzwerkaufbau	28
<b>Kapitel 3:</b>	
<i>Netzwerkarbeit erfolgreich umsetzen</i>	30
Die Moderation	30
Wichtige Aspekte während der Moderation	31
Methoden, Techniken und Hilfsmittel	32
Kreativtechniken, Methoden und Veranstaltungsformen	32
Planbar: Gute Vorbereitung für Veranstaltungen	34
Den Veranstaltungsort festlegen	35

Checkliste zur Vorbereitung kleiner Veranstaltungen	36	<b>Anhang</b>	62
Planungshilfe Auswahl und Buchung eines Veranstaltungsortes	37	a) Die Dokumentation – für das Netzwerk, die Öffentlichkeit und Andere	62
Merkliste Arbeitsschritte in der Veranstaltungsplanung	39	b) Hintergrundinformationen Plattform Ernährung und Bewegung e. V.	63
Was bei Großveranstaltungen zu beachten ist	41	c) Basisprogramme, -publikationen, Studien zur Übergewichtsprävention	64
<b>Kapitel 4:</b>		d) Eltern als wichtige Zielgruppe der Übergewichtsprävention	65
<i>Das Netzwerk in der Öffentlichkeit</i>	42	e) Bücher, Broschüren und Medien	65
Die politische Komponente	42	f) Ernährung und Bewegung im Internet	70
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	44	Auszug verwendeter Literatur	72
Zielgruppenübersicht: Wie spreche ich wen an?	45		
Auf die Presse zugehen – der persönliche Kontakt	46		
Pressemitteilungen schreiben	47		
Der richtige Anlass für Öffentlichkeitsarbeit	49		
Das Pressegespräch	50		
Sonderfall Interview	52		
Die Methode Leserbrief	53		
Infostände - direkter Kontakt zu Eltern & Co.	53		
Plakate, Flyer & Co.	54		
Internetpräsenz	55		
Der Newsletter	56		
<b>Kapitel 5:</b>			
<i>Finanzierung von Projekten</i>	58		
Geld für Vereine aus Bußgeldern	58		
Sponsored run – Laufen für einen guten Zweck	58		
Einen Spendenaufruf starten	58		
Weitere Finanzierungsmöglichkeiten für Projekte	59		
Sponsoring	59		



# Vorwort

## Plattform Ernährung und Bewegung e. V. (peb)

Gesunde, zufriedene Kinder haben die beste Chance zu gesunden Erwachsenen heranzuwachsen. Bewegung, eine ausgewogene Ernährung und seelisches Wohlbefinden sind dafür wichtige Voraussetzungen. Sie basieren auf früh eingprägten Verhaltensmustern. Durch eine ganzheitliche Gesundheitsförderung, die Bildungs- und Entwicklungsprozesse stärkt, sowie durch das gemeinsame Engagement vieler Akteure, entsteht eine Dynamik, die gesunde Lebensstile wirksam und dauerhaft unterstützt. Die Plattform Ernährung und Bewegung e. V. (peb) vernetzt die unterschiedlichen Akteure aus Bundes- und Landesressorts, Kommunen und von freien Trägern miteinander und eröffnet neue Chancen für Kooperationen.

Drei Viertel der Kinder in Deutschland spielen im Alter von drei bis zehn Jahren täglich im Freien. Die „Studie zur Gesundheit von Kindern und Jugendlichen in Deutschland“ (KiGGS, 2006) hat bestätigt, dass die Mehrzahl der Kinder und Jugendlichen in Deutschland körperlich und sportlich aktiv ist. Die KiGGS-Daten zeigen aber auch, dass nicht alle Gruppen Zugang zu sportlichen Angeboten haben und dass die körperliche und motorische Leistungsfähigkeit insgesamt bei Kindern abnimmt. Zudem hat sich die Anzahl der übergewichtigen Kinder und Jugendlichen von 1985 bis 1999 um 50 Prozent erhöht und die Zahl der adipösen Kinder und Jugendlichen verdoppelt. Hinzu kommt, dass die übergewichtigen Kinder immer schwerer werden. Besonders besorgniserregend jedoch ist, dass immer mehr Kinder bereits im Grundschulalter übergewichtig sind (KiGGS, 2006). Für die Zunahme des Übergewichts ist vor allem ein veränderter Lebensstil verantwortlich, insbesondere die mangelnde Bewegung in Verbindung mit unausgewogener Ernährung: Das Verhältnis zwischen Energiezufuhr und Energieverbrauch ist aus dem Gleichgewicht geraten. Verschiedene Risikofaktoren, wie z. B. der soziale Status der Familie, übergewichtige Eltern oder ein Migrationshintergrund können laut der Studie die Entstehung von Übergewicht zusätzlich begünstigen.

Therapien von extremem Übergewicht und Adipositas sind meist wenig erfolgreich und zudem sehr teuer – und für nur sehr wenige der Betroffenen stehen Therapieplätze zur Verfügung. Wissenschaftler und Praktiker sind sich darin einig, dass Präventionsmaßnahmen gegen Übergewicht möglichst frühzeitig beginnen müssen. Deshalb setzt die Plattform

Ernährung und Bewegung e. V. (peb) auf frühzeitige Aufklärung und Unterstützung. Mit Anreizen und Motivation in Familien, KiTas und Grundschulen will peb erreichen, dass sich möglichst viele für einen gesunden Lebensstil mit ausgewogener Ernährung und viel Bewegung entscheiden. Erklärtes Ziel von peb ist es, der Entstehung von Übergewicht bei Kindern und Jugendlichen präventiv durch Information und Motivation vorzubeugen. peb verfolgt dabei ausschließlich ganzheitliche Ansätze, die Ernährung und Bewegung miteinander verbinden und die die Lebenswelt von Kindern, Eltern und beteiligter Berufsgruppen berücksichtigen. peb stellt Informationen und Expertise zur Verfügung und legt besonderen Wert auf die wissenschaftliche Fundierung der Informationen und die Verbreitung von „Best-Practice-Modellen“. Darüber hinaus fördert peb die interdisziplinäre Verknüpfung wissenschaftlicher Bereiche untereinander und mit der Praxis. Denn neueste Forschungsergebnisse helfen, die besten Präventionsstrategien zu erkennen und in Maßnahmen umzusetzen.

Die vorliegende „Arbeitshilfe für Multiplikatoren in Netzwerken“ stellt Grundlagenwissen zur Verfügung, das die Arbeit von und in Netzwerken zur Übergewichtsprävention erleichtert. Die Arbeitshilfe gibt einen Überblick über die Entstehung und Verbreitung von Übergewicht und stellt den Akteuren ein Handwerkszeug zur Verfügung, um in lokalen Netzwerken gemeinsam zum Wohle der Kinder zu arbeiten. Sie baut auf Gesprächen mit sowie Anregungen und Fragen von Akteuren auf, die sich für einen gesunden Lebensstil von Kindern engagieren. Angesprochen sind vor allem Multiplikatoren in der Arbeit mit drei- bis achtjährigen Kindern, wie Kindertageseinrichtungen und Grundschulen. Doch auch für andere aktive oder zukünftige Netzwerkpartner sind die Inhalte dieser Broschüre eine Hilfestellung. Gute Beispiele, praktische Tipps, Checklisten und Arbeitshilfen, Tipps zum Gründen und Aufrechterhalten von Netzwerken sowie für die Öffentlichkeitsarbeit bereichern und erleichtern als kompakte Werkzeuge die Arbeit der vielen unterschiedlichen haupt- und ehrenamtlichen Akteure.\*

Wir wünschen viel Erfolg für Ihre wertvolle Arbeit.

Prof. Aloys Berg, Vorsitzender  
Dr. Andrea Lambeck, Geschäftsführerin





### „Regionen mit peb“

Das Projekt „Regionen mit peb“ knüpft an das vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) geförderte und von der Plattform Ernährung und Bewegung e. V. (peb) begleitete Pilotvorhaben „Besser essen. Mehr bewegen. KINDERLEICHT.“ sowie an Erkenntnisse des peb-Projekts „gesunde kitas • starke kinder“ an und bezieht Erkenntnisse und Ergebnisse aus verschiedenen Studien und Programmen mit ein.

„Regionen mit peb“ verfolgt dabei unterschiedliche Ziele und Aufgaben:

- Verbreitung von Informationen zu einem gesunden Lebensstil zur Prävention von Übergewicht und Adipositas
- Erreichen einer möglichst großen Zahl von Kindern, Jugendlichen und Personen in deren Umfeld und Änderung von Lebensstilen
- Intensivierung, Ausdehnung und Verstetigung der Netzwerkaktivitäten bundesweit

Die wichtigsten Bausteine in den „Regionen mit peb“ für die lokalen Akteure sind regionale Fachtagungen mit dem Ziel der lokalen und bundesweiten Vernetzung. Die vorliegende Arbeitshilfe, Stadtpläne zur Kindergesundheit sowie [www.regionen-mit-peb.de](http://www.regionen-mit-peb.de) dokumentieren die guten Beispiele in den Regionen.

\* Die vorliegende Arbeitshilfe ist ein Ergebnis des Projekts „Regionen mit peb“ und soll den unterschiedlich vorgebildeten Netzwerkkoordinatoren und Akteuren die tägliche Arbeit erleichtern. Um die Lesefreundlichkeit zu erhöhen, hat peb auf die Nennung beider Geschlechter verzichtet. Dennoch sind immer ausdrücklich sowohl Männer als auch Frauen gemeint.



# Kapitel 1: Gesunde Kinder – gesunde Erwachsene

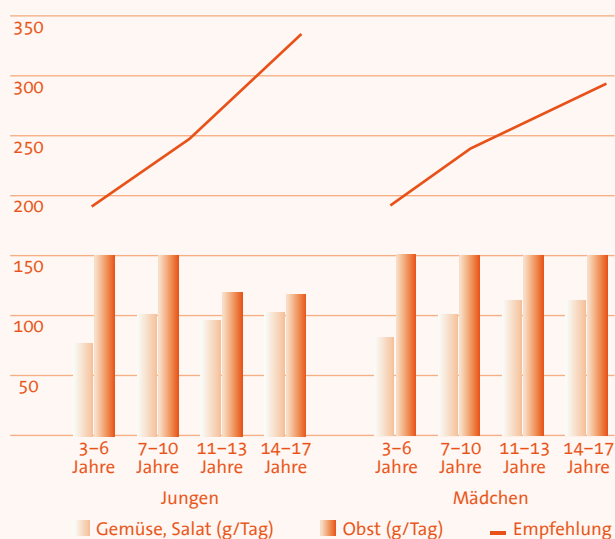
Die Gesundheit von Kindern hat sich in den letzten Jahrzehnten entschieden verbessert. Dies gilt vor allem in Bezug auf Infektionskrankheiten, Kindersterblichkeit und Zahngesundheit. Die Teilnehmeraten an den U-Untersuchungen liegen laut KiGGS-Studie bei über 90 Prozent. Dennoch bleiben gerade bei der Förderung eines gesunden Lebensstils große Herausforderungen bestehen. Gesundheit ist eine unverzichtbare Voraussetzung für die Lern- und Bildungsfähigkeit von Kindern. In dieser Phase des Wachstums und Lernens bilden sich viele Vorlieben und Verhaltensweisen aus. Vieles wird in diesem Alter durch bewusstes oder unbewusstes Nachahmen und Ausprobieren erlernt. Dazu gehören auch die Ernährungsgewohnheiten sowie das Gesundheits- und Bewegungsverhalten. Vor allem den Eltern, aber auch Erziehern, Lehrern und sonstigen zentralen Bezugspersonen kommt hierbei eine wichtige Rolle zu. Zentrale Aktionsfelder von peb sind deshalb die Stärkung der Eltern in ihren Kompetenzen und der Wahrnehmung ihrer Verantwortung sowie die Qualifizierung und Unterstützung der relevanten Berufsgruppen für ihre tägliche Arbeit.

## Der Zusammenhang von Ernährung, Bewegung und Übergewicht

Essen und Trinken sind für uns selbstverständlich und lebenswichtig. Essen und Trinken wirken auf das Wohlbefinden, bereiten Genuss, machen Spaß und sind Teil vieler kultureller und religiös geprägter Anlässe und Rituale. Was schmeckt und was nicht schmeckt, Appetit und Sättigung werden im Kindesalter gelernt und kulturell geprägt (vgl. Pudsel/Westenhöfer, 2003). Eltern haben dabei eine wichtige Vorbildfunktion. Kinder, die übergewichtige oder adipöse Eltern haben, sind häufiger von Übergewicht betroffen als andere. Dies ist auch auf die familiären Lebensbedingungen und Verhaltensweisen zurückzuführen (KiGGS, 2006).  
Durch Essen und Trinken nimmt der Körper die Energie auf, die er für jegliche Art von Bewegung (Arbeitsumsatz) sowie ohne körperliche Aktivität (Grundumsatz) benötigt. Der Energieverbrauch durch Bewegung hat bei den meisten Menschen abgenommen. Die Energiezufuhr ist im Durchschnitt allerdings unverändert geblieben (vgl. NVS II, 2008). Das liegt zum Beispiel daran, dass weniger körperliche Arbeiten verrichtet werden als früher, die Ernährungsmuster jedoch gleich geblieben sind. Dem Körper wird somit mehr Energie zugeführt, als

er verbrennt. Die Folge ist eine gestörte Energiebilanz. Dies trifft auf 36 Prozent der Männer und 31 Prozent der Frauen in Deutschland zu (NVS II, 2008). Die KiGGS-Studie zeigt, dass auch die Zahl der Kinder, die unter Fehlernährung und dadurch entstandene gesundheitliche Beeinträchtigungen leiden, wächst (BMG, BMELV, 23.02.2007).

Abb. 1: Lebensmittelverzehr von Kindern und Jugendlichen in Deutschland



Quelle: KiGGS-Studie: „Lebensmittelverzehr bei Kindern und Jugendlichen“ und KiGGS-Eskimo-Studie

## Übergewicht und Adipositas

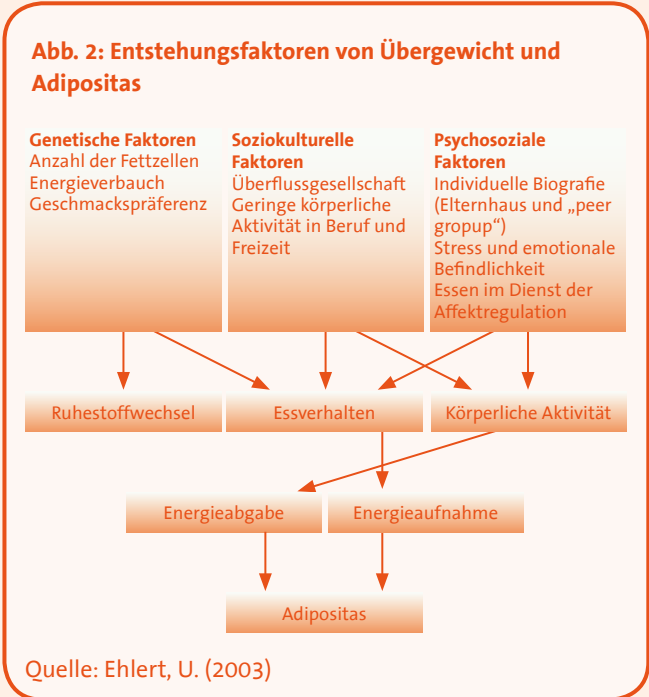
In der Regel wird Übergewicht in Anlehnung an die Definition der Weltgesundheitsorganisation als ein über der Alters- und Geschlechtsnorm liegendes Körpergewicht definiert (vgl. Warschburger et al., 2005). In Abgrenzung hierzu wird Adipositas durch einen übermäßigen Anteil der Fettmasse am Körpergewicht mit deutlicher Beeinflussung der Gesundheit und einer psychosozialen Entwicklungsstörung definiert. Eine einfache Methode, Übergewicht festzustellen, ist die Berechnung des Body-Mass-Index (BMI). Der BMI wird errechnet, in-



dem man das Körpergewicht durch die Körpergröße in Metern im Quadrat teilt:  $\text{kg/m}^2$ . Bei Kindern gibt es keine konstanten Richtwerte, da sie sich im Wachstum befinden. Dadurch ergeben sich alters- und entwicklungsabhängige Unterschiede bei Größe, Gewicht und BMI. Es ist noch nicht ausreichend bekannt, in welchem Alter welcher BMI zu Folgeschäden führt. Die derzeit anerkannte Methode, ist die Einstufung des BMI nach den Perzentil-Kurven nach Kromeyer-Hauschild et al. (2001). Danach werden Kinder ab der 90ten Perzentile als übergewichtig eingestuft, ab der 97ten Perzentile als adipös. Oder anders gesagt: die zehn Prozent im Verhältnis zur Körpergröße schwersten Kinder gelten als übergewichtig, die drei Prozent schwersten als adipös. Adipositas wird heute als chronische Gesundheitsstörung verstanden und gilt ebenso wie Magersucht (Anorexie) und Ess-Brech-Sucht (Bulimie) als Essstörung.

„Das Übergewicht und die so genannte Fettleibigkeit (Adipositas) gehören zu den größten Risiken für Gesundheit und seelisches Wohlergehen der Menschen im 21. Jahrhundert. Die Zahlen sind besorgniserregend. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) spricht für Europa bereits von einer Epidemie.“ (KiGGS Elternbrochure, 2006)

Das Ursachengeflecht für Übergewicht ist komplex – selten greifen einfache Erklärungsmuster. Vielmehr sind die Lebensumstände und der Lebensstil insgesamt entscheidend. Nicht das Ernährungs- oder das Bewegungsverhalten sind alleine verantwortlich.



Die Vermutung, dass allein der Verzehr bestimmter Lebensmittel für Übergewicht verantwortlich ist, lässt sich nicht belegen. Ergebnisse verschiedener Studien zeigen, dass das durchschnittliche Ernährungsmuster kaum in Beziehung zum durchschnittlichen Ernährungszustand der Kinder steht. 13,3 Prozent der Kinder mit einem „guten“ und 15,7 Prozent mit einem „schlechten“ Ernährungsmuster sind übergewichtig (Kiel Obesity Prevention Study – KOPS – 1996 bis 2009). Der Unterschied ist gering. Die KOPS-Studie zeigt, dass das alters- und größenbezogene Gewicht bei Kindern mit so genannten optimalen, normalen oder ungünstigen Verzehrgewohnheiten annähernd gleich ist. Auch die genetische Veranlagung kann für die Entwicklung von Übergewicht eine Rolle spielen. In seltenen Fällen tritt Fettsucht als Erbkrankheit auf. Genetik, Ernährung, Bewegungsmangel, sozioökonomische Faktoren sowie Einflüsse in der frühen Kindheit sind also Teil des Ursachengeflechts von Übergewicht und dessen Folgeerkrankungen.



### Fakten zum Übergewicht:

- 15 Prozent der Kinder und Jugendlichen zwischen drei und 17 Jahren haben Übergewicht, davon sind etwa sechs Prozent adipös (Kinder- und Jugendgesundheitsurvey – KiGGS, 2007).
- In Deutschland sind rund 51 Prozent der Frauen und 66 Prozent der Männer übergewichtig oder adipös (NVS II, 2008).
- Sozialer Hintergrund: Bildungsferne und einkommensschwache Bevölkerungsschichten sind überdurchschnittlich von Fehlernährung und Übergewicht betroffen und weisen am häufigsten Merkmale einer Essstörung auf. Ebenso besteht für Kinder mit Migrationshintergrund und mit übergewichtigen Eltern ein erheblich höheres Risiko, Übergewicht zu entwickeln (KiGGS, 2007).

Übergewicht und Adipositas liegen in weiten Teilen ähnliche Entstehungsmuster zugrunde. Auch die Auswirkungen sind ähnlich: Übergewichtige und adipöse Menschen werden häufiger krank. Diabetes mellitus Typ II, Fettstoffwechselstörungen, Bluthochdruck, Gicht, Arteriosklerose, Rücken- und Gelenksbeschwerden sind typische Langzeitfolgen. Diese sogenannten „Zivilisationskrankheiten“ treten heute zunehmend bereits bei Kindern und Jugendlichen auf.

Wer schon im Kindesalter übergewichtig ist, hat ein höheres Risiko im Alter die von einer hohen Energieaufnahme und geringen körperlichen Aktivität abhängigen Tumorerkrankungen (wie Dickdarmkrebs, Prostatakrebs und Brustkrebs nach der Menopause) zu entwickeln (vgl. Müller, M.J. et al, 2007). Und die Wahrscheinlichkeit, dass ein jugendlicher Übergewichtiger auch im Erwachsenenalter unter Übergewicht leidet, liegt bei etwa 80 Prozent.

### Wie kann eine ausgewogene Ernährung aussehen?

Eine ausgewogene Ernährung führt dem Körper alle Nährstoffe zu, die für die lebenswichtigen Körperfunktionen nötig sind. In der Wachstumsphase ist der Energie- und Nährstoffbedarf besonders hoch. Die Regeln für ausgewogene Ernährung sind einfach:

- Zu den Mahlzeiten und zwischendurch energiearme Getränke wie Fruchtttees, Wasser und Saftschorlen
- Mehrmals täglich, Obst, Gemüse, Getreide, Milch(-produkte)
- Mehrmals wöchentlich: Fleisch, Wurst, Fisch oder Eier
- Täglich wenig Fett in guter Qualität

Getreideerzeugnisse, wie z. B. Brot, Getreideflocken, Nudeln, Reis und Kartoffeln, Obst, Gemüse und Hülsenfrüchte, Milch und Milchprodukte versorgen Kinder jeden Tag mit lebensnotwendigen Nährstoffen und Energie, die satt und leistungsfähig machen. Die Ballaststoffe in Vollkornbrot, Getreideflocken, Hülsenfrüchten, Reis, Kartoffeln, Gemüse und Obst haben vielfältige Auswirkungen auf unsere Gesundheit. Sie sättigen gut und fördern die Verdauung. Und vermutlich können sie sogar bestimmten Krebserkrankungen vorbeugen.

#### Tipp:

Müsli als kleine Mahlzeit: Wenn Kinder sich ihr Müsli aus Getreideflocken, Obst, Rosinen und Nüssen selber machen dürfen, wird es ihnen noch besser schmecken.





#### Was tun mit „Gemüsemuffeln“:

Obst und Gemüse bevorzugen Kinder oft in mundgerecht geschnittener Form. Vor allem wenn sie selber vorher schnippeln durften, schmecken Rohkost und Obst zu jeder Mahlzeit.

#### Gemeinsame Mahlzeiten:

Gemeinsames Vorbereiten und feste Essenszeiten sind ebenfalls wichtige Grundregeln für eine gesunde Ernährung. Kinder brauchen regelmäßige Essenszeiten und wenn sie mitmachen dürfen, schmeckt es ihnen gleich doppelt so gut. Langsames Essen und eine gemütliche Atmosphäre begünstigen ein gesundes Essverhalten und steigern den Genuss.

Weitere Informationen finden Sie in der peb-Arbeitshilfe „gesunde kitas • starke kinder“, die Sie unter [www.ernaehrung-und-bewegung.de](http://www.ernaehrung-und-bewegung.de) kostenlos herunterladen können.

Schokolade, Chips und Co. sind nicht verboten. Sie sind etwas Besonderes, wenn sie nicht regelmäßig der Sättigung dienen. Sie sind etwas zum Genießen, über das sich Kinder und Erwachsene freuen können. Als Belohnung sollten sie nur in Ausnahmefällen eingesetzt werden.

### Für das Leben lernen – die kulturelle Dimension von Ernährung und Bewegung

Die Veränderung von Familienstrukturen und Tagesabläufen in Familien hat teilweise dazu geführt, dass das Wissen über Ernährung nicht mehr selbstverständlich von Generation zu Generation weitergegeben wird. Berufstätige Eltern, kleinere Familienverbände und seltener gewordene gemeinsame Essens- und Zubereitungszeiten haben die Ernährungsweisen verändert. Der Außerhaus- und Gemeinschaftsverpflegung kommt eine immer größere Bedeutung zu. Oft fehlen Gelegenheiten, Kinder wichtige sinnliche Erfahrungen machen zu lassen. Ihre Mithilfe in der Küche ist jedoch im Kindergarten- und Grundschulalter eine ausgezeichnete Möglichkeit, Neugier, Experimentierfreude, Eigenaktivität und Ernährungswissen auszubilden. Bei kleineren Kindern spielt dabei die Nachahmung noch eine große Rolle. Bei größeren Kindern stehen Selbsttun und Experimentieren im Vordergrund. Auch die Muster körperlicher Aktivität und Mobilität haben sich verändert. Während Kinder und Jugendliche sich zwar nach wie vor in Sportvereinen engagieren und bewegen, geht die Alltagsbewegung erheblich zurück (KiGGS, 2006). Spiel- und Sportplätze sind häufig die einzigen Bewegungsräume, die Kinder frei nutzen können. Nischen und Freiräume werden im unmittelbaren Wohnumfeld seltener oder sind schwerer erreichbar. Die Wohnung als Spielplatz wird wichtiger (vgl. Zimmer, 2004). Fernsehen und Computerspiele haben einen immer größeren Platz in der Freizeitgestaltung erhalten. Kinder werden in den Kindergarten oder in die Schule gefahren, zum Spielplatz, in die Musikschule oder zu einem Sportverein „transportiert“. Der selbstständigen Bewältigung von Wegen und der Erkundung von Lebenswelten stehen Verkehrsdichte, „Fahrdienste“, Rolltreppen, Fahrstühle einerseits und zum Beispiel Zeitdruck und Sicherheitsbedürfnis von Eltern andererseits entgegen (vgl. Zimmer 2004 & 2007).

! **ESSEN UND ERNÄHRUNGSVERHALTEN  
WERDEN VON KLEIN AUF GELERNT.**



### **Motivierende Rahmenbedingungen in KiTas und Grundschulen:**

- Gesundheitsförderung in das pädagogische Erziehungs- und Bildungskonzept einbinden.
- Berücksichtigen der Bewegungs-, Ruhe-, Ernährungs- und Trinkbedürfnisse der Kinder.
- Bewegungsfreundliche Rahmenbedingungen schaffen: ausreichend große Räume, bedürfnisorientierte Gestaltung der Innen- und Außenflächen, Lärmschutzmaßnahmen.
- Verpflegungskonzept überprüfen, verändern und optimieren.
- Beteiligungsmöglichkeiten an der Essenzubereitung schaffen.
- Pädagogische Fachkräfte, Lehrer und ggf. Hauswirtschaftskräfte qualifizieren.
- Mitarbeit und Beteiligung der Eltern intensivieren.
- Zusammenarbeiten mit Institutionen, die für die gesundheitliche Entwicklung relevant sind.

Jeder Einzelne steht vor der Aufgabe, eine gesundheitsförderliche Balance aus Ernährung, Bewegung und Genuss zu finden. Eltern haben hier die Verantwortung für ihre Kinder. Nicht immer gelingt dies, wie unter anderem die steigenden Zahlen fehlernährter, bewegungsarmer und damit übergewichtiger Kinder und Erwachsener zeigen. Kinder und ihre Familien müssen also dabei unterstützt werden, ihre Wahl zugunsten einer gesunden Zukunft treffen zu können. Hierfür brauchen sie ein motivierendes Umfeld: Eltern, Freunde, Verwandte, Kindergärten, Schulen und pädagogische Fachkräfte sowie Sportvereine.

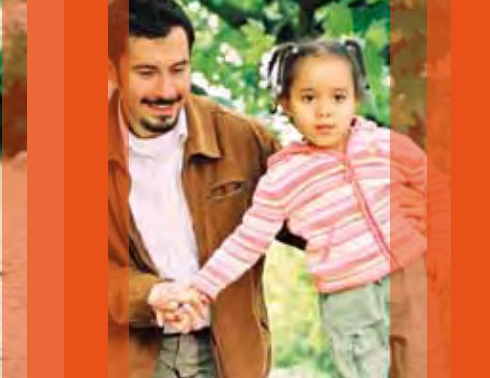
Empfehlungen für die Zusammensetzung ausgewogener oder gesünderer Ernährung gibt es ausreichend. Sie unterscheiden sich hinsichtlich der Bevorzugung verschiedener Lebensmittelgruppen und den Empfehlungen für die Zusammensetzung des Speiseplans. Entscheidend für ein ausgewogenes Ernährungsverhalten ist jedoch das Verständnis für die Zusammenhänge in denen Essen gelernt wird. Persönliche,

soziale und kulturelle Aspekte prägen das Empfinden von Hunger, Durst Appetit und Sättigung. Insbesondere von der sozialen Umwelt hängt die Ausbildung des Ernährungsverhaltens des Kindes stark ab, sodass den Bedingungen des Aufwachsens und der Erziehung in Familie, Schulen und Kinderbetreuungseinrichtungen auch hier eine entscheidende Rolle zukommt.

### **Bewegung im Alltag**

Bewegung hält fit – soweit ist das richtig. Bewegung jedoch nur als zweckdienliches Mittel beim Aufwachsen der Kinder zu begreifen, ist zu kurz gegriffen. Im Zentrum des Gesundheitsbegriffes der Weltgesundheitsorganisation steht das körperliche, seelische und soziale Wohlbefinden. Die Erfüllung des kindlichen natürlichen Bewegungsdrangs ist eine Voraussetzung, um Wohlbefinden zu verspüren.

Ausreichend Bewegung ist auch ein wichtiger Faktor für Wachstum und Entwicklung junger Menschen. Ebenso wie bei der Ernährung entwickeln sich im Kindesalter auch Bewegungsverhalten, -gewohnheiten und Einstellungen zur körperlichen Aktivität. Durch Bewegung gewinnen Kinder unmittelbare Erfahrungen: Raum-, Distanz-, Geschwindigkeits-, Schwerkraft- und Gewichtsvorstellungen entwickeln sich. Durch die Orientierung im Raum lernen Kinder zum Beispiel die Unterscheidung zwischen oben und unten, links und rechts – eine Grundvoraussetzung für das mathematische Verständnis. Sie lernen dabei aber auch ihren Körper kennen: seine Belastbarkeit und Leistungsfähigkeit, Körperreaktionen wie Schwitzen oder höhere Atemfrequenz nach großer Anstrengung, Balance, Rhythmus, Leichtigkeit und Schwere, Müdigkeit, Durst, Hunger, Entspannung und Zufriedenheit. Lustvolle Bewegungserlebnisse und kindlicher Forschergeist bilden die Grundlage für eine Sensibilisierung der Sinne und schaffen die Voraussetzung für die Ausbildung von lebenslangen Gewohnheiten (vgl. Zimmer, 2004 & 2007).



## DER NATÜRLICHE BEWEGUNGSDRANG WIRKT SICH POSITIV AUF DIE GESAMTE ENTWICKLUNG AUS.

Kinder haben Spaß am Lernen, Entdecken und Erforschen. Je mehr sie dabei Körper und Sinne einsetzen können, desto mehr wird ihr Interesse geweckt. Selbstvertrauen, Eigenständigkeit, ein positives Selbstkonzept, Fitness und Gesundheit sind hierbei gute Nebenprodukte eines bewegungsreichen Alltags. Durch Bewegung, Spiel und Sport wird die Bildung individueller Gesundheitsressourcen unterstützt. Physiologisch geht es um die Kräftigung des Haltungs- und Bewegungsapparates, die Stärkung des Herz-Kreislauf- und des Immunsystems sowie die Verbesserung des Energiestoffwechsels. Ausreichend Bewegung und die Verbesserung der motorischen Kompetenzen verhelfen zu einem positiveren Selbstkonzept und stärken das Selbstvertrauen. Dies wirkt sich auch positiv auf die Unfallprävention aus, da die Reaktions- und Koordinationsfähigkeit geschult werden. Ergebnisse aus Schuleingangsuntersuchungen unter anderem in Göttingen, Essen und dem Saarland zeigen, dass immer mehr Kinder Defizite in der motorischen Entwicklung aufweisen. Ebenso wurden Defizite der Ausdauer- und Koordinationsfähigkeit, vermehrte Haltungsschäden, Über- und Untergewicht festgestellt. Zu einer nachhaltigen Prävention gehören geeignete Maßnahmen und Aktivitäten, die gezielt dazu beizutragen, dass Kinder und Jugendliche in ihrer Kompetenz und ihrer Entscheidungsfähigkeit zugunsten eines gesunden Lebensstils gestärkt werden.

Insgesamt bewegen sich die meisten Menschen zu wenig. Ausgleichende Bewegungsangebote erreichen viele Zielgruppen nicht ausreichend oder sogar gar nicht.

## ELTERN UND ANDERE BEZUGSPERSONEN SIND DIE WICHTIGSTEN VORBILDER FÜR KINDER.

Eltern kommt in der Bewegungsförderung eine ebenso wichtige Rolle zu wie bei der Ernährung, denn sie sind die ersten Vorbilder, an denen Kinder sich orientieren. Kinder übernehmen die Gewohnheiten der Eltern auch in Bezug auf bewegungsrelevante Lebensbereiche des Alltags: Autofahrten, Fußwege, Spaziergänge, die Bevorzugung von Treppen oder Fahrstühlen, Toben, Sport, Fernsehverhalten. Der Wert der Bewegung im Alltag der Eltern wird schnell zum Wert der Bewegung der Kinder. Umso wichtiger ist es, dass KiTas und auch Schulen heute innerhalb ihrer institutionellen Rahmenbedingungen und Möglichkeiten auch die Eltern mit einbeziehen: Sei es bei der Gestaltung eines Tagesausflugs, über den Elternrat bei der Programmgestaltung, durch gemeinsame Bewegungsaktivitäten, Informationsangebote oder Elterngespräche.

Schon bei der Wahl des Kindergartens können Eltern einen entscheidenden Beitrag zu ausreichender Bewegung ihrer Kinder leisten: Bietet der Kindergarten genügend Raum für Bewegung und Sport in seinem Tagesablauf, im Außengelände der Einrichtung und im Gebäude selbst? Gibt es Erzieherinnen mit Zusatzqualifikationen im Sport- / Motorikbereich (z. B. Übungsleiterlizenzen oder Psychomotorikausbildungen)? Kooperiert der Kindergarten mit Sportvereinen? Was sagen Leitbild und Konzeption der Einrichtung über die Bewegungsförderung von Kindern aus?

Und auch in der Schule sind einige Möglichkeiten für die Bewegung von Kindern und Jugendlichen geboten. Die gegenwärtigen Entwicklungen von vermehrten Ganztagschulen bieten vor allem Kindern, für deren Familien eine Sportvereinsmitgliedschaft aus finanziellen- oder Interessensgründen nicht in Frage kommt eine zusätzliche Möglichkeit zum Sporttreiben. An vielen Ganztagschulen finden Schüler durch Kooperationen zwischen Sportvereinen und Schulen die Möglichkeit, mehrmals in der Woche geregelten Sportangeboten, zusätzlich zum Sportunterricht nach dem Lehrplan, nachzugehen. Durch die direkte Anknüpfung an den Schulunterricht bieten diese Bewegungsangebote nicht nur die Möglichkeit der rein körperlichen Aktivität, sondern sie bieten auch einen Ausgleich zu den theoriebezogenen Unterrichtsfächern.





Multiplikatoren in Schule und Sportverein sind für eine sinnvolle Gestaltung der Angebote zu einer engen Zusammenarbeit aufgefordert. Nicht nur Sportangebote innerhalb des Stundenplans, sondern im gesamten Schulalltag – z. B. in Form von bewegten Pausen – tragen zu ausreichender Bewegung der Schüler bei und sollten verstärkt angeboten werden.

**Tipp:**

Eltern werden mit vielen neuen Aufgaben konfrontiert. Unterstützung ist für sie hilfreich, wenn sie unkompliziert und konkret ist. Das peb-Faltblatt „Starke Kinder • Starke Familie“ bietet Tipps für eine Alltagsgestaltung mit ausgewogenen, schmackhaften und einfach zuzubereitenden Mahlzeiten und viel Bewegung. Die Broschüre können sie kostenlos bei der peb-Geschäftsstelle bestellen.

**Zum Weiterlesen**

- BzGA; Robert Koch-Institut (Hrsg.): Erkennen – Bewerten – Handeln: Zur Gesundheit von Kindern und Jugendlichen in Deutschland. Berlin und Köln 2008.
- Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) (Hrsg.): Ernährungsbericht 2008. Bonn, 2008. Downloadadresse: [www.dge.de](http://www.dge.de)
- Deutsche Sportjugend / Deutscher Olympischer Sportbund: Chancen der Ganztagsförderung nutzen, Frankfurt am Main, 2008. Bestellung / Download unter [www.dsj.de/publikationen](http://www.dsj.de/publikationen)
- Deutsche Sportjugend: Bewegung und Ernährung, Frankfurt am Main, 2008.
- Deutsche Sportjugend: Die Zukunft gestalten – Mehr Bewegung für Kinder realisieren!, Frankfurt a. M. 2007. Bestellung / Download unter [www.dsj.de/publikationen](http://www.dsj.de/publikationen)
- Deutsche Sportjugend: Bewegungserziehung im Elementarbereich – Ein Orientierungsrahmen, Frankfurt am Main, 2004. Bestellung / Download unter [www.dsj.de/publikationen](http://www.dsj.de/publikationen)
- Max Rubner-Institut – Bundesforschungsinstitut für Ernährung und Lebensmittel (Hrsg.): Nationale Verzehrs-

- studie II. Ergänzungsband zum Ergebnisbericht, Teil 1. Ausgewählte Ergebnisse nach Schichtindex. 2008. Downloadadresse: [www.bmelv.de](http://www.bmelv.de) und [www.mri.bund.de](http://www.mri.bund.de)
- Max Rubner-Institut – Bundesforschungsinstitut für Ernährung und Lebensmittel (Hrsg.): Nationale Verzehrsstudie II. Ergebnisbericht, Teil II. Die bundesweite Befragung zur Ernährung von Jugendlichen und Erwachsenen. 2008. Downloadadresse: [www.bmelv.de](http://www.bmelv.de)
- Momm-Zach, H.: Adipositas – der Leidensweg der dicken Kinder. Hintergründe für Kindergarten und Schule. E&Z Verlag, Duisburg, 2007.
- Plattform Ernährung und Bewegung (Hrsg.): Komm' in Schwung. Der kluge Alltags-Plan für fitte Kinder. Otus Verlag, CH-St. Gallen, 2008.
- Pudiel, V.; Westenhöfer, J.: Ernährungspsychologie. Eine Einführung. Hogrefe Verlag, Göttingen, 3. unveränderte Auflage 2003.
- Robert Koch-Institut (Hrsg.): Erste Ergebnisse der KiGGS-Studie zur Gesundheit von Kindern und Jugendlichen in Deutschland. Berlin, Dezember 2006.
- Rohlfing, D.; Brandt, S.: Kursbuch Ernährungserziehung. So ernähren sich Kinder rundum gut. Reihe „Unsere gesunde KiTa“, Don Bosco Verlag, München, 2002.
- Zimmer, R.: Kursbuch Bewegungsförderung. So werden Kinder fit und beweglich. Reihe „Unsere gesunde KiTa“, Don Bosco Verlag, München, 2004.
- Zimmer, R.: Toben macht schlau! Bewegung statt Verkopfung. Verlag Herder spektrum, Freiburg im Breisgau. 3. Auflage, 2004.

**Zusammenarbeiten für einen gesunden Lebensstil von Kindern**

Ausgewogene Ernährung und ausreichend Bewegung sind die besten Grundlagen für die Prävention von Übergewicht. Viele Verhaltensweisen und Einstellungen Jugendlicher und Erwachsener resultieren aus dem Lernen in der frühen Kindheit. In dieser Lebensphase werden u. a. der Umgang mit dem eigenen Körper, das Ernährungsverhalten und die Bewegungsgewohnheiten maßgeblich geprägt (Zimmer, R., 2004). Immer wieder wird eine nachhaltige Ernährungs- und Bewegungserziehung gefordert, wobei es Patentlösungen kaum gibt. Wenn





Erziehung und Bildung jedoch langfristig zu einem gesunden Lebensstil führen sollen, bedarf es kontinuierlicher Konzepte und Strukturen statt einzelner, kurzlebiger Projekte. Kein Akteur kann diese Herausforderung alleine meistern. Um dies zu erreichen, müssen viele Akteure zusammenarbeiten. Dies ist ein zentraler Ansatz der peb: die Vernetzung der relevanten Akteure. Durch das Projekt „Regionen mit peb“ konnte peb von Juli 2008 bis März 2010 19 Regionen in ihrer Netzwerkarbeit unterstützen. Darunter waren auch Regionen, die ein Netzwerk zur Übergewichtsprävention aufbauen möchten. Die Erfahrungen, Bedarfe und Anregungen aus diesen Partnerregionen von peb bilden die Grundlage für den Praxisteil dieser Arbeitshilfe.

Der folgende Praxisteil richtet sich nicht an spezielle Berufsgruppen oder Einrichtungsarten, sondern behandelt im Überblick grundlegende Bereiche der Netzwerkarbeit. Hilfen in Form von Checklisten, Musterplänen und Beispielen erleichtern die Arbeit für das Netzwerk, Veranstaltungsmanagement und Öffentlichkeitsarbeit. Die einzelnen Abschnitte sind ebenso als Vorlagen oder zur Reflexion der eigenen Arbeit nutzbar.



## Kapitel 2: Arbeiten in Netzwerken

Ein wichtiger Bestandteil der Arbeit von peb ist die Vernetzung der engagierten Akteure mit ihren unterschiedlichen Ansätzen und Initiativen. Die Vorbeugung von Übergewicht bei Kindern ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, der sich die über 100 peb-Mitglieder aus allen gesellschaftlichen Gruppen, wie der Politik, der Wirtschaft, der Wissenschaft, den Ärzten und den Eltern, gemeinsam stellen. Diese Vernetzung der Aktiven ermöglicht die Nutzung von Synergien. Kooperationen sind ein wichtiger Erfolgsfaktor zum gemeinsamen Erreichen gesteckter Ziele. Sie sind jedoch in der Regel eindimensional: Zwei Partner teilen ihr Wissen oder ihre Dienstleistungen miteinander, ohne aus den weiteren Kooperationen des Partners Nutzen ziehen zu können. Netzwerke hingegen ermöglichen einen wesentlich breiteren Austausch, der es jedem Partner ermöglicht jeweils von den Interaktionen anderer zu profitieren. Zielgerichtet lassen sich Aktivitäten gemeinsam und damit ressourcenschonend erarbeiten. Insbesondere für Einrichtungen mit kleinem Personalstamm und geringer finanzieller Ausstattung, wie es in sozialen Institutionen und vorwiegend ehrenamtlich getragenen Vereinen häufig der Fall ist, kann die Netzwerkpartnerschaft ein Weg zum Erfolg bei der Bewältigung von alltäglichen Aufgaben und besonderen Anforderungen sein.

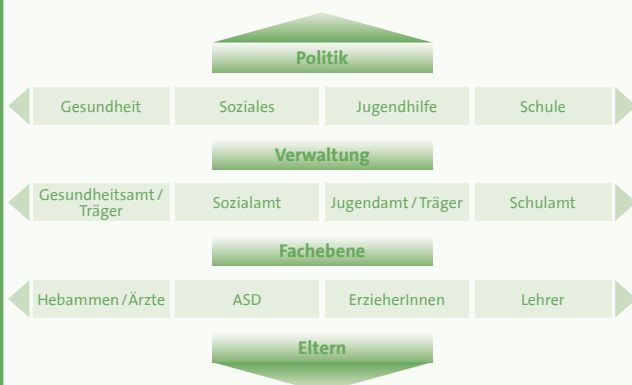
### Beispiel frühkindliche Bildung

In einem Netzwerk zur Prävention von Übergewicht bei Kindern können sich viele verschiedene Berufs- und Interessengruppen mit den verschiedensten Erwartungen, Zielen und Herangehensweisen zusammenfinden (siehe Abb. 4 auf S. 21). Netzwerke als Form der kooperativen Arbeit von Akteuren basieren auf gemeinsamen Visionen, Ideen und konkreten Vorhaben. Sie leben von der Bereitschaft ihrer Mitglieder, eigene Beiträge, Erkenntnisse und Problemstellungen in die gemeinsame Arbeit einzubringen und somit zur Unterstützung des gesamten Netzwerks beizutragen. Netzwerke verknüpfen dabei die unterschiedlichen Ziele und Strategien der einzelnen Akteure und Gruppen. Sie können sehr unterschiedlich strukturiert sein: von locker verbundenen Gruppen ohne organisationsrechtliche Strukturen bis zu institutionellen Organisationsformen, wie z. B. einem zweck- und zielgebundenen Verein.

### Voraussetzungen für den Aufbau von Netzwerken

Für die Initiierung von Netzwerken sind vor allem gemeinsame Ziele und Vorhaben grundlegend. Je konkreter ein Ziel und die Umsetzungsschritte formuliert werden, desto wahrscheinlicher ist eine erfolgreiche Zusammenarbeit. So können die Akteure besser ihren individuellen Nutzen der Netzwerkarbeit erkennen. Die Identifikation mit dem Netzwerk steigt dadurch. Eine lose Verabredung auf nicht genau definierte Netzwerkziele und Arbeitsschritte führt dagegen selten zum Erfolg.

Abb. 3: Am interprofessionellen Dialog beteiligte Akteure



Quelle: Bertelsmann Stiftung, 2008



### Vorteile des interprofessionellen Dialogs

- gemeinsam Veränderungen bewirken
- neue Kontakte gewinnen
- neues Wissen aufbauen
- regelmäßige Erfahrungen austauschen
- Know-how anderer mitnutzen
- neue Zielgruppen erschließen und ansprechen
- eigene Kompetenzen einbringen
- Leistungsspektrum der Institution erweitern
- konkurrenzfähig werden
- eigene Flexibilität verbessern
- Risiken gemeinsam tragen
- Kapazitäten auslasten bzw. entlasten
- Kosten reduzieren
- neue Sichtweisen und Blickwinkel kennenlernen: über den Tellerrand schauen
- berufsspezifische Verinselung vermeiden

### ! EIN NETZWERK KANN SICH AUS DEN UNTERSCHIEDLICHSTEN SITUATIONEN

#### ● HERAUSGRÜNDEN:

- FACHGESPRÄCHE
- POLITISCHER WILLE
- WISSENSCHAFTLICHE/FACHLICHE ERKENNTNISSE
- U.V.M.

### Beispiel einer Netzwerkgründung

Auf einer Geburtstagsparty trifft eine Erzieherin im Gespräch auf eine Kinderärztin, die sich mit dem Sportlehrer von nebenan austauscht. Alle drei stellen fest, sie arbeiten mit Kindern und berichten von ihren aktuellen Beobachtungen und Problemstellungen. Die Erzieherin berichtet von den ihrer Meinung nach „katastrophalen Zuständen“ in den Brotdosen der Kinder – wenn die Kinder überhaupt etwas mitbringen. Die Ärztin ergänzt aus ihrer Praxis Fallbeispiele von Kindern, die übergewichtig sind oder motorische Entwicklungsdefizite aufweisen. Auch der Sportlehrer weiß aus seinem Alltag, dass im Turnunterricht sehr viele Kinder lustlos und nach fünf Minuten aus der Puste sind. Gemeinsam suchen sie im Gespräch nach Ursachen. Am wichtigsten erscheint ihnen die soziale Zusammensetzung des Stadtteils, dass die Wohngegenden vielfach reizarm sind und Spiel- und Bewegungsmöglichkeiten im Stadtteil sehr zu wünschen übrig lassen. Man einigt sich zum Abschied darauf, sich in der nächsten Woche zusammenzusetzen und die Probleme intensiver zu erörtern. Ein kleiner Initiativkreis ist entstanden.

Die drei Initiatoren des entstehenden Netzwerks beschließen, nach dem zweiten Treffen weitere Kollegen und Fachleute aus der Gemeinde hinzuzuziehen, weil ihnen zu dritt die Lösung der Probleme unmöglich erscheint. Die Erzieherin interessiert die KiTa-Leiterin und die Fachberatung der Einrichtung. Die Ärztin erkundigt sich beim Gesundheitsamt nach aktuellen Problemlagen und Informationen zur Gesundheit vor Ort. Der Sportlehrer schafft es, sein Kollegium zu interessieren.

Trotzdem: Nicht alle Netzwerkpartner identifizieren bzw. widmen sich über den gesamten Zeitraum der gemeinsamen Arbeit gleich stark. Das kann an fehlender Zeit für die zusätzlichen Aufgaben liegen. Auch die persönliche Lebenslage Einzelner kann entscheidend sein. Fehlende Aufgaben, unklare Aufträge und mangelndes Wissen über Inhalte und Notwendigkeiten sind kontraproduktiv.

Die Erwartungen an das Netzwerk, die Einschätzung zum Nutzen und dem Sinn können sich im Laufe der Zeit verändern. Etwa wenn Ansprechpartner und personelle Zuständigkeiten bei den Akteuren wechseln. Die Transparenz der Netzwerkarbeit ist daher sehr wichtig: Aktives Aufeinander zugehen, das Teilen von Verantwortung oder auch das Fragen nach Unterstützung gehören dazu. Eine wichtige Aufgabe ist es daher, regelmäßig über den Stand des Erreichten sowie über kommende Aufgaben und Verantwortlichkeiten zu informieren.

Das folgende Beispiel verdeutlicht, was bei der Initiierung von Netzwerken wichtig ist:



Für das dritte Treffen laden sie alle Interessenten ein und fordern diese auf, möglichst viele Kolleginnen und Kollegen sowie andere Interessierte mitzubringen. Es kommen 16 Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Langsam beginnt sich, bei den Fachleuten unterschiedlichster Berufe ein gemeinsames Problembewusstsein für den Stadtteil zu entwickeln. Auf viele Fragen, die in der Problemdiskussion entstehen, wissen die Anwesenden keine Antwort und es wird beschlossen, gezielt nach weiterer Expertise im Stadtteil und der weiteren Umgebung zu suchen. Unsicherheit besteht, welcher Partner wie intensiv an der konkreten Lösung der identifizierten Probleme mitarbeiten kann, wer welche Aufgabe übernimmt und die Arbeit finanziert. Dafür einigt sich die Gruppe auf eine einheitliche Formulierung ihres Problems und leitet daraus erste Zielvorstellungen für mögliche Projekte und für die Inhalte eines Leitbildes ab.

1. Der Stadtteil ist wenig bewegungsförderlich und reizarm für Kinder. Es sollen mehr Bewegungs- und Spielräume geschaffen werden.
2. Das Verkehrssicherheitskonzept soll auf die Mobilitätsbedürfnisse von Kindern (KiTa- und Schulwege, Zugänglichkeit von Spielräumen) überprüft und angepasst werden.
3. Der Schul- und Vereinssport soll intensiviert werden und gezielt Familienangebote machen. Andere Institutionen für Kinder erweitern ebenfalls ihr Bewegungsangebot.
4. Die Kinderverpflegung soll im gesamten Stadtteil und in allen Institutionen sowie unter Einbeziehung der Eltern überprüft und wo nötig verbessert werden.

Mit diesen Zielen wird beschlossen, die entsprechende Expertise im Stadtgebiet und der weiteren Umgebung anzusprechen, um die Lebens- und Rahmenbedingungen für das Aufwachsen von Kindern zu verbessern. Es entstehen auch bei den Teilnehmern des Netzwerktreffens Ideen für eigene Angebote, Projekte und neue Kooperationen. Insbesondere Eltern sollen in die Entwicklung neuer Angebote einbezogen werden, da es um lebensstilbezogene Aktivitäten geht.

„WICHTIGSTE VORAUSSETZUNG IST DIE ENTWICKLUNG EINER GEMEINSAMEN HALTUNG ALLER AKTEURE, DIE IM NETZWERK ZUSAMMENARBEITEN“.  
(BERTELSMANN STIFTUNG, 2008)

Auf dem nächsten Treffen berichten die neuen Kooperationspartner von ihren Planungen und ersten Erfolgen und formulieren erneut ihr Anliegen, dem gesamten Stadtteil zu mehr Lebensqualität zu verhelfen. Inzwischen sind auch zwei Ratsmitglieder aus dem Jugendhilfeausschuss sowie der Leiter des Gesundheitsamts dem Netzwerk beigetreten. Sie versprechen die schnelle kommunale Beteiligung durch Sachleistungen und die Überprüfung der Fördermöglichkeiten einer Netzwerkestelle aus kommunalen und ergänzenden Fördermitteln. Für das folgende Treffen wird bereits mit der Problem- und Zielbeschreibung zur richtigen Netzwerkgründung eingeladen und das Ereignis an die Presse gemeldet. Im Lokalteil erscheint ein ausführlicher Artikel zur Problemlage und den Akteuren, die ein Netzwerk gründen wollen. Es melden sich verschiedene weitere interessierte Fachleute. Einige Firmen sichern ihre Unterstützung zu. Nun wird das Netzwerk gegründet und die eigentliche Arbeit beginnt.

BESONDERS WICHTIG IST ES, ELTERN ALS ZENTRALE AKTEURE ERNST ZU NEHMEN UND EINZUBINDEN.

### Mögliche Netzwerkpartner

Viele KiTas und Grundschulen kooperieren bereits mit einzelnen Institutionen, Kinderärzten, anderen kommunalen Angeboten oder Sportvereinen. So bieten sie z. B. Elternabende zum Thema Ernährung mit einer Ernährungsberaterin oder Sportangebote für Eltern an. Gute Beispiele fußen auf vernetzten Kooperationen. In der Regel sind Akteure aus den Ebenen Politik, Verwaltung, Schulen, KiTas und die Eltern beteiligt (siehe Abb. 3 und 4). Es kann jedoch auch sinnvoll sein,





Abb. 4: Beispiele für Akteure und Partner für Netzwerke zur Übergewichtsprävention

*Andere Akteure der Lebenswelt von Familien*

	Trägereinrichtungen/-organisationen der Einrichtungen	Grünflächenamt (Spielplätze)
Politiker	Sportamt (Sportplätze)	andere Vereine (z. B. Umweltschutz, Wandern, Brauchtumspflege)
örtliche Krankenkassen	Quartiersmanagement	Kinder- und Jugendringe, Kinder- und Jugendparlamente
Gesundheitsamt	Kliniken / Krankenhäuser	Agenda 21-Gruppen
Jugendamt	andere Sport-, Freizeit- und Ernährungsanbieter	Ernährungsberaterinnen
	Fachberaterinnen für Kindertagesstätten	Lebensmittelgeschäfte/Supermärkte
Schulamt	(örtliche) Lebensmittelhersteller	Landwirte, Erzeugergemeinschaften

*Nähere Lebenswelt der Familien*

	Elternvertretung/Elternrat	Therapeuten
Logopäden	Kinder- und Zahnärzte	Erziehungsberatungs- und Familienstellen
Ergotherapeuten, Motopäden	Selbsthilfegruppen und -kontaktstellen	
Volkshochschulen		andere soziale Dienste

*Unmittelbare Lebenswelt von Kindern*

andere Kinder- und Jugendeinrichtungen / Fachkräfte		Vereine und Initiativen mit Angeboten für Kinder
Sportvereine / Übungsleiter		Kindergärten / Erzieherinnen
Schulen / Lehrer		Eltern





zusätzlich neue, auf den ersten Blick ungewohnte Partner anzusprechen und sich in Netzwerken gemeinsam zu engagieren. Zum Beispiel könnten Landwirte der Region mit ihrem Wissen und ihrem Betrieb helfen, Wissenslücken bei Eltern und Kindern zu schließen. Ein Besuch auf dem Bauernhof ist spannend und bewegungsreich. Auch unkonventionellere Partner (siehe Abb. 4), wie der Kleingartenverein mit seinen unzähligen Gemüserabatten, der Imker, die örtliche Molkerei, der Nudelhersteller oder Süßwarenfabrikant können gute Partner im Netzwerk Übergewichtsprävention sein. Dauerhaft als Akteur, punktuell als Partner oder als Sponsor.

Kinder können in Betrieben erfahren, wie Lebensmittel hergestellt werden, wie die Zutaten schmecken oder wann was wächst und geerntet wird. Eltern und pädagogische Fachkräfte lernen mit, sie können mit neuen Partnern neue Sichtweisen austauschen und regionale oder lokale Strategien entwickeln und gemeinsame Maßnahmen umsetzen.

Viele Unternehmen der Lebensmittelbranche engagieren sich für einen gesunden Lebensstil. Informationen zu Materialien und Medien im Themenfeld Ernährung und Bewegung stehen auf den Internetseiten des Bundesverbands für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e. V. (BLL) in der Rubrik Ernährung und Bewegung kostenlos zum Download zur Verfügung. [www.bll.de](http://www.bll.de)

! EIN NETZWERK BENÖTIGT EINEN ORT, AN DEN ZENTRALE NETZWERK-, VERWALTUNGS- UND KOMMUNIKATIONS-AUFGABEN DELEGIERT WERDEN KÖNNEN.

### Was Netzwerke brauchen

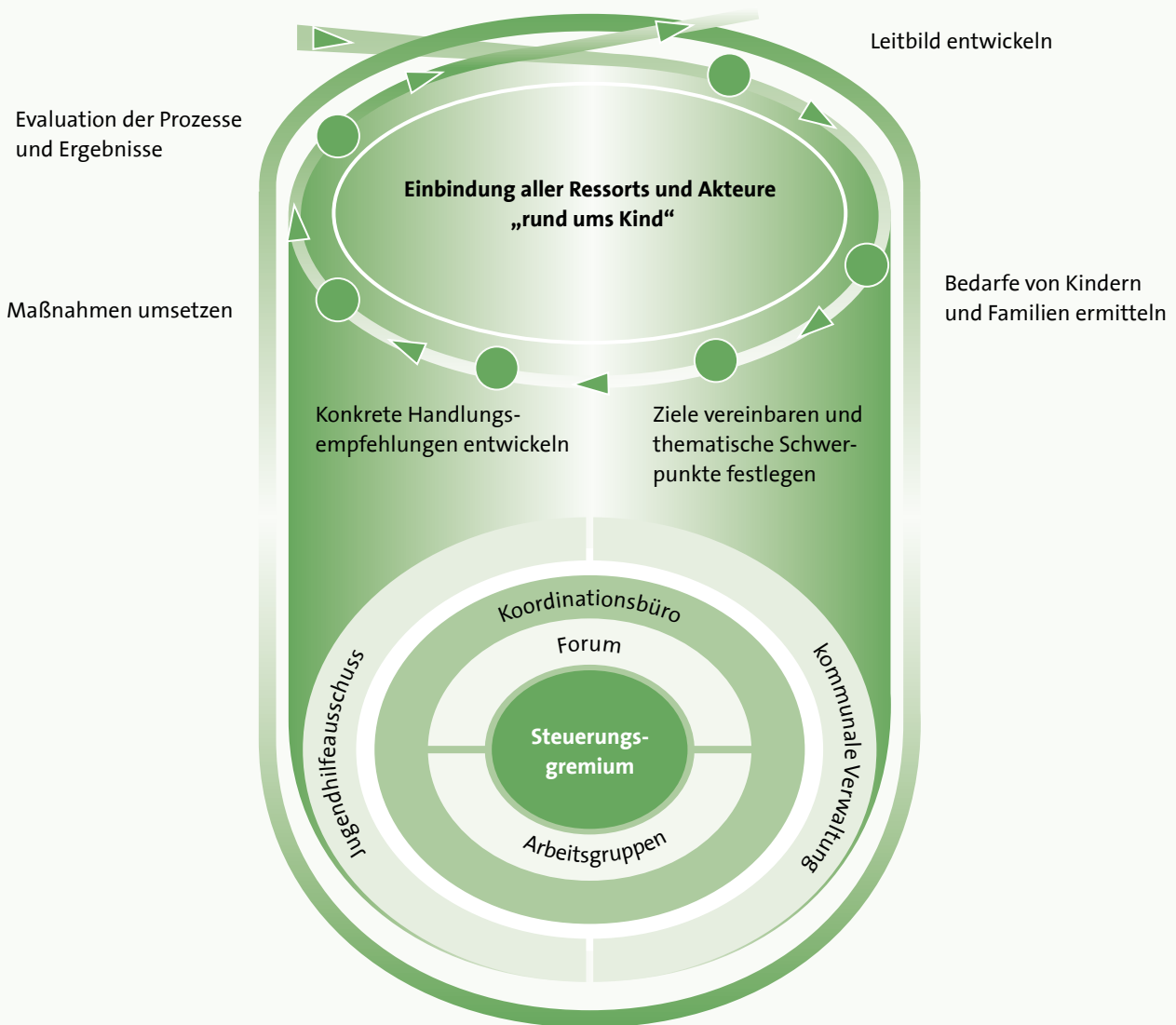
Netzwerke haben dynamische Strukturen, die sich über die Zeit verändern. Den „one-best-way“, sie zu organisieren und zu strukturieren gibt es nicht. Netzwerke brauchen daher offene Strukturen und eine Grundhaltung, die es erlauben, kontinuierlich voneinander zu lernen (Bertelsmann Stiftung, 2008).

Spannungsverhältnisse in Netzwerken sind nicht selten und können zu unterschiedlichen Zeitpunkten verschieden stark auftreten. Die Ursachen können darin liegen, dass die Akteure unterschiedliche Prioritäten und Interessen mitbringen. Sie haben zum Beispiel in ihren Einrichtungen unterschiedliche Aufgaben und Zielgruppen und sind finanziell bzw. personell unterschiedlich ausgestattet. Auch die unterschiedlichen sozialräumlichen Rahmenbedingungen, weltanschauliche oder politische Grundlagen spielen eine wichtige Rolle im Verhalten der Akteure. Das Konfliktpotenzial sollte immer wieder bewusst beachtet werden. Erfahrungsaustausch, konstruktive Kritik und Voneinander-Lernen brauchen Platz in der Netzwerkarbeit. Ausprobieren gehört zur Netzwerkkultur. Das setzt aber auch voraus, dass es eine schnelle Rückmeldung über Erfolge und Misserfolge gibt. Spezielle Fragestellungen und Probleme lassen sich auch in Arbeitsgruppen (Teilnetzwerken) lösen.

Tragfähige Beziehungen im Netzwerk erwachsen nur aus dem kontinuierlichen interprofessionellen Dialog und der gemeinsamen Wissensentwicklung. Jeder Netzwerker hat daher die Aufgabe, als Teamplayer an der Kommunikation und den Aktivitäten teilzunehmen. Netzwerke sind kein Selbstzweck, sondern ein Werkzeug, um gemeinsam ein Ziel zu erreichen. Trotzdem gilt, dass das Netzwerk nur so lange wirksam ist, wie die Akteure davon ausgehen, einen Nutzen ziehen zu können.

Jeder Akteur sollte sich gleichermaßen für das Netzwerk engagieren können. Die gemeinsam vereinbarten Ziele, das Leitbild und die einzelnen Umsetzungsschritte sind verbindlich und handlungsleitend. Es kann jedoch sein, dass sie nicht in allen Nuancen absolut deckungsgleich mit den Zielen der eigenen Institution sind. Akteure müssen daher auch kompromissbereit sein: Es ist möglich, ein Teilprojekt des Netzwerks zu unterstützen, ohne die Inhalte 100 Prozent zu teilen. Ein Beispiel: Eine Elterninitiative macht sich im Netzwerk sehr stark für Bio-Essen. Eine KiTa argumentiert dagegen, da Kinder erst einmal grundlegendes Ernährungswissen bräuchten. Die Akteure einigen sich darauf, keine Aussagen über das Netzwerk zu propagieren, die Nahrungsmittelpfehlungen beinhalten. Wichtig ist, dass das große gemeinsame Ziel erreicht wird.

Abb. 5: Beispiel einer Steuerungsstruktur und gemeinsamen Handelns in einem kommunalen Netzwerk für Kinder



Quelle: Bertelsmann Stiftung, 2008



## NETZWERKZIELE UND LEITBILD IM GEGENSATZ ZU AUFGABEN UND TEILPROJEKTEN NICHT ZU DETAILLIERT FORMULIEREN.

Die Vielfalt der Akteure, ihre individuellen Ziele und Aufträge, die Vielfalt an Kompetenzen, die Interdisziplinarität der Partner und Branchen sind vor allem eine Chance. Institutionalisierte Hierarchien und Abhängigkeiten unter den Akteuren sind nicht vorgesehen. Trotzdem sollten Aufgaben und Kompetenzen im Netzwerk klar verteilt werden:

Ein Netzwerk braucht einen „Macher“ oder „Manager“ (oft auch „Antreiber“), der intensiv mit einer Steuerungsgruppe zusammenarbeitet.

## NETZWERKARBEIT IST BIS AUF WENIGE AUSNAHMEN (Z. B. PERSONALSTELLE IM KOORDINATIONS-BÜRO) EINE FREIWILLIGE UND ZUSÄTZLICHE LEISTUNG DER AKTEURE.

Ein Netzwerk braucht ein legitimes Steuerungsgremium oder ein Kernteam, das regelmäßig die wichtigen Inhalte und aktuellen Themen, Aufgaben und Fragestellungen diskutiert und für das Netzwerk Handlungsempfehlungen entwickelt und vorschlägt. Der Einsatz eines Steuerungsgremiums ermöglicht schnellere und kürzere Entscheidungswege und vermeidet, dass alle Akteure an allen Terminen zur Entscheidungsfindung teilnehmen müssen. Das Leitbild des Netzwerks ist dabei handlungs- und entscheidungsleitend für die Mitglieder dieses Kernteams. Es löst im Rahmen seines Auftrags alltägliche Probleme und trifft Entscheidungen. Dazu gehören die Organisation von Netzwerktreffen bzw. Veranstaltungen, die Dokumentation der Netzwerkarbeit, eventuell die Verwaltung gemeinsamer Finanzen, der Kontakt zu öffentlichen Stellen (z. B. Jugendhilfeausschuss, kommunale Verwaltung) und vieles mehr. Sofern ausreichend Finanzmittel akquiriert werden können, bietet es sich an, ein Koordinierungsbüro einzurichten.

## MÖGLICHE AUFGABENBEREICHE EINES KOORDINIERUNGS-BÜROS WERDEN IN DER MERKLISTE AUF SEITE 24 BESCHRIEBEN.

Steuerungsteam und Koordinierungsbüro entlasten die Akteure, damit sie mit ihren Einrichtungen die Netzwerkziele verfolgen können. Sie erst machen die Arbeit des Netzwerks praktisch sichtbar und haben Kontakt zur Zielgruppe. Sie koppeln Handlungsbedarf, Schwierigkeiten und Erfahrungen in das Netzwerk zurück.

Einzelne Akteure können zusätzlich spezielle Aufgaben übernehmen. Zum Beispiel kann ein großer Netzwerkpartner mit eigenem Pressesprecher die Pressearbeit unterstützen.

Welche Struktur ein Netzwerk hat, hängt zum einen von den Akteuren selbst, zum anderen von den Themen und Schwerpunkten des Netzwerks ab. Ebenso wie sich das Engagement der Partner und die Schwerpunktthemen verändern können, sollte auch die Struktur eines Netzwerks möglichst flexibel sein und sich den veränderten Bedingungen anpassen.

Größere Netzwerke mit kommunaler Unterstützung können auch Arbeitsgruppen zur Lösung einzelner Aufgaben und Fragestellungen einsetzen. Die Arbeitsgruppen bestehen aus Experten und Praktikern, die konkrete Handlungsempfehlungen und daraus Maßnahmen für das Netzwerk entwickeln. Dabei sollten die Themen Ernährung und Bewegung eng verknüpft sein sowie Aspekte der psychosozialen Gesundheit einfließen. Ein Forum oder Plenum mit regelmäßigen Treffen (1-4 Mal pro Jahr) eignet sich, den vorhandenen Handlungsbedarf insgesamt zu erheben und zu diskutieren. Dem Forum sollten Vertreter aller für die Übergewichtsprävention relevanten gesellschaftlichen Kräfte angehören. Hierzu zählen Vertreter der zuständigen politischen Ämter und Ausschüsse (Ernährung, Sport, Verbraucherschutz etc.), Vertreter der Wissenschaft, Vertreter aus der Schul- und Kindergartenverwaltung, Ärzte, der Sport, Caterer, Elternvertreter etc.. Das Forum sollte die gesamte Kommune im Blick halten und nicht isoliert in einzelnen Themenfeldern denken. Ihm kommen die strategischen Aufgaben zu.



Sofern ein Netzwerk kein zentrales Koordinierungsbüro hat, wird ein Kommunikator benötigt. Dieser hat vor allem die Aufgabe für einen transparenten internen Wissenstransfer in alle Richtungen zu sorgen. Weitergehende verwaltungsbezogene Aufgaben können auch auf mehrere Akteure verteilt sein.

Aufgrund der vielen Akteure, die inhaltlich und räumlich getrennt arbeiten, ist es wichtig, die Arbeit gut zu dokumentieren. Berichte von Veranstaltungen oder Protokolle von Arbeitstreffen sind zum Beispiel unabdingbar, um die Transparenz der Netzwerkkommunikation zu gewährleisten.

Jegliche Art der Ergebnissicherung lässt sich für die Öffentlichkeitsarbeit nutzen. Fördermittelgeber erhalten ggf. schnellen Einblick in die Netzwerkarbeit. Veröffentlichungen, Pressemeldungen, Elterninformationen, Ausstellungen, Projektdokumentationen und vieles mehr bieten fertige Formulierungen für weitere Publikationen. Alle Ergebnisse, Protokolle, Texte, Fotos, Veröffentlichungen, Zeitungsartikel sollten daher an einem Ort gesammelt werden. So kann jeder Autor auf die unterstützende Sammlung zugreifen.

#### Beispiel für Arbeitsgruppen in Netzwerken

- AG 1:** Integration von Bewegung und Ernährung in den Alltag städtischer KiTas
- AG 2:** Bewegte Pause und eine ausgewogene Mittagsverpflegung in Grundschulen
- AG 3:** Kooperationen und Übergang KiTa-Grundschule
- AG 4:** Bewegungsräume in der Kommune
- AG 5:** Kommunikation und Aufklärung zur Übergewichtsprävention und Netzwerkarbeit

! DIE FORM EINES NETZWERKS UND SEINER ARBEIT HÄNGT VIELFACH VON DER FINANZIELLEN AUSSTATTUNG UND DER AUFGABENTEILUNG AB.

## *Merkliste möglicher Aufgaben im Koordinationsbüro / des Netzwerkmanagers*

(vgl.: Stellenbeschreibung Koordination Kind & Ko. Begleitmaterial auf CD zum Buch „Kommunale Netzwerke für Kinder. Ein Handbuch zur Governance frühkindlicher Bildung“, Bertelsmann Stiftung (Hrsg.), 2008

### *Grundlegende Tätigkeiten*

- Netzwerkaktivitäten planen, koordinieren, initiieren und begleiten
- Konzepte und Strategien zur Verbesserung der ernährungs-, bewegungs-, gesundheits- und bildungsbezogenen Rahmenbedingungen von Kindern und ihren Familien entwickeln
- Aktivitäten in der Gesundheitsförderung von Kindern zur Schaffung einer neuen Angebotsstruktur vernetzen
- Geschäftsführung des Netzwerks
- Sitzungen der Steuerungsgruppe/Koordinationsgruppe/Kernteam des Projektes vorbereiten und moderieren
- Ziele, Konzepte und Maßnahmen im Bereich der Übergewichtsprävention in Rücksprache mit den Akteuren entwickeln und fortschreiben
- Initiieren, selbstständig planen, vorbereiten, leiten und auswerten von Gremien, Veranstaltungen und Maßnahmen zur Vernetzung im Bereich Übergewichtsprävention
- Kooperieren z. B. mit der Jugendhilfeplanung zur Datenerfassung, Bedarfsfeststellung und Entwicklung entsprechender Handlungsstrategien
- Inhaltliche Begleitung, Co-Moderation und Organisation der themenspezifischen Arbeitsgruppen

### *Berichtswesen, Dokumentation, Evaluation*

- Berichterstattung an Netzwerk, Kommune und Fördermittelgeber
- Kommunikation und Informationsfluss zwischen allen Gremien, Akteuren und Projekten organisieren
- Das Netzwerk in Ausschüssen, Gremien und Ämtern (Sport, Ernährung, Verbraucherschutz, Gesundheit, Jugend, Soziales, Familie, Bildung) vertreten
- Zielgerichteter Einsatz der zur Verfügung stehenden Haushaltsmittel in Abstimmung mit der Steuerungsgruppe
- Qualitätsstandards und -kriterien für eine Koordinationsstelle Übergewichtsprävention entwickeln, umsetzen, dokumentieren und evaluieren

### *Vernetzungsaufgaben*

- Kommunale Akteure zur Mitarbeit im Netzwerk werben
- Netzwerkarbeit zum weiteren Ausbau existierender Kooperationen mit den beteiligten Institutionen und Berufsgruppen und Aufbauen neuer Vernetzungen der vor Ort tätigen Institutionen und aktiven Bürger
- Eltern in die kommunale Vernetzung einbinden und ihre Mitbestimmung in den Gremien sicherstellen
- Vorschläge, Entscheidungen, Maßnahmen zwischen Steuerungsgruppe, interprofessionellen Gremien und Akteuren des Projektes abstimmen

### *Kommunale Maßnahmen*

- Einbinden der Organisationen und Institutionen in Planung und Umsetzung der Maßnahmen zur Übergewichtsprävention
- Die in Arbeitsgruppen entwickelten/beschlossenen Maßnahmen fortführen und begleiten, d.h.
  - inhaltliche Beratung und Unterstützung
  - Wahrnehmen der Fachaufsicht gegenüber lokal initiierten Impulsprojekten
  - Mitentwickeln von Leistungsvereinbarungen und Verträgen einzelner Projekte mit Institutionen
  - Schnittstellenarbeit Gesundheit, Sport, Erziehung, Freizeit, Bildung auf kommunaler Ebene

*Lokale Projekte*

- Lokale Projekte der Akteure begleiten
- Beraten und unterstützen zur Initiierung von neuen Impulsprojekten
- Ggf. unterstützen beim Formulieren von Förderanträgen und Finanzierungsplänen
- Akteur- und trägerübergreifende Arbeit ausbauen und ggf. einen „Runden Tisch“ initiieren

*Fortführung der Qualifikation von Mitarbeiter/-innen in Kindertageseinrichtungen*

- Bildungs- und Lerngeschichten trägerübergreifend fortführen
- Bildungs- und Lerngeschichten durch regelmäßige Fachtreffen umsetzen
- Arbeitsqualität durch kollegialen Austausch verbessern
- Fortbildungsveranstaltungen organisieren und inhaltlich Vorbereiten

*Öffentlichkeitsarbeit*

- Ansprechpartner für Institutionen, Behörden und interessierte Personen
- Anfragen Dritter aus anderen Kommunen, Fachhochschulen und Universitäten bearbeiten
- Öffentlichkeits- und Informationsarbeit in Abstimmung mit der Steuerungsgruppe des Netzwerks koordinieren und durchführen
- Präsentieren vor Ausschüssen und Einrichtungen innerhalb der Kommune
- Ergebnispräsentationen im Rahmen von externen (bundesweiten und ggf. internationalen) Konferenzen, Tagungen und Fortbildungsveranstaltungen
- Beratungs- und Referententätigkeiten zur Durchführung und Übertragung des Netzwerkansatzes
- Verantworten der Pressearbeit in örtlichen und überregionalen Medien
- Kommunikationsmedien inhaltlich gestalten (z. B. Internetseite, Newsletter, Flyer, Broschüren)

*Verwaltung und Finanzen*

- Planen, verwalten und überwachen der Finanzen
- Finanzbedarf der Arbeitsgruppen, Impulsprojekte und weiteren Maßnahmen ermitteln
- Fundraising- und Sponsoringkonzept entwickeln und umsetzen, Spendengelder akquirieren und Sponsoringmaßnahmen entwickeln
- Verwalten des Projekts, z. B. Aktenführung, Schriftverkehr, Dokumentation, Organisation
- Vertragsangelegenheiten z.B. für Honorarkräfte regeln

*Tagungen und Fortbildung*

- An Tagungen und Fortbildungen zum gesunden Aufwachsen von Kindern, kommunaler Vernetzung etc. teilnehmen



## Phasen im Netzwerkaufbau

Bei der Planung der Netzwerkarbeit ist es sinnvoll, sich ein Phasenmodell zu erarbeiten.

Die **Start- und Aufbauphase** dient ausschließlich der Gründungs- und Organisationsarbeit. Die Initiatoren ermitteln die Bedarfe in der Region, um die Problemstellung sowie den Hilfe- und Kooperationsbedarf formulieren zu können. In der Regel bildet sich in der Startphase die Kern- oder Steuerungsgruppe heraus. Sie besteht nicht aus allen Akteuren, sondern vereint diejenigen, die mehr Zeit und Verantwortung für zusätzliche Aufgaben übrig haben. Später können weitere Mitglieder in das Kernteam aufgenommen werden. Traditionelle Partner der Akteure werden angesprochen, um bei ihnen und ihren Partnern Bedarf und Interesse an dem Netzwerk zu wecken. Ein erstes gemeinsames Treffen dient dazu, die Eckpunkte eines gemeinsamen Leitbilds und die ersten Ziele für die Netzwerkarbeit zu entwickeln.

### Schriftlich dokumentieren

- Wichtige Ziele
- Positive Ergebnisse des ersten Treffens
- Zuständigkeiten und Ansprechpartner
- Weitere Partner, die hinzugewonnen werden sollen

Das erleichtert die Wiederaufnahme der Diskussion und die Ansprache neuer Kooperationspartner.

**AUSREICHEND ZEIT UND PAUSEN EINPLANEN, DAMIT SICH DIE NEUEN POTENZIELLEN NETZWERKAKTEURE AUCH PERSÖNLICH KENNENLERNEN KÖNNEN.**

Es folgt eine gemeinsame **Netzwerkanalyse**: Die Gruppe definiert weitere Interessengruppen anhand der Leitfrage: Wer wird im Netzwerk gebraucht und wer könnte Interesse an der aktiven Mitwirkung haben? Wichtig sind nicht die jeweiligen

Motivationen der Akteure, an einem Netzwerk mitzuarbeiten, sondern der Wille, die gemeinsamen Ziele zu unterstützen. Zur Auftaktveranstaltung werden alle potenziellen Partner eingeladen, um folgende Aufgaben zu bewältigen:

- Kennenlernen und vorstellen des Problems und des Netzwerkbedarfs. Abstrakte Ziele können mit ersten konkreten Vorhaben, Projektideen oder Arbeitsschritten unterfüttert werden, um Aufgaben und Vorstellungen besser verständlich zu machen.
- Abstimmung der Erwartungshaltungen und gemeinsamen Ziele.
- Erste gemeinsame Themen und Maßnahmen festlegen (Themenspeicher).
- Personellen und finanziellen Bedarf abklären und ggf. ein erstes Finanzierungsmodell entwickeln.
- Verteilen der Aufgaben (Moderator, Netzwerkmanager, Koordinationsbüro, spezielle Kompetenz- und Aufgabenbereiche).
- „Spielregeln“ festlegen (Art und Stil der Kommunikation, Zeitplanung etc.).

**PROTOKOLLE MACHEN ERGEBNISSE VERBINDLICHER UND ERMÖGLICHEN DIE KORREKTE INFORMATION INTERESSIERTER UND DER ÖFFENTLICHKEIT.**

Insbesondere in dieser Phase ist die Dokumentation besonders wichtig, da zu Beginn die grundlegenden Inhalte und Ziele erarbeitet werden.

Die **Stabilisierungsphase** dient vor allem der Reflexion der Initiierungsphase. Das Leitbild wird weiterentwickelt und die Ziele werden ausformuliert. Diese Phase erfordert daher einen intensiven Verständigungsprozess. Bei Bedarf können sich erste Arbeitsgruppen bilden. Ab jetzt kann sich das Netzwerk auch mit einer Ankündigung in der Öffentlichkeit präsentieren.





Es folgt die **Entwicklungsphase** zur Erweiterung und Erneuerung. Dies sichert die Arbeitsteilung und Breitenwirkung des Netzwerks ab. Neue Netzwerkakteure können hinzukommen. Dabei darf die Unterstützung bereits etablierter Akteure nicht zu kurz kommen. Zentrale Aufgabe in der Entwicklungsphase ist es, Inhalte, Maßnahmen und Teilprojekte des Netzwerks zu erarbeiten. Erst danach beginnt die eigentliche praktische **Umsetzungsphase** der Netzwerkziele: Geplante Aufgaben und Aktionen werden abgearbeitet. Wichtig dabei ist, dass Teilergebnisse und Ergebnisse immer wieder mit dem ursprünglichen Auftrag und dem Leitbild abgeglichen werden. So lassen sich Schwächen und Schwierigkeiten frühzeitig entdecken und korrigieren. Die Umsetzungsphase ist gleichzeitig die Zeit der intensivsten Öffentlichkeitsarbeit.

- Schubert, H.: Netzwerkmanagement: Koordination von professionellen Vernetzungen – Grundlagen und Praxisbeispiele. VS Verlag für Sozialwissenschaft, Wiesbaden, 2008.
- [www.netzwerk-kompetenz.de](http://www.netzwerk-kompetenz.de)

### **Wichtige Fragen nach der Start- und Aufbauphase**

- Haben sich alle Akteure in ihre neuen Aufgaben eingefunden, gibt es Änderungswünsche oder Kritik?
- Welche Austauschbeziehungen haben sich entwickelt, welcher erste Nutzen für Akteure lässt sich feststellen?
- Welche ersten Erfolge, Planungen und Umsetzungen gibt es?
- Müssen die Spiel- und Kommunikationsregeln ggf. überdacht werden?

### **Weiter lesen:**

- Barth, M.; Eisenbarth, S.; Florkowski, S.: Netzwerkmanagement. 2004, Online-PDF-Manuskript: [www.marko-barth.de](http://www.marko-barth.de)
- Bertelsmann Stiftung (Hrsg.): Kommunale Netzwerke für Kinder. Ein Handbuch zur Governance frühkindlicher Bildung. Verlag Bertelsmann Stiftung, 2008.
- Borkenhagen, P.: Netzwerkmanagement. Arbeitsgemeinschaft Betriebliche Weiterbildungsforschung e. V. (Hrsg.). Manuskriptdruck, Berlin, Mai 2004.
- Bauer-Wolf, St.; Payer, H.; Scheer, G. (Hrsg.): Erfolgreich durch Netzwerkkompetenz. Handbuch für Regionalentwicklung. Springer Verlag, 2007.



## Kapitel 3: Netzwerkarbeit erfolgreich umsetzen

Für gute Netzwerkarbeit sind regelmäßige Veranstaltungen mit den Akteuren und Partnern ein wichtiger Baustein: Netzwerktreffen, Arbeitsbesprechungen, Konferenzen, Bildungsveranstaltungen, Tagungen, Diskussionen, Feste oder Präsentationen – viele Veranstaltungsformen sind möglich. Ihnen ist gemeinsam, dass in einem abgesteckten Zeitfenster (Veranstaltungsdauer), festgelegte Inhalte zielgerichtet (Veranstaltungsthema) bearbeitet werden. Dabei geht es darum, das Know-how und das Fachwissen aller Beteiligten zu aktivieren. Veränderungen werden initiiert und gemeinsame Ziele und Vorhaben abgesteckt. Am wichtigsten sind jedoch die konkreten Maßnahmen für Eltern und Kinder, die sie in ihren Lebenswelten erreichen.

Für die meisten Veranstaltungsformen wird eine Art von Leitung benötigt. Eine Person, die den Ablauf strukturiert und den inhaltlichen Überblick behält: den Moderator.

### Die Moderation

Die Moderation dient dazu, die Treffen zu strukturieren und ergebnisorientiert zu gestalten. Ohne Moderation drohen endlose Diskussionen, die sich im Kreis drehen, dominante Redner und Verlust der Ergebnisse. Je nach Teilnehmerzahl, Inhalt und vor allem Ziel der Veranstaltung wird die Moderation unterschiedlich geplant. Vor allem bei Diskussionsrunden und Besprechungen gibt es in der Regel einen Gastgeber bzw. Veranstalter, der mit der Teilnehmergruppe spricht, sie begrüßt, Referenten und Gäste vorstellt oder auch die Diskussionen leitet.

#### Wann wird Moderation benötigt?

- Gruppen-, Projektteam-, Netzwerktreffen
- Sitzungen, Tagungen, Workshops
- Diskussionsrunden
- Problembearbeitung, Entscheidungsfindung
- Seminare/Workshops
- Zukunftswerkstätten, -konferenzen
- Open-Space, World Café

#### Moderieren lernen

Lesen und Theorie sind wichtig beim Lernen von Techniken und Methoden. Nichts ist jedoch so gut, wie praktische Übung. Rhetorik-, Kreativ-, Beratungs- oder Moderationsseminare geben Raum zum Üben, sind oft als Bildungsurlaub anerkannt und auch bezahlbar. Vieles kann man auch lernen, indem man abguckt, z. B. durch das genaue Beobachten, wie andere eine Teamsitzung, einen Workshop oder eine Diskussion leiten.

Moderationstechniken helfen dabei, Probleme in den Diskussionen zu lösen. Einige Regeln und Tipps zur Moderation helfen bei der Vorbereitung.

Ein Moderator verhilft Diskussionen und Gesprächen zu einer Struktur. Er behält den Überblick und leitet die Sitzung. Der Moderator hat die Aufgabe, die Gruppe zu steuern. Er kommentiert das Gesagte nie persönlich, verhält sich neutral, wertschätzend, sachlich, konsens- und zielorientiert.

Er sammelt und sortiert die Beiträge und vermittelt am Ende die Ergebnisse. Dafür stehen ihm verschiedene Techniken und Methoden zur Verfügung, zum Beispiel:

- **Fragen stellen:** Durch gezieltes Fragen lässt sich die Gruppe in die gewünschte Themenrichtung lenken. Mit Fragen können auch weniger aktive Teilnehmer ermuntert werden, ihr Wissen darzulegen, Stimmungen einzufangen etc. Verschiedene Fragearten stehen zur Verfügung:
  - Offene und geschlossene Fragen
  - Alternativfragen
  - Rhetorische Fragen
  - Suggestivfragen
  - Gegenfragen und zurückgegebene Fragen
- **Das aktive Zuhören:** Spiegeln eines Diskussionsbeitrags (Wiederholen mit den eigenen Worten).
- **Zusammenfassungen:** Wichtige Meilensteine der Diskussion werden bilanziert, um zum nächsten Punkt überzuleiten.
- **Visualisierende Techniken:** Zum Beispiel Pro- und Contra-Tabellen/Zwei-Felder-Tafeln, Karten-Abfragen, Abfragen auf Zuruf, Themenspeicher, Netzbilder, Ablaufpläne, Punktabfragen, Ursache-Wirkungs-Diagramme u.v.m.



## DIE PLANUNG UND VORBEREITUNG EINER MODERATION BERÜCKSICHTIGT INHALTLICHE UND ZEITLICHE ASPEKTE SOWIE DIE ZU ERWARTENDEN ZUHÖRER UND DISKUSSIONSPARTNER.

Für einen Vortrag oder eine Rede gelten ähnliche Gesetze wie bei der Moderation, also auch für die Vorbereitung: Eine gute Vorbereitung ist die Voraussetzung jeglichen guten Beitrags. Kritische Fachleute müssen anders angesprochen werden als Laien, denen ein neues Projekt vorgestellt wird. Hilfreich ist es, einschätzen zu können, welche Ansichten die Diskutanten und Teilnehmer haben. Wichtig ist es, im Vorfeld zu wissen wie viel Zeit und welche Hilfsmittel zur Verfügung stehen. Der Redner muss darauf achten, den Zuhörern immer präsent zu sein, d. h. gut sichtbar, laut und deutlich hörbar.

Eine gute Vorbereitung wappnet für Fragen, Störungen oder unerwartete Ergebnisse:

- Worum geht es bei der Veranstaltung? Mindestens die Eckpunkte sollten dem Moderator bekannt sein. Hilfreich ist es auch, im Vorfeld Vortrags- oder Workshopmanuskripte zu lesen.
- Wie ist der Zeitplan der Veranstaltung? Wann kommt der Moderator zum Einsatz und wie viel Zeit steht jeweils zur Verfügung?
- Was ist der rote Faden der Veranstaltung? Ein Gesprächsplan mit dem gewünschten Ablauf kann helfen, Kurs zu halten. Er muss genügend Spielraum bieten, um flexibel auf den Diskussionsverlauf reagieren zu können.
- Gibt es einen „Notfallplan“ für Störungen, Zwischenfälle und Konflikte?
- Welche Hilfsmittel, Techniken, Methoden und Medien werden benötigt?

## Wichtige Aspekte während der Moderation

Zuallererst: Die Veranstaltung sollte pünktlich beginnen, denn Zeitdruck zerstört die beste Vorbereitung.

Der Einstieg einer Moderation dient der Begrüßung und inhaltlichen Orientierung. Der direkte Blickkontakt ist wichtig für die Bindung zu den Teilnehmern. Gleiches gilt für die Sprache (höflich, keine Ironie oder Sarkasmus) und Stimme (klar und deutlich). Besondere Gäste verdienen eine namentliche Vorstellung oder Begrüßung. Für die Teilnehmer ist es gut zu wissen, ob sie die Chance haben, z. B. besondere Fragen mit prominenteren Fachexperten klären zu können. Falls Presse anwesend ist, stehen den Journalisten damit weitere Interviewpartner zur Verfügung. Ob eine kurze Vorstellungsrunde für alle nötig ist, hängt zum einen davon ab, ob sich die Teilnehmer bereits kennen und zum anderen von der Größe der Veranstaltung.

## Ein Zeitplan bzw. das Tagesprogramm gehört in die Teilnehmerunterlagen.

Idealerweise ist ein Zeitplan auf Flipcharts, Plakaten oder einer Beamerpräsentation vorbereitet und wird kurz vorgestellt. So kann bei Zeitdruck oder zu langen Redebeiträgen immer wieder darauf verwiesen werden. Ist die Tagesordnung zeitlich besonders eng geplant, darf der Moderator zu Beginn der Veranstaltung um Rededisziplin und Zeitbeschränkung bitten.





### Die Zuständigkeiten des Moderators

- Redner, Gäste und Prominente namentlich begrüßen
- den Veranstaltungsablauf strukturieren
- zusammenfassen und überleiten zum nächsten Thema
- Redeliste und Diskussionsdisziplin einhalten
- Fragen an das Plenum, das Expertenpodium oder Interviews mit einzelnen Gästen
- Der Moderator beteiligt sich üblicherweise nicht an der Diskussion

Mitunter fehlen Themen auf der Tagesordnung, die auf Zuruf oder per Kartenabfrage vom Moderator gesammelt und für alle sichtbar sortiert werden. Dabei kann es vorkommen, dass die neuen Themen nicht zum Ziel der Veranstaltung und ihren Inhalten passen. In Rücksprache mit den Teilnehmern wird entschieden, was mit ihnen zu tun ist: Themenschwerpunkte neu auswählen? Themen eingliedern? Themen auf eine andere Veranstaltung vertragen?

In größeren Veranstaltungen (z. B. Fachtagungen), sind Änderungen an der großen Tagesordnung nicht vorgesehen. Die Workshops einer Fachtagung lassen sich zeitlich und inhaltlich etwas flexibler gestalten. Auf Mitgliederversammlungen und -ausschüssen entscheidet die Satzung oder die so genannte Geschäftsordnung, wie mit der Einladung, Änderung der Tagesordnung etc. umzugehen ist.

Stehen Tagesordnung und Themen fest, kann mit dem Bearbeiten der Inhalte und Fragestellungen begonnen und diskutiert werden. Lösungsvorschläge sollten für alle sichtbar schriftlich festgehalten werden. Das dient der Orientierung und dem Sortieren und Gewichten. Sind alle Lösungsvorschläge erarbeitet, gilt es, möglichst konkret zu werden, z. B. durch einen gemeinsamen „Maßnahmenkatalog“: Wer macht was bis wann? Sofern möglich, sollten am Ende keine Punkte mehr offen sein. Wenn noch genügend Zeit bleibt, kann am Ende gemeinsam reflektiert werden, ob das Ergebnis den Erwartungen und Zielen der Veranstaltung entspricht.

DIE DISKUSSIONS- UND WORTBEITRÄGE ZU VISUALISIEREN, HilFT, DIE ERGEBNISSE ZUSAMMENZUFASSEN, ZU STRUKTURIEREN UND ZU DOKUMENTIEREN.

### Methoden, Techniken und Hilfsmittel

Um den roten Faden zu behalten, den Ablauf einer Sitzung zu steuern und (Zwischen-) Ergebnisse allen Teilnehmern mitzuteilen, gibt es viele Hilfsmittel. Zur Moderationsausrüstung gehören Stellwände bzw. Flipcharts, Pinnwände, Packpapier, Karteikarten bzw. Moderationskarten in verschiedenen Formen und Farben, Filzschreiber in verschiedenen Farben, Klebestifte, Schere, Kreppband und Markierungsnadeln. Mit Hilfe von Overhead-Folien, per Video, CD oder DVD, einer Kamera oder eines Laptops (mit Beamer) können Inhalte während und nach der Veranstaltung dokumentiert und später präsentiert werden.

#### TIPP

Moderationskoffer können in unterschiedlicher Ausstattung und Preislage fertig gepackt gekauft werden.

### Kreativtechniken, Methoden und Veranstaltungsformen

Wer schnell zu ersten Ergebnissen kommen möchte und Wert auf Übersichtlichkeit und einen überschaubaren Arbeitsaufwand legt, kann sich verschiedener Kreativtechniken bedienen. Sie helfen, das kreative Potenzial einer Gruppe systematisch zu nutzen.

#### Brainstorming:

**Teilnehmer:** 1-10, ab 10 TN in Untergruppen arbeiten

**Dauer:** 10-60 Minuten

**Ziel:** Schnelle Ideenfindung und Feststellung von Wissensbereichen



**Moderation:** 1 Moderator (pro Gruppe)

**Ablauf:** Die Fragestellung wird klar beschrieben (visualisiert) und Verständnisfragen geklärt.

Die vier Regeln des Brainstormings:

- Alle Ideen werden zugerufen und schriftlich, für alle gut sichtbar festgehalten.
- Kritik oder Wertung wird erst in der nachfolgenden Phase vorgenommen.
- Ideen Anderer können und sollen aufgegriffen und weiterentwickelt werden.
- Es sollen möglichst viele Ideen in kurzer Zeit produziert werden.

### 6-5-3-Methode

**Teilnehmer:** 3-6

**Dauer:** 20-40 Minuten

**Ziel:** Schnelle Ergebnisse zu einfachen Problemstellungen

**Moderation:** nur zum Erklären des Ablaufs und als Zeitnehmer

**Ablauf:** Jeder Teilnehmer erhält ein Blatt, das in 6x3-Kästchen aufgeteilt ist. Sie schreiben in fünf Minuten je drei Ideen zur Lösung eines genau definierten Problems auf. Dieser Ablauf wird insgesamt sechs Mal wiederholt. Nach je fünf Minuten wird das Blatt im Uhrzeigersinn weitergereicht, sodass jeder Teilnehmer zum Schluss maximal 18 Ideen notiert hat. Anschließend werden mit einem Punktesystem die gesammelten Ideen bewertet und drei bis fünf der am höchsten bewerteten Ideen diskutiert.

### Rundwünschen

**Teilnehmer:** 3-6

**Dauer:** 30-50 Minuten

**Ziel:** Schnelle Ergebnisse zu einfachen Problemstellungen

**Moderation:** nur zum Erklären des Ablaufs

**Ablauf:** Ähnlich der 6-5-3-Methode, aber weniger formell geregelt. Jeder Teilnehmer erhält ein Blatt, auf dem er einen Wunsch zum gestellten Thema oder Problem notiert. Jeder gibt nun sein Blatt an den Nachbarn weiter und es wird ein weiterer Wunsch aufgeschrieben, bis die Blätter voll sind. Es ist auch erlaubt, auf die Wünsche der anderen zu reagieren und an sie anzuknüpfen.

### Mind-Mapping/Gedankenbaum

**Teilnehmer:** 1-10

**Dauer:** 30-90 Minuten

**Ziel:** Visualisierung von Problemen, Lösungswegen und daraus resultierenden Aufgaben

**Moderation:** Nur für die Visualisierung

**Ablauf:** In der Mitte eines Blattes wird das zentrale Thema benannt und ein Kreis darum gezeichnet. Von diesem Zentrum ausgehend, werden Hauptäste gezeichnet, die jeweils die wichtigsten Aspekte dieses Themas darstellen. Auf diese Linien wird jeweils ein Schlüsselwort aufgeschrieben, das als Gedankenstütze für eine bestimmte Assoziation zum Thema steht. Diesen Schlüsselwörtern werden nun weitere Unterbegriffe durch abzweigende Nebenäste zugeordnet. Auf diese Art und Weise werden komplexe Probleme und Lösungswege visualisiert, aus denen sich später Arbeitsaufträge ableiten lassen.

### Fischgrät-Diagramm

**Teilnehmer:** 3-6

**Dauer:** 30-90 Minuten

**Ziel:** In der Regel Ursachenforschung und Problemanalyse

**Moderation:** Diskussionsleitung und Visualisierung

**Ablauf:** Ausgehend von einer zentralen Problemstellung werden alle möglichen Haupt- und Nebenursachen für ein Problem erfasst und in Gruppen geordnet. Das Diagramm kann als Diskussions- und Bewertungsgrundlage sowie als Leitfaden für den Problemlöseprozess eingesetzt werden.

### Open Space

**Teilnehmer:** Nicht festgelegt, Gruppen zwischen fünf und 900 Personen sind möglich

**Dauer:** Je nach Gruppengröße

**Ziel:** Schnelle Ergebnisse zu einfachen Problemstellungen

**Moderation:** Vor allem zu Beginn und am Schluss

**Ablauf:** Open Space entstammt der Beobachtung, gerade in Bezug auf Netzwerke, dass auf Veranstaltungen oftmals die Kaffeepausen die besten Ergebnisse bringen. In offener Atmosphäre diskutieren die Teilnehmer über Anliegen, die von ihnen selbst bestimmt sind. Die Gespräche selbst haben keine festgelegte Moderation, so wie auch die Zusammensetzung der Gruppen, die Arbeitsweisen und Dauer selbstbestimmt



sind. Dieser Rahmen führt zur Freisetzung von Kreativität und offenen Gesprächen, bei denen Hierarchien und Herkunft des Einzelnen in den Hintergrund geraten. Open Space setzt vor allem auf Empowerment, Selbstverantwortung und Selbstorganisation und eignet sich gerade auch für den Einstieg in längerfristige Prozesse.

Zu Beginn entsteht gemeinsam die gesamte Arbeits- und Zeitplanung. Hier haben alle Teilnehmer die Möglichkeit, ihre Anliegen zu nennen: Themen, die einem wichtig sind, wo Bereitschaft besteht, Verantwortung zu übernehmen etc. Anschließend arbeiten die Gruppen selbst organisiert, das heißt, sie teilen sich ihre Arbeitszeit selbst ein und fassen ihre Ergebnisse und Verabredungen zusammen. Den Teilnehmern steht es offen, jederzeit die Gruppe zu wechseln. Zum Abschluss der Veranstaltung werden konkrete Vorhaben und nächste Arbeitsschritte vorgestellt sowie Arbeitsweisen und Kooperationen verabredet.

### *World Café / Knowledge-Café*

**Teilnehmer:** ab 15 Personen

**Dauer:** bis 180 Minuten

**Ziel:** schnelle Ideen- und Erkenntnissammlung in größeren Gruppen

**Moderation:** Einhalten der Zeitstruktur und abschließende Moderation des Plenums

**Ablauf:** In einer Kaffeehaus-Atmosphäre sitzen jeweils vier bis fünf Personen an einem runden Tisch. In thematisch aufeinander aufbauenden Gesprächsrunden besprechen sie parallel die gleichen Fragen zum Rahmenthema der Veranstaltung. Wichtige Gedanken werden auf Papiertischdecken festgehalten. Nach jeder Gesprächsrunde wechseln die Teilnehmer an andere Tische. Eine Person bleibt ständig als „Gastgeber“ (Moderator) am Tisch, um die Ideen und Erkenntnisse des vorhergehenden Tischgesprächs an die neue Runde weiterzugeben. So verbinden sich die Ideen und Erkenntnisse aus den Tischgesprächen miteinander. Nach der letzten Gesprächsrunde stellen die Moderatoren die wichtigsten Ideen und Erkenntnisse im Plenum vor.

### *Weiter lesen*

- Noack, K.: Kreativitätstechniken. Schöpferisches Potenzial entwickeln und nutzen. Cornelsen Pocket Business, 2005.
- Seifert, J.W.: Visualisieren. Präsentieren. Moderieren. GABAL-Verlag, 23. unveränderte Auflage, 2007.
- [www.sowi-online.de/methoden](http://www.sowi-online.de/methoden)

### *Planbar: Gute Vorbereitung für Veranstaltungen*

Netzwerkveranstaltungen können je nach Zielsetzung sehr unterschiedlich gestaltet sein. Eine offene Veranstaltung schafft einen Informations- und Diskussionsraum für diejenigen, die sich bisher nur für das Thema interessieren, für Zweifler und potenzielle Unterstützer. Seminare, Tagungen und Konferenzen folgen anderen Zielen. Sie richten sich an einen bestimmten Teilnehmerkreis und legen in der Regel den Schwerpunkt auf Austausch, Information oder Bildung zu einem bestimmten Thema. Besprechungen zielen oft auf ein bestimmtes Ergebnis. Sie dienen dazu, tagesaktuelle Probleme, Arbeiten und Erkenntnisse vorzustellen und zu diskutieren.

#### **TIPPS**

Bei kleineren, lokalen Veranstaltungen ist es wichtig, dass

- die Teilnehmer miteinander ins Gespräch kommen und einander kennen lernen können,
- genügend Zeit für Fragen und neue Ideen bleibt,
- Zeit für den informellen Austausch bleibt (z. B. Kaffeepause),
- die Ressourcen innerhalb der Gruppe klar werden,
- über Erfolge berichtet werden kann,
- eine angenehme, konstruktive Arbeitsatmosphäre herrscht.

Zur Eröffnung einer Konferenz und zur Einführung in die Fachgebiete halten Experten nach der Begrüßung meist Vorträge oder Impulsreferate. Bei großen Konferenzen bietet es sich





an, zeitgleich verschiedene Vortragsreihen zu organisieren, um mehrere Schwerpunktbereiche in kurzer Zeit bearbeiten zu können. Konferenzen, die in kleinem Rahmen stattfinden, bezeichnet man eher als Seminar oder Workshop. Das Symposium (oder die Fachtagung) ist eine Konferenz zu einem sehr spezifischen Thema.

### Die wichtigsten Aspekte in der Veranstaltungsplanung

- Veranstaltungsart und -konzept
- Finanzierung und Budget
- Zielgruppe und Referenten
- Zeitplanung und Ablauf
- Veranstaltungsort und Ausstattung
- Öffentlichkeitsarbeit und Materialien
- Dokumentation

### Den Veranstaltungsort festlegen

Stehen die Veranstaltungsart und der einzuladende Teilnehmerkreis fest, muss der passende Ort gefunden werden. Ein Koordinierungstreffen der Netzwerkakteure braucht andere Räume als das Aktiv-Wochenende für Eltern und Kinder oder eine Fachtagung.

! DER RAUM/VERANSTALTUNGORT SOLLTE IMMER DEM ANLASS UND DEM TEILNEHMERKREIS ENTSPRECHEND GEWÄHLT WERDEN. GGF. MUSS DER RAUM BARRIEREFREI SEIN.

Für interne Netzwerktreffen ist ein Raum ideal, der allen Akteuren die Loslösung aus dem Arbeitsalltag ermöglicht. Wenn ein Netzwerkpartner Räumlichkeiten zur Verfügung stellen kann, erleichtert dies die Organisation, u. U. fühlen sich jedoch nicht alle Netzwerkpartner in gleichem Maße wohl. Bei öffentlichen Veranstaltungen oder eintägigen Netzwerkevents für Familien sollte der Veranstaltungsort von Teilneh-

mern und Presse als Lebenswelt von Kindern wahrgenommen werden. Priorität haben deshalb z. B. Grundschulen, KiTas oder Kinderfreizeitzentren mit Sportplatz oder Turnhallen. Um den laufenden Betrieb in der Einrichtung nicht zu stören, sollte versucht werden, für das entsprechende Datum einen Wandertag festzulegen oder das Event auf einen Samstag zu legen. Auf der anderen Seite zeigt ein Ort wie z. B. das Rathaus symbolisch die hohe Bedeutung des Themas. Viele Netzwerkakteure freuen sich, eine Veranstaltung zu „ihrem“ Thema auch einmal in einem ganz anderen Umfeld zu erleben. Dies bietet auch die Möglichkeit, neue Unterstützer aus anderen Bereichen zu gewinnen.

! LINKS ZU INTERNETDATENBANKEN MIT SEMINAR- UND TAGUNGSHÄUSERN FINDEN SIE AUF SEITE 72

Bildungs-, Tagungs- und Freizeitveranstaltungen sowie Konferenzen sollten in dafür ausgerichteten Häusern stattfinden. Ausreichend Räume für Workshops und technische Ausrüstung sollten vorhanden sein. Veranstaltungen, die auch draußen stattfinden, benötigen in jedem Fall einen ausreichend großen und nah gelegenen Schutzraum für den Fall eines Wetterumschwungs.

Die folgende Checkliste hilft, sich ein möglichst genaues Bild über Raum- und Rahmenbedingungen der eigenen Veranstaltung zu machen.

## Checkliste zur Vorbereitung kleiner Veranstaltungen

Rahmendaten	Details	Planungszeitfenster
Termin, Uhrzeit:		Ca. 4 Wochen vorher festlegen
Veranstaltungsart:	<input type="checkbox"/> Informationsveranstaltung <input type="checkbox"/> öffentliche Diskussion <input type="checkbox"/> Koordinierungs-/Planungstreffen <input type="checkbox"/> Besprechung <input type="checkbox"/> Workshop/Arbeitsgruppe <input type="checkbox"/> Steuerungskreis <input type="checkbox"/> Sonstige: _____	
Veranstaltungsziel:	_____	
Teilnehmerkreis:	_____ (Anzahl Personen)	
	<input type="checkbox"/> Einladung per Post/E-Mail	6 bis spätestens 2 Wochen vorher
	<input type="checkbox"/> Zusage/Anmeldung erforderlich	bis 3 Tage vorher
	<input type="checkbox"/> Tagesordnung vorbereiten	Im Idealfall mit Einladung versenden
	<input type="checkbox"/> Zeitplan erstellen (Pausen berücksichtigen)	Bis eine Woche vorher, ggf. mit Moderator/Redner abstimmen
	<input type="checkbox"/> Moderator, Redner wird benötigt: _____	Vor der Einladung und Festlegung der Tagesordnung abklären
	<input type="checkbox"/> Gäste _____	Mit dem Versand der Einladung ansprechen
	<input type="checkbox"/> Protokoll notwendig	Schriftführer frühzeitig festlegen
Räumlichkeiten:	<input type="checkbox"/> stehen zur Verfügung	
	<input type="checkbox"/> müssen gesucht werden	bis 4 Wochen vorher
	<input type="checkbox"/> müssen gebucht/reserviert werden	
	<input type="checkbox"/> müssen vorbereitet werden (Tische, Stühle, Aufräumen)	
	<input type="checkbox"/> dem Thema angepasste Verpflegung etwa mit Rohkost, frischem Obst, Salaten, belegten Vollkornbrotten oder Suppen mit frischem Gemüse, Getränke etc.	3-6 Stunden vorher (Catering 2 Wochen vorher buchen)
	Raumausschilderung, Wegweiser vorbereiten	1 Tag vorher
Veranstaltungsort:	_____	
Hilfsmittel:	<input type="checkbox"/> Tagesordnung	Vorher verschicken oder als Tischvorlage verteilen
	<input type="checkbox"/> Protokoll der letzten Veranstaltung	
	<input type="checkbox"/> Sonstige Unterlagen: _____	
	<input type="checkbox"/> Medien: _____	Frühzeitig reservieren/mieten

Rahmendaten	Details	Bedarf
Raumbedarf:	Personenzahl: _____	_____
	Veranstaltungstermin: _____	<input type="checkbox"/> ist frei
	Ausweichtermin: _____	<input type="checkbox"/> ist frei
	Raumbedarf: _____	Seminarräume für je _____ Personen
		<input type="checkbox"/> Raum für Tagungsbüro
		<input type="checkbox"/> Anmeldetresen
		<input type="checkbox"/> Saal/Plenum mit _____ qm / für _____ Personen
		Bestuhlungsart: _____
		(Hufeisen, parlamentarisch etc.)
		ca. _____ qm Fläche gesamt für _____ Aussteller
	Haus komplett für Gruppe buchbar:	<input type="checkbox"/>
	Ohne Übernachtung	<input type="checkbox"/> für _____ Personen
	ÜN/Frühstück:	<input type="checkbox"/> für _____ Personen
	ÜN/Halbpension:	<input type="checkbox"/> für _____ Personen
	ÜN/Vollpension:	<input type="checkbox"/> für _____ Personen
	Ohne ÜN/Verpflegung:	<input type="checkbox"/> für _____ Personen
	Catering-Bedarf:	<input type="checkbox"/> Tagungsgetränke
		<input type="checkbox"/> Imbiss
		<input type="checkbox"/> Kaffee und Kuchen
		<input type="checkbox"/> Warme Speisen
		<input type="checkbox"/> Verpflegung/Getränke selbst organisieren
		<input type="checkbox"/> Lunchtüten
	Besondere Verpflegung:	<input type="checkbox"/> vegetarische Kost _____ Personen
		<input type="checkbox"/> vegane Kost _____ Personen
		<input type="checkbox"/> koscher/helal _____ Personen
		<input type="checkbox"/> Sonstige: _____ Personen (Allergiker, Diabetiker, e.t.c)
		_____
	Barrierefreiheit:	<input type="checkbox"/> nicht barrierefrei zugänglich
		<input type="checkbox"/> barrierefreie WCs
		<input type="checkbox"/> 100 Prozent barrierefrei
Erreichbarkeit:	Nächste Haltestelle:	<input type="checkbox"/> _____
	Parkplatz am Haus:	<input type="checkbox"/> _____ Plätze
	Busparkplatz am Haus:	<input type="checkbox"/> _____
	Abholservice:	<input type="checkbox"/> ab _____

Rahmendaten	Details	Bedarf
Ausstattung:	Veranstaltungstechnik:	<input type="checkbox"/> Flipcharts <input type="checkbox"/> Mikrofon, Lautsprecher, Aufnahmetechnik <input type="checkbox"/> Pinnwände <input type="checkbox"/> Beamer <input type="checkbox"/> Overhead <input type="checkbox"/> Diaprojektor <input type="checkbox"/> Kopierer <input type="checkbox"/> Drucker <input type="checkbox"/> Scanner <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> DVD <input type="checkbox"/> Video <input type="checkbox"/> CD-Player/Stereoanlage <input type="checkbox"/> Moderationsmaterial/Koffer <input type="checkbox"/> Internetzugang <input type="checkbox"/> Telefon & Fax
Preise:	Raummiete: _____ (Sonderkonditionen erfragen) Catering/Person: _____ Miete Tagungstechnik: _____ Kautions: _____ ÜN/Frühstück: _____ Gesamt: _____	
Buchung:	Buchung bis: _____ Anzahlung: _____ € bis _____ Kautions: _____ € bis _____	
Benötigte Extras:	Lehrküche: <input type="checkbox"/> Plätze Selbstversorgerküche: <input type="checkbox"/> Garderobe (abschließbar): <input type="checkbox"/> Gepäckraum: <input type="checkbox"/> Kinderbetreuung: <input type="checkbox"/> für bis zu _____ Kinder Kinderbetten: <input type="checkbox"/> Freifläche draußen: <input type="checkbox"/> Spielgelegenheit für Kinder: <input type="checkbox"/> Wickelraum: <input type="checkbox"/> Hochstühle: <input type="checkbox"/>	
	Sportplatz: _____ Schwimmbad: _____ Sonstiges: _____	



## Merkliste Arbeitsschritte in der Veranstaltungsplanung

Maßnahmen	Termin	Bemerkung
Entwicklung eines Aufgabenkatalogs zu Beginn: Konzeption der Veranstaltung, wählen der Veranstaltungsart, Zielfindung etc.	Je nach Größe der Veranstaltung ca. 5-18 Monate vorher	Arbeitstreffen, Tagung, Seminar, Fest etc. Realistische Einschätzung der Anzahl der Arbeitsschritte aufgrund der personellen und finanziellen Voraussetzungen
Zielgruppe der Veranstaltung		Was sind die Besonderheiten der Zielgruppe?
Budgetplanung	Je nach Größe der Veranstaltung ca. 5-18 Monate vorher	Raummiete, Catering, Honorare, Flyer, Transport, Reisekosten etc.
ggf. Projektantrag stellen	Je nach Größe der Veranstaltung ca. 5-18 Monate vorher	
ggf. Ernennung eines Verantwortlichen	Je nach Größe der Veranstaltung ca. 5-18 Monate vorher	Kooperationspartner, Dienstleister, Medien und Helfer benötigen einen offiziellen Ansprechpartner
Aufgabenverteilung: Wer macht was?	Je nach Größe der Veranstaltung ca. 5-18 Monate vorher	Gesamtverantwortung Presse & Öffentlichkeitsarbeit Aufbau-/Abbaukoordination Finanzen Programmgestaltung
Zeitplanung und Programm	Spätestens 3-6 Monate vorher	Nur mit einer vollständigen Veranstaltungsplanung und -konzeption sollten Schirmherren, Gäste und Referenten gesucht werden
Gewinnung von Schirmherren	Vor Veröffentlichung der Veranstaltungsdaten	telefonische Voranfrage und schriftliche Einladung
Referenten & Moderator anfragen/ buchen		telefonische Voranfrage und schriftliche Einladung Vertrag aushandeln Die Übergabe von Redemanuskripten/Vorträgen mit vereinbaren (Dokumentation!)
Abklärung Honorarfragen		
Einladung von Ehrengästen		telefonische Voranfrage und ein persönliches Anschreiben
Festlegung der Stückzahlen des Werbe- und Organisationsmaterials	ca. 4-3 Monate vorher	
Text, Logos und Bilder für Veranstaltungsmaterialien erstellen bzw. beschaffen	3-12 Monate vorher	
Angebote für Layout & Druck von Plakaten, Flyern etc. einholen	ca. 4-3 Monate vorher	bei öffentlichen Mitteln müssen eventuell mehrere Angebote zum Vergleich eingeholt werden
Hinweis in Vereinszeitungen, Gemeindeblatt, Elternbriefen, Newslettern, Internetseiten	ca. 1-2 Monate vorher	Je nach Erscheinungstermin
Beschaffung sämtlicher Adressen der Medien im Einzugsgebiet	ca. 1-2 Monate vorher	notwendig für Aufbau eines lückenlosen Informationsnetzes
Erste Kontaktaufnahme und Absprache mit Medien	ca. 1-2 Monate vorher	persönliches Gespräch wird zu Beginn empfohlen
Gestaltung & Druck der Materialien		Ausreichend Anmeldefrist bedenken. Je größer die Veranstaltung, desto länger die Anmeldefrist.
Einladungs-/Werbebriefe an örtliche Institutionen	2-4 Monate vorher	Netzwerkpartner, Sponsoren, Kirchengemeinden, Schulen, Ämter, Stadt-/Bezirksrat, Jugendring usw.

<i>Maßnahmen</i>	<i>Termin</i>	<i>Bemerkung</i>
Einladungs-/Werbebriefe überörtlich	2-12 Monate vorher	z. B. Universitäten, Fachhochschulen, Institute, Trägerorganisationen
ggf. Gebärdens-/Fremdsprachen-Dolmetscher buchen, Kinderbetreuung organisieren		Wenn feststeht, dass Bedarf besteht
Plakataushänge	2 Monate vorher vor Ort und in Nachbargemeinden	z. B. in der eigenen Einrichtung, Stadtbibliothek, in Vereinsheimen, Foyers von Ämtern und Behörden, Läden, Geschäftsstellen/Institutionen der Förderer, Kooperationspartner, Sponsoren nicht vergessen
Herausgabe von Pressemeldungen	ca. 4-1 Wochen vor der Veranstaltung	
ggf. Einladung zur Pressekonferenz, Fototermin	2-1 Wochen vorher	in Abhängigkeit von der Größe der Veranstaltung
ggf. Durchführung der Pressekonferenz	ab ca. 1 Woche vor Veranstaltung oder am Veranstaltungstag	
Verteilung der Flyer	sobald sie gedruckt sind	Auslage in Einrichtungen, Mailing, Anzeigen/Beilagen in Zeitungen usw.
ggf. Durchführung besonderer Werbeaktionen		z. B. Aktionsstand in Fußgängerzonen
letzte Pressemeldung an die Medien		z. B. mit besonderem Aufhänger
Aufbau	ab 1 Tag vor Veranstaltung	Umwelt- und Lärmschutzaspekte berücksichtigen
Begrüßung und Betreuung der Ehrengäste		ggf. Einrichten eines besonderen Treffpunkts bzw. Bestimmung eines Betreuers
Berichterstattung ggf. mit Foto in der Presse, den Mitglieder-Medien, dem Netzwerk-Newsletter, auf der Internetseite usw.	nach der Veranstaltung	sofort nach Ende der Veranstaltung ggf. Fotos nachreichen
Zeitungsberichte und Bilder im Schaukasten, Infowand, am Schwarzen Brett aushängen und archivieren	nach der Veranstaltung	Die Presseschau nach der Veranstaltung ist auch wichtig für die Sponsoren und zur Dokumentation z. B. vor dem Förderer
Dankeschreiben an Helfer, Prominente, Redner, Schirmherr usw.	nach der Veranstaltung	persönlicher Brief
Nachtreffen	nach der Veranstaltung	Organisationsteam: Feedbackrunde, Abrechnungsfragen, Belohnung für gute Arbeit
Erstellung der Dokumentation	nach der Veranstaltung	z. B. für Förderer, Sponsoren, Teilnehmer etc.
Abgabe der Veranstaltungsberichte	nach der Veranstaltung	
Abrechnung der Veranstaltung	nach der Veranstaltung	



### Schritte in der Veranstaltungsplanung

Nicht für alle Arten von Veranstaltungen müssen alle Punkte der Checkliste abgearbeitet und berücksichtigt werden: Ein Markt der Möglichkeiten braucht eventuell keinen Schirmherrn, eine Konferenz keinen Elternbrief und ein Sommerfest keine Referenten. Wichtig ist es, zu überlegen, welche der Aspekte für die jeweilige Veranstaltung wichtig sind. Die Liste kann einfach angepasst und ergänzt werden.

#### Mit Checklisten planen

- Schafft eine erhöhte Verbindlichkeit
- Dient als „Laufzettel“ für unerledigte Aufgaben
- Hilft bei der Verteilung von Verantwortlichkeiten/Aufgaben
- Erleichtert die Übergabe
- Bietet einen guten Überblick über die Veranstaltung (Sprechzettel)

Organisiert ein Team die Veranstaltung, hilft eine zentrale Liste, den Überblick zu behalten. Wichtig ist dann, dass die Aufgabenbereiche klar aufgeteilt sind. Eine detaillierte schriftliche Planung beugt Pannen vor und spart in der Durchführung Zeit. Sowohl in der Kommunikation mit Förderern und Sponsoren hilft die übersichtliche Auflistung als auch bei der Abrechnung und Dokumentation.

! DIE CHECKLISTEN DIESER ARBEITSHILFE STEHEN ALS DOWNLOAD UNTER WWW. REGIONEN-MIT-PEB.DE ZUR VERFÜGUNG.

#### Was bei Großveranstaltungen zu beachten ist

Die erste Frage bei der Planung ist, wie viele Menschen kommen sollen. Ob 30, 200 oder 1.000 Teilnehmer kommen, macht einen großen Unterschied. Aus einem „Tag der offenen Tür“ oder Familienfest des Netzwerks kann schnell eine Großveranstaltung werden. Die Organisation sollte im Aufwand auf keinen Fall unterschätzt werden und kann nicht durch eine Person alleine nebenbei geplant werden. Zu vielfältig

sind die Vorbereitungsschritte. Insbesondere dann, wenn viele Netzwerkakteure mit ihren Institutionen beteiligt sind. Die zuständigen Genehmigungsbehörden (z. B. Ordnungsamt) geben in der Regel viele Informationen und Tipps, die für eine richtig große Veranstaltung zu beachten sind. Die Veranstaltung sollte also in Zusammenarbeit vieler Schritt für Schritt vorbereitet werden, um das Know-how, die Erfahrungen und Kontakte der Netzwerkakteure ganz gezielt nutzen zu können.

#### Planungsbereiche Großveranstaltung

Viele Dinge sind bei Großveranstaltungen zu beachten und ggf. in das Veranstaltungskonzept zu integrieren:

- Aufsichtspersonal
- Dolmetscherdienst (Gebärden, Fremdsprachen)
- Bewirtung
- Garderobe
- Kinderbetreuung
- Toiletten
- Parkplätze
- Anreisekonzept
- Versicherung
- Finanzierung
- Werbung
- Presse
- Technik
- Programm
- GEMA
- Sanitäter
- Fluchtwege
- Brandschutz
- Lärmschutz
- Aufbau
- Durchführung
- Abbau
- Strom
- Wasser
- Müllbeseitigung
- Ordnungsdienst
- etc.



## Kapitel 4: Das Netzwerk in der Öffentlichkeit

Öffentlichkeitsarbeit ist für Netzwerke eine wichtige Aufgabe. Durch eine gute Vorbereitung gelingt mit relativ wenig Aufwand viel Wirkung.

Das Netzwerk ist bei seiner Gründung noch unbekannt. Der erste Auftritt ist daher für die Imagebildung von entscheidender Bedeutung: Die öffentliche Präsentation zeigt, wie professionell und fachlich seriös das Netzwerk arbeitet. Da sehr unterschiedliche Zielgruppen (siehe S. 43) angesprochen werden müssen, ist auch bei der Öffentlichkeitsarbeit ein gut geplantes Vorgehen ratsam. Folgende Fragen sind hilfreich, wenn die Öffentlichkeitsarbeit geplant wird:

- Kernfrage: Welche Ergebnisse sollen erreicht werden? (Zielbestimmung)
- Wer sind die Adressaten? (Zielgruppen)
- Welche Informationen werden veröffentlicht? (Themenplanung)
- Wann werden Informationen gesendet? (Zeitplanung)
- Wie erreichen wir die Adressaten? (Art des Mediums)
- Wo gibt es Unterstützer, Verbündete, Institutionen mit ähnlichen Zielen?

In der Regel ist es sinnvoll, sich Prioritäten zu setzen bzw. in einem langfristigen Prozess schrittweise Themen und Maßnahmen zu bearbeiten. Ein Informationsstammbaum (vergleichbar einem Organigramm) kann visualisieren, wer auf welcher Ebene mit welchem Inhalt erreicht werden soll.

- Betreffen die Ziele und Forderungen einzelne Institutionen, Organisationen oder Berufsgruppen vor Ort?
- Betreffen die Wünsche kommunalpolitische Zusammenhänge? (z. B. Sanierung der Spielplätze, Verkehrssicherheit)
- Sind ihre Ziele der Landespolitik zuzuordnen (z. B. Bildung, KiTas, Regionale Knoten, Landesjugendhilfeausschuss)?
- Vielleicht ist auch auf Bundesebene einiges relevant (z. B. Verbraucher-, Umwelt-, Gesundheitspolitik)
- Auch auf europäischer Ebene werden Entscheidungen gefällt und Fördermittel vergeben, die Kommunen betreffen bzw. ihnen zugute kommen (z. B. Verbraucherpolitik, Umweltpolitik)

Es ist von enormer Bedeutung, genau zu wissen, welche Person oder Institution für die jeweilige Botschaft der optimale Empfänger ist. Daraufhin können dann die entsprechenden Maßnahmen geplant werden.

Grundsätzlich bestehen für Themen, wie die Förderung eines gesunden Lebensstils bei Kindern durch Ernährung und Bewegung, gute Chancen für eine Berichterstattung. Insbesondere, wenn ein aktueller Anlass genutzt werden kann (siehe dazu S. 47 „Der Nachrichtenwert“ sowie S. 49 „Der richtige Anlass für Öffentlichkeitsarbeit“).

### Die politische Komponente

Die Ansprache von Politik und Verwaltung folgt einigen besonderen Regeln: Präsenz zeigen, Meinung kundtun, Einfluss nehmen – so lautet die einfache Formel, die in der Anwendung einiges Hintergrundwissen und Feingefühl benötigt. Als Netzwerk politisch zu werden oder politische Lobbyarbeit zu betreiben, benötigt Ausdauer und persönliche Kontakte sowohl in die Politik selbst, als auch zu potenziell verbündeten Organisationen. Dies gilt für alle politischen und administrativen Ebenen. Die Abbildung zu den Ansprechpartnern in Politik und Verwaltung zeigt, es gibt verschiedene Möglichkeiten, sich an Ansprechpartner in Politik und Verwaltung zu wenden.

#### TIPPS

Gewohnte Kommunikationskanäle beibehalten, um Doppelansprache zu vermeiden: Eine Kontaktmatrix (Tabelle oder Schaubild) hilft dabei, im Blick zu behalten, welcher Netzwerkakteur bereits beruflich oder privat Kontakte zu welchen Politikern und in die Verwaltung hat.

Allem voran gilt es, vorhandene Kontakte im Netzwerk gezielt zu nutzen. Die abgestimmten Netzwerkziele können von jedem Netzwerkpartner über die jeweiligen persönlichen Kontakte an die richtigen Personen überbracht werden.





Auf jeden Fall sollte verhindert werden, dass einzelne Politiker ggf. mehrfach von unterschiedlichen Personen angesprochen werden. Gelegentlich kann es sinnvoll sein, dass im Falle eines Misserfolgs der ersten Ansprache ein neuer Weg über eine andere Kontaktperson gewählt wird. Fachliche Argumente haben dabei immer Vorrang vor politischen: Netzwerke der Übergewichtsprävention sind breit angelegte Bündnisse mit sehr unterschiedlichen Akteuren. Das Netzwerk vertritt eine Sache und sollte sich nicht zwischen verschiedene Interessengruppen und -parteien stellen. Dies würde langfristig auf das Netzwerk oder einzelne Akteure negativ zurückfallen. Trotzdem ist eine ausgewogene Mischung aus fachlichen Argumenten und emotionalen Bezügen (z. B. Praxisbeispiele) nötig. Das erleichtert es dem Politiker, die Forderungen und Positionen sozial und politisch einzuordnen.

Der direkte Kontakt zu Politikern ist dabei kein Tabu. Politiker sind darauf angewiesen, Rückmeldungen, Beiträge und Vorschläge von Bürgern und Organisationen als direkte Antwort auf ihre Politik zu erhalten. Hieraus können politische Entscheidungen abgeleitet werden. Insofern kann ein persönlicher Termin oder die Bürgersprechstunde in Abgeordnetenbüros gut genutzt werden, um das Anliegen des Netzwerks vorzustellen und ggf. Informationsmaterial zu hinterlegen.

### **Konstruktive Ansprache**

Nicht nur Kritik üben, sondern konstruktive Alternativen aufzeigen und positive Beispiele mitbringen, um die Suche nach Lösungen zu unterstützen.

Kurze und knappe Erstinformationen steigern die Chance, gehört zu werden. Es ist auch möglich, Politiker zu sich einzuladen: Es muss nicht immer das formale politische Gespräch unter vier Augen sein. Mit Einladungen zu Netzwerkveranstaltungen oder in eine Einrichtung bekommen Politiker ein praxisbezogenes Bild des Netzwerks und seines Anliegens. Bürgeranhörungen, Fach- und Wahlkampfveranstaltungen oder öffentliche politische Veranstaltungen können ein fruchtbarer Boden für das Bekanntmachen der Netzwerkanliegen sein: z. B. über Wortbeiträge in Diskussionen.

Politiker haben in der Regel nicht viel Zeit und müssen sehr viele Anfragen bewältigen. Sie sind in ihrem Wahlkreis zwar grundsätzlich für alle Anliegen der Bürger da, besetzen jedoch inhaltliche Schwerpunkte. Oft dauern Antworten und Rückmeldungen deshalb auch länger. Gerade in den so genannten Sitzungswochen von Landtagen und im Bundestag kann dies passieren. Vorschläge, Kritik und Wünsche werden selten eins zu eins umgesetzt. Auch das Erreichen von Zwischenzielen ist schon ein Erfolg und macht Mut, die nächsten Schritte zum Ziel zu gehen.

Die Informationsvermittlung sollte daher sowohl im persönlichen Gespräch als auch schriftlich knapp, sehr präzise und leicht verständlich sein. Eine gewisse (und angemessene) Kreativität kann dabei hilfreich sein, sich Gehör zu verschaffen. Politiker sind sehr auf die Zuarbeit ihrer Mitarbeiter, Berater und Assistenten angewiesen. Oft ist es sinnvoll, auch diese mit in die Ansprache einzubeziehen und nicht sofort ganz oben anzusetzen.

Die Plattform Ernährung e. V. vereint die treibenden gesellschaftlichen Kräfte in der Übergewichtsprävention und versteht sich als Sprachrohr der Akteure zur Bundespolitik. Durch die zahlreichen Kontakte und Mitglieder kann peb sich für die Belange der Partner vor Ort einsetzen.

### **Woran man den richtigen politischen Ansprechpartner erkennen kann**

- Zugehörigkeit zu Fachausschüssen
- Mitgliedschaft in Arbeitsgruppen
- Posten in Kommissionen etc.
- Presseartikel über den Politiker
- Veröffentlichungen des Politikers
- Internetseite
- Veranstaltungen, die der Politiker vor Ort besucht

Möglichkeiten der politischen Einflussnahme sind alle Formen der Bürgerbeteiligung, die über die Wahl von politischen Vertretern in die Parlamente hinausgehen: Bürgerbegehren, Bürger- oder Volksentscheide, Petitionen, Bürgerversammlungen, Bürgerforen, runde Tische, Zukunftswerkstätten



und Einwohnerfragestunden. Das Netzwerk kann auch als eigenständiger Akteur Stellungnahmen, Einwände, Bedenken oder Anregungen zu (geplanten) politischen Entscheidungen abgeben. Ebenso können Demonstrationen, Infotische auf dem Wochenmarkt oder das Auslegen von Informationen im Bürgeramt, im Rathaus und auf Veranstaltungen eine Möglichkeit sein, öffentlich wahrgenommen zu werden.

alle interessieren sich für dieselben Themen. Und nicht alle sind auf demselben Weg zu erreichen. Deshalb wird zwischen bestimmten Zielgruppen unterschieden. Während der Projektplanung wird festgelegt, welche die wichtigsten Gruppen sind. Die adressatengerechte Ansprache ist daher zentral für jede Kommunikation. Die folgende Übersicht zeigt vier Grundtypen von Ansprechpartnern sowie ihre Besonderheiten.

**FLANKIERENDE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT**  
**UNTERSTÜTZUNG AUS DER POLITIK**  
**ERHÄLT EIN NETZWERK EHER, WENN ES**  
**ÖFFENTLICH WAHNGENOMMEN WIRD.**

### *Weiter lesen*

- Civil Society Contact Group: Einfluss nehmen in der EU: Ein Handbuch für NROs. Brüssel, 2006. Download unter [www.act4europe.org](http://www.act4europe.org) (Link auf „EU guide for NGOs“ folgen)
- Prenzel, Th.: Handbuch Lobbyarbeit konkret. Wochenschau Verlag, 2004. Bezug über die Landeszentrale für politische Bildung Berlin.

### **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Das Bekanntmachen des Netzwerks, seiner Leistungen und Angebote ist wichtig, um die gesteckten Ziele zu erreichen. Um den häufig ohne Pressesprecher o. ä. agierenden lokalen Netzwerkpartnern behilflich zu sein, bietet diese Arbeitshilfe Informationen zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Regeln, Tipps und kleine Checklisten für Materialien und öffentliche Aktionen unterstützen die Akteure in der oft ungewohnten Pressearbeit. Auch kleine Institutionen können mit wenig Aufwand von sich reden machen.

#### *Um wen geht es eigentlich?*

#### *Zielgruppen bestimmen und ansprechen.*

Die Frau auf der Straße, der Bundestagsabgeordnete oder die Stadträtin, die Arbeitgeberin, der Journalist, die Fachexperten aus der Uni und viele Personengruppen mehr sind Teil der so genannten Öffentlichkeit. Nicht alle sind gleich wichtig. Nicht



## Zielgruppenübersicht: Wie spreche ich wen an?

Mitglieder und interne Öffentlichkeit	Interessierte und Umfeld
<p><b>Angehörige:</b> Netzwerkmitglieder, Mitarbeiter, Vorstände, Beiräte, regelmäßige Unterstützer</p> <p><b>Kommunikationsziele:</b> Motivation, Bindung, Aktivierung</p> <p><b>Besonderheiten in der Ansprache:</b> Persönliche Ansprache. Relevant ist, was berührt und betrifft. Teilhabe und Integration in Planung und Durchführung des Projekts / der Kampagne. Angebote unterbreiten. Spaß schaffen und gemeinsame Erfolge organisieren.</p> <p><b>Beispiele Handwerkszeug:</b> Mitgliederbrief, Veranstaltung (v. a. praxisrelevante), Stammtisch, Telefonaktion, E-Mailings, Schwarzes Brett</p>	<p><b>Angehörige:</b> Erzieherinnen, Lehrer, Hochschullehrer, Eltern, Studenten, Betroffene, Interessierte, sympathisierende Politiker</p> <p><b>Kommunikationsziele:</b> Reputation, Vertrauen, Profil, Bindung, Aktivierung, Überzeugung und Unterstützung</p> <p><b>Besonderheiten in der Ansprache:</b> Persönliche Betroffenheit oder beruflicher Schwerpunkt. Praktische Ebene, Gespräche. Schlüssige Argumente einfach präsentieren. Selbstdarstellung. Folgeaktivitäten planen</p> <p><b>Beispiele Handwerkszeug:</b> Veranstaltungen (v. a. praxisrelevante), Faltblätter, Flyer, Plakate, Aufkleber, Ausstellungen, Demonstrationen, Infostände, Aktionen, E-Mailings, Schwarzes Brett</p>
Fachöffentlichkeit	Medienöffentlichkeit
<p><b>Angehörige:</b> Abgeordnete, Stadträte, Parteien, Wissenschaft, Verwaltung, Verbände</p> <p><b>Kommunikationsziele:</b> Reputation, Profil, Überzeugung, Unterstützung</p> <p><b>Besonderheiten in der Ansprache:</b> Sachlich fundiert. Schlüssige Argumente. Persönlicher Kontakt, per Telefon oder Brief. Einbeziehen in Veranstaltungen.</p> <p><b>Beispiele Handwerkszeug:</b> Brief, Veranstaltung (praxisrelevante Veranstaltungen und öffentliche Diskussionen), Telefonat, Hintergrundinfos und -gespräche</p>	<p><b>Angehörige:</b> Journalisten der Printmedien, Radio, Fernsehen, Fachpresse, indirekt: Leser, Hörer, Zuschauer</p> <p><b>Kommunikationsziele:</b> Öffentliche Wahrnehmung, Veröffentlichung</p> <p><b>Besonderheiten in der Ansprache:</b> Nachrichtenwert, Fakten, aktuell, kurz und knapp. Konkrete Angebote unterbreiten (z. B. Interview). Professionalität</p> <p><b>Beispiele Handwerkszeug:</b> Pressemitteilungen, Pressegespräch, Artikel, Leserbriefe, Aktionen, persönliche Kontakte</p>



In jeder der vier Grundkategorien sind zwei Personentypen von besonderem Interesse. Erstens derjenige, der in Sachfragen noch unentschieden ist. Und zweitens derjenige, der inhaltlich bereits überzeugt ist, aber noch nicht weiß, ob und wie er zum Beispiel das Netzwerk unterstützen möchte. Tipp: Erstellen Sie sich einen auf die einzelnen Zielgruppen zugeschnittenen Argumentationsleitfaden für medienspezifische Botschaften.

## Auf die Presse zugehen

Gerade zu Beginn der Pressearbeit ist ein persönliches Gespräch mit dem zuständigen Redakteur die Basis für eine effektive Zusammenarbeit. Zunächst sollte der zuständige Redakteur für lokale Themen, Gesundheit, Ernährung oder Sport etc. erfragt werden. Nur so können Informationen an die richtigen Personen weitergeleitet werden. Und auch umgekehrt gilt, dass Journalisten wissen wollen, wer ihre Ansprechpartner sind. Der direkte Kontakt ist also durchaus im gegenseitigen Interesse. Eine Möglichkeit hierfür ist auch eine Einladung in die eigene Einrichtung.

### Wege der Kontaktaufnahme zur Presse

- Telefonischer Kontakt in die Redaktion,
- Einladung in eine Einrichtung oder zu einem Netzwerktreffen,
- Auch auf netzwerkfremden Veranstaltungen ruhig direkt auf die Presse zugehen (nicht stören!).

Der Kontakt mit dem zuständigen Redakteur sollte regelmäßig sein, ohne aufdringlich zu werden. Eine Weihnachtskarte ist zu viel des Guten, eine Pressemitteilung, die zum Tag der offenen Tür einlädt, kann aber immer mit einem persönlichen Gruß versehen werden. Auch ein gelegentlicher Anruf schadet nicht. Unabhängig vom Erfolg der Bemühungen: Den hergestellten Kontakt zu einem Redakteur nicht abreißen lassen. Auch wenn die Pressemitteilung nicht veröffentlicht wurde oder keine Reaktion darauf kam: Vielleicht klappt es im nächsten Anlauf.

## Dokumentieren der Pressekontakte

Neben den Kontaktdaten der Journalisten sollte notiert werden, worüber miteinander gesprochen wurde. Das hilft bei der nächsten Kontaktaufnahme, einen Anknüpfungspunkt für das Gespräch zu finden. Zur guten Kontaktpflege gehört, dass bekannt ist, welche Themen der jeweilige Journalist bisher nicht so interessant fand, ob er auf der Pressekonferenz zu einem ähnlichen Thema war und seit wann die Bekanntschaft besteht.

Ähnlich wie bei der politischen Arbeit gilt beim Umgang mit der Presse: Sachwissen geht vor Emotionalität. Aber auch hier hilft es, die fachlichen Themen bereits in soziale und politische Aspekte einzuordnen und Praxisbeispiele anzubieten (Beispiel Pressemitteilung s. S. 48).

## Handwerkszeug Presseverteiler

Der Mannheimer Morgen hat eine höhere Auflage als Die Welt. Und die Augsburgische Allgemeine wird von doppelt so vielen Menschen gelesen, wie die Frankfurter Rundschau. Lokalzeitungen werden oft unterschätzt. Sie tragen jedoch maßgeblich zur Meinungsbildung bei und genießen eine hohe Glaubwürdigkeit bei ihren Lesern. Zusätzlich zu den großen Tageszeitungen sollten daher im Presseverteiler auch die lokalen Radio- und Fernsehsender sowie die kostenlosen Wochen- und Anzeigenblätter enthalten sein. Auch Newsletterdienste, Fachmedien, Internetzeitungen und Regionalportale sollten mit beschickt werden.

Lokale Nachrichten sind für lokale Zeitungen, Radio- und Fernsehsendungen bestimmt, denn nahezu jedes Themenfeld besitzt Ansatzpunkte für Berichte im Lokalteil der regionalen Medien. Mit lokalen Anlässen können Zielgruppen erreicht werden, die sonst nur schwer oder gar nicht erreichbar sind. Gleiches gilt natürlich für die regionalen und lokalen Radio- und Fernsehsender.

! REGIONALBÜROS DER NACHRICHTEN-AGENTUREN GEHÖREN MIT IN DEN PRESSEVERTEILER.



Wichtig ist die Ansprache der überregionalen Nachrichtengagenturen (z. B. DPA, DDP, AP und Reuters). Sie haben eine Art Leitfunktion für Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk und Fernsehen. Die meisten dieser Agenturen haben regionale Büros und Ansprechpartner.

### Notwendige Informationen im Presseverteiler

- Titel des Mediums und Medienart (Tageszeitung, Fachzeitung, Boulevard, Newsletter)
- Ansprechpartner mit vollständigem Namen und Zuständigkeit/Ressort
- Adresse, Internetseite
- Persönliche Kommunikationsdaten, Durchwahlnummer, Fax und E-Mail
- Selektionsmerkmale (Mediengruppe, Mediennutzer, Verbreitungsgebiet)
- Themenfelder zu denen er/sie informiert werden sollte/möchte.
- Letzter Kontakt zum Redakteur und Thema.
- Datum der Aktualisierung der Informationen

### Den Journalisten die Arbeit erleichtern

Ein großer Teil der Nachrichten, die in den Medien veröffentlicht werden, beruht auf Pressemitteilungen, die bei Journalisten und Redaktionen eingehen. Mehr als drei Viertel davon werden jedoch nicht gelesen. Wer erreichen möchte, dass Journalisten über das Netzwerk oder die Netzwerkanliegen schreiben, sollte auf die richtige Ansprache und Formulierung achten: Journalisten arbeiten unter Zeitdruck, bekommen täglich mehrere Hundert Meldungen und müssen schnell Schwerpunkte setzen. Sauber recherchierte und brauchbare Informationen, erreichbare Ansprechpartner sowie gut vorbereitete Hintergrundinformationen erleichtern den Journalisten die Arbeit.

### Der Nachrichtenwert

Eine Meldung ist interessant, wenn sie

- aktuell ist.
- viele Menschen betrifft.
- in räumlicher oder sozialer Nähe der Leserinnen und Leser stattfindet.
- über einen Konflikt berichtet.
- provoziert.
- Emotionen hervorruft.
- über Prominenz berichtet.
- Spaß macht und unterhält.

Darüber hinaus schätzen Journalisten Informationen danach ein, ob sie gut vereinfacht werden können und leicht zu verstehen sind.

### Pressemitteilungen schreiben

Die Grundlage für eine erfolgreiche Pressearbeit ist die Auswahl dessen, was wirklich berichtenswert ist. Anschließend wird die Information so aufbereitet, dass sie dem Journalisten ins Auge fällt, er sie versteht und für die eigene Arbeit verwenden kann. Die erste Frage ist also: Hat die Mitteilung einen Nachrichtenwert für die Öffentlichkeit? Ist dieser Anlass/das Ereignis für Leser oder Zuhörer von Bedeutung? Einige Regeln helfen beim Verfassen des Textes:

- Die Pressemitteilung sollte bereits mit der Überschrift Interesse wecken.
- Die Pressemitteilung muss die sechs W-Fragen beantworten: Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Es sollte keine Frage offen bleiben.
- Zitate lockern den Text auf (beispielsweise des Vorstandes, einer Expertin, einer prominenten Person). In der Kürze liegt die Würze. Pressemeldungen müssen im Zielmedium abgedruckt werden und sollten auf keinen Fall länger als anderthalb DIN A4 Seiten sein.
- Pressemeldungen müssen verständlich sein: Fachjargon, Abkürzungen, Anspielungen auf Insiderwissen und Schachtelsätze vermeiden.
- Eine klare Gliederung ist wichtig: Nicht chronologisch, sondern nach der Wichtigkeit der Informationen. Hintere



Absätze müssen gestrichen werden können, ohne dass die Meldung missverständlich wird (vom Wichtigen ins Detail).

- Überprüfen Sie Rechtschreibung und Grammatik! Sonst können Sie sich die beste Fachlichkeit zerstören.
- Lesen Sie zum Üben Zeitungsartikel, in denen über Organisationen oder Projekte berichtet wird und suchen Sie nach der dazugehörigen Pressemeldung im Internet. Das kann helfen, den richtigen Stil zu finden.

Ferner muss der Zeitpunkt stimmen. Die Chance, öffentlich wahrgenommen zu werden, steigt, wenn Themen bereits öffentlich diskutiert werden. Allerdings kann eine Nachricht immer auch von „wichtigeren“ Ereignissen verdrängt werden. Die Interessen des Projekts bzw. der Einrichtung decken sich nicht unbedingt mit den Erfordernissen einer guten Presseansprache. Für die Pressearbeit muss das Thema vereinfacht, pointiert und verkürzt werden. Im Zweifelsfall heißt das, auf wichtig erscheinende Details auch mal zu verzichten.

Nachrichten haben einen bestimmten Aufbau, damit sie auch für eilige Leser schnell zu erfassen sind: Das Wichtigste kommt immer zuerst. Die Nachrichten sind in inhaltliche Häppchen gegliedert und ihre Sprache ist schnörkellos, konkret und kurz.

### **Beispiel einer Pressemeldung**

#### **Übergewicht ist Thema Nummer 1**

Sport, Kitas Schulen und Stadt arbeiten künftig stärker zusammen

In Musterstadt tut sich etwas. Am Samstag trafen sich Sportvereine, KiTa-Träger, Schul- und Gesundheitsamt, um gemeinsam über eine verbesserte Ernährungs- und Bewegungsbildung in Musterstadt zu sprechen. Beraten werden die Netzwerker dabei von der Plattform Ernährung und Bewegung e.V., die bundesweit in Kommunen aktiv ist.

Hintergrund sind die Ergebnisse der Schuleingangsuntersuchungen der Jahre 2001 bis 2006, die systematisch ausgewertet wurden. Dabei fiel auf, dass die Zahl der Kinder mit ernährungsbedingten und motorischen Problemen zugenommen hat.

Gesundheitsexperten weisen weltweit vor allem auf die langfristigen Folgen kindlichen Übergewichts hin. Wissenschaftler und Praktiker sind sich darin einig, dass die Maßnahmen der Übergewichtsprävention frühzeitig, also bereits im Kindes- und Jugendalter, ansetzen müssen. Ernährung und Bewegung müssen für ein gesundes Leben im Gleichgewicht stehen. So, wie Kinder Schreiben und Rechnen lernen, können sie eine ausgewogene Lebensweise mit viel Bewegung und einer ausgewogenen Ernährung erlernen. Diese ist ein wichtiger Erfolgsfaktor für einen gesunden Lebensweg.

Pressekontakte:

Pressestelle der Stadt Musterstadt  
Heike Mustermann

Kreissportbund Musterstadt  
Horst Muster



### Achtung Urheberrechte

- Fotos und Texte sind urheberrechtlich geschützt.
- Sie dürfen nur mit Einwilligung des Urhebers bzw. des Inhabers der Nutzungsrechte verwendet werden.
- Nutzungsrechte können im Gegensatz zum Urheberrecht erworben werden (z. B. bei Bilddatenbanken).

Fotos und Bilder sind ein Blickfang und werden immer gesucht, denn Redakteure haben in der Regel zu viel Text und zu wenig Bildmaterial. Da Bilder vom Leser stärker beachtet werden als Texte, wächst die Bereitschaft, aus einer Pressemitteilung einen Beitrag zu machen, wenn ein Blickfang mitgeliefert wird (z. B. ein Scheck, der übergeben wird). Das Foto sollte im Idealfall Prominenz und Botschaft miteinander verbinden.

Grundsätzlich gilt bei jeglicher Nutzung von Fotos für Anlässe und Produkte der Öffentlichkeitsarbeit: Vorab müssen die jeweiligen Urheber-, Nutzungs- und Persönlichkeitsrechte geklärt sein. Bilder von Personen zu benutzen, setzt deren Einwilligung voraus. Auch von Internetseiten dürfen Fotos nicht ohne den Erwerb der Rechte verwendet werden. Insbesondere bei Kindern gilt es, den Schutz der Persönlichkeitsrechte zu achten. Hier entscheiden vor allem die Eltern ob und wofür Bilder von ihren Kindern genutzt werden können.

### Tipp: Fotos von Kindern in größeren Gruppen

Eltern müssen immer gefragt werden, ob die Kinder fotografiert und ob die Fotos für die Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden dürfen.

Bei größeren Veranstaltungen mit vielen Kindern können die Kinder einfach „markiert“ werden. Ein roter Klebepunkt kommt für „keine Erlaubnis“ und ein grüner Punkt für die „erteilte Erlaubnis“ auf das T-Shirt des Kindes. Daran können sich die Fotografen und später auch Layouter, Internetredakteure etc. gut orientieren. Schriftliche Anmeldeformulare können dafür gut mit einem zusätzlichen Punkt „Fotoerlaubnis“ ergänzt werden.

Die Missachtung der unterschiedlichen Rechte kann empfindliche rechtliche und finanzielle Konsequenzen haben. Sinnvoll ist es daher, sich die Erlaubnis zur Nutzung von Bildern auf Internetseiten, in Broschüren, Flyern etc. schriftlich zu holen.

### Der richtige Anlass für Öffentlichkeitsarbeit

Es gibt zwei Arten von Anlässen für Pressearbeit: 1. Die Umwelt gibt einen Anlass, an den die Pressemeldung anknüpft (z. B. politische Entscheidungen, aktuelle Debatten zur Kindergesundheit, Veröffentlichung einer Studie zu Ernährung und Gesundheit u. v. m.). Das erfordert meist ein schnelles, aktuelles Vorgehen. 2. Alternativ kann ein eigener Anlass geschaffen werden.

ALLE FORMEN DER ÖFFENTLICHKEITSARBEIT BENÖTIGEN EINEN ANLASS, DER FÜR DIE JEWEILIGEN ZIELGRUPPEN MINDESTENS EINE RELEVANTE INFORMATION BEINHALTET.

Hier ein paar Beispiele für Stellungnahmen zur Übergewichtsprävention bei Kindern. Man kann

- über Folgen des frühen Übergewichts und die Präventionsschritte des Netzwerks berichten;
- in Leserbriefen auf die aktuelle Misslage von betroffenen Familien hinweisen;
- vor Wahlen die Kandidaten auffordern, zur Gesundheitsförderung von Kindern Stellung zu nehmen;
- eine Äußerung als „Hammer des Jahres“ oder mit der „Niete des Monats“ prämiieren und die Preisverleihung ausführlich und sachlich begründen.

Für längerfristige Öffentlichkeitskampagnen sollten mindestens zwei gute Anlässe eingeplant werden. Damit steigen die Chancen, das Anliegen regelmäßiger in die öffentliche Diskussion zu bringen. Ein Projektbeginn oder -ende, ein neuer Aufgabenschwerpunkt des Netzwerks oder eine Informationsveranstaltung können solche Anlässe sein. Pressegespräche



(siehe Seite 48) oder Presse-Events sprechen Journalisten direkt an. Kampagnen bedienen sich aller Medien und sind an Presse, Politik und Mitglieder adressiert.

### *Eine Pressemitteilung versenden*

Grundsätzlich werden Pressemitteilungen per E-Mail oder per Fax verschickt. Kleinere Institutionen verschicken Pressemitteilungen oft nur per E-Mail. Der Vorteil liegt auf der Hand: Es geht schnell, macht wenig Arbeit und kann von jedem Computer aus erledigt werden. E-Mail-Adressen sind allerdings kurzlebiger als Faxnummern. Meldungen sollten daher neben den für das Thema zuständigen Personen auch immer an allgemeine E-Mail-Adressen wie z. B. redaktion.dortmund@waz.de oder lokales@abendzeitung.de gesendet werden. Nicht vergessen: Wenn E-Mails als unzustellbar zurückkommen, dann müssen die E-Mail-Adressen umgehend korrigiert werden. Mit einem Anruf lässt sich herausfinden, wohin Pressemeldungen geschickt werden sollen.

**! PRESSEMITTEILUNGEN WERDEN HEUTE IN DER REGEL PER E-MAIL VERSCHICKT. TROTZDEM BEVORZUGEN EINIGE JOURNALISTEN UND REDAKTIONEN NOCH DAS FAX.**

Wenn trotz einer aktuellen, seriösen, informativen und verständlichen Pressemitteilung am nächsten Tag nichts in der Zeitung steht, sollte in den Redaktionen nachgefasst werden. Die direkte Nachfrage hat zum Vorteil, überprüfen zu können, ob der Ansprechpartner und seine Adresse richtig sind. Darüber hinaus lässt sich so der persönliche Kontakt aufbauen bzw. intensivieren. Nachfragen können direkt beantwortet und weitere Informationen angeboten werden (Hintergrunddetails, Statistiken, Interview, Presserundgang, Fotoanlässe etc.).

### **E-Mail-Verschickungen**

- Überschrift der Pressemitteilung in die Betreffzeile übernehmen.
- Begleitschreiben sind nicht notwendig. Die Pressemitteilung steht für sich.
- Die Pressemeldung in die E-Mail übernehmen. Abschließen mit „Die Pressemeldung hänge ich als .doc bzw. vorzugsweise als .pdf an.“
- Einen Ansprechpartner/in für die Presse mit Telefonnummer und E-Mail angeben.
- Keine besonderen Formatierungen in der E-Mail vornehmen.

Für die interne Kommunikation und Transparenz des Netzwerks sollten auch alle Netzwerkpartner mit in den Verteiler aufgenommen werden. So sind alle auf demselben Stand bezüglich Versanddatum, Netzwerkaktivität und Inhalten. Auch Politiker und weitere Interessierte können in den Verteiler aufgenommen werden.

### **Nachfassen in der Redaktion**

- Ist die Pressemitteilung angekommen?
- Ist das Thema im Moment interessant?
- Sind weitere Informationen gewünscht oder erforderlich?

### **Das Pressegespräch**

Ein Pressegespräch ist die kleinere und weniger formelle, dafür persönlichere Variante einer Pressekonferenz. Daher ist es für die Arbeit kleinerer Institutionen genau das richtige Instrument, um mit Journalisten direkt in Kontakt zu treten. Geeignete Anlässe für ein Pressegespräch sind z. B.:

- Die Netzwerk-Kampagne wird angestoßen.
- Die Ergebnisse und Forderungen einer Konferenz werden bekannt gegeben.
- Ein neues Bewegungsangebot des Netzwerks geht an den Start.



- Ein Projekt zur Übergewichtsprävention ist in einer KiTa gestartet.
- Die Gewinner eines Wettbewerbs werden vorgestellt.
- u.v.m.

Durch einen Fototermin, eine Zertifikatsvergabe, eine Einlage von Kindern oder die Visualisierung eines Problems durch Bilder oder Grafiken kann der Ereignischarakter unterstützt werden. Welcher Anlass genug Stoff für ein Pressegespräch gibt, lässt sich u. a. mit folgenden Fragen überprüfen:

- Warum reicht eine Pressemitteilung alleine in diesem Fall nicht aus?
- Gibt es begleitend die Möglichkeit für ausdrucksstarke Pressefotos?
- Kann das Thema in interessanten Räumlichkeiten / an einem interessanten Ort präsentiert werden?

### Tipps für Pressegespräche

- Zeiten: Dienstag, Mittwoch oder Donnerstag zwischen 9:30 und 11:30 Uhr. Denn ab mittags wird in den Redaktionen geschrieben. Der Freitag ist tabu, am Montag wird die Woche geplant.
- Stellen sie sicher, dass keine andere Pressekonferenz am selben Tag stattfindet oder die Journalisten mit einem anderen großen Event in der Stadt beschäftigt sind.
- Getränke und Snacks bereitstellen.
- Tisch und Stühle so stellen, dass die Journalisten den Referenten genau gegenüber sitzen.
- Moderation festlegen.
- Namensschilder aufstellen.
- Ggf. ein Motiv für ein Pressefoto vorbereiten.
- Ablauf abstimmen (Begrüßung, Anlass, Statements, Fragen/Antworten, Abschluss).
- Teilnahmeliste für die Journalisten auslegen (Name, Adresse, Medium, E-Mail, Telefon).
- Pressemappen auslegen mit einer Zusammenstellung der zentralen Aussagen der Referenten, Zahlen, Daten, Statistiken, Bildmaterial, Selbstdarstellung des Vereins und der Pressemitteilung.

### Teilnehmer an einem Pressegespräch

Ein Pressegespräch sollte sorgfältig vorbereitet, durchgeführt und ausgewertet werden. Mehr als zwei Personen sollten bei einem Pressegespräch nur in Ausnahmefällen reden. Das Motto: Mischung statt Dopplung. Die Teilnehmer sollten gut ausgesucht werden und von Interesse für die Medien sein: Gibt es einen Repräsentanten, der prominent oder besonders kompetent ist? Gibt es einen prominenten Unterstützer? Welche Personen können sich ergänzen?

Die Redner müssen sich kurzfassen (max. 10 Min.). Das Pressegespräch darf insgesamt einschließlich Fragen und Antworten nicht länger als eine Stunde dauern. Die Vorträge sollten so verfasst sein, dass sie im Originalton vom Journalisten übernommen werden können. Nicht zuletzt ist es auch möglich, dass Radiojournalisten vor Ort sind, die das Gesagte mitschneiden.

Der Ereignischarakter kann auch durch den Ort unterstrichen werden. Ein Vor-Ort-Termin ist für die Journalisten zusätzlich interessant. Oft bieten sich dabei bessere Möglichkeiten für ein Foto. Auf dem Schulhof, dem Kinderspielplatz, an der Statue im Hof der Universität – der Ort muss zum Thema passen und die Brisanz zusätzlich unterstreichen. Ungewöhnliches ist erlaubt – aber die Journalisten müssen schreiben, aufnehmen oder drehen können.

### Nach dem Pressegespräch

- Der Veranstalter muss für weitere Nachfragen erreichbar sein.
- Angekündigte Vorhaben müssen zeitnah umgesetzt und z. B. durch weitere Pressemitteilungen öffentlich dokumentiert werden.
- Die Pressedokumentation: Alle Clippings mit Datum der Veröffentlichung und Angaben zum Medium sammeln und aufbereiten.



## Sonderfall Interview

Als Reaktion auf eine Pressemeldung ruft eine Journalistin an und bittet um ein kurzes Interview. Zunächst sollte geklärt werden:

- Welche Themen genau angesprochen werden,
- In welchem Zusammenhang das Interview steht,
- Wie lang es dauern soll,
- Wie und wo es ablaufen soll.

Denn egal ob Zeitung, Radio oder Fernsehen – jedes Interview bedarf einer guten Vorbereitung.

### Vorbereiten für ein Interview

- Eine gute inhaltliche Vorbereitung ist wichtig, um auf die Fragen sachlich kompetent antworten zu können.
- Die Übung mit einem Partner oder vor dem Spiegel kann gegen Lampenfieber helfen.
- Die eigene Sprache sprechen macht glaubwürdig und sicherer. Eine künstlich verwissenschaftlichte oder betont lässige Ausdrucksweise machen unglaubwürdig.

Interviewfragen werden in der Regel nicht vorher abgestimmt. Aber wenn Sie die „Netzwerk-Botschaften“, Fakten und Zahlen in griffigen Formulierungen im Kopf haben (oder auf so genannte „Talking Cards“ schreiben), dann kann nichts schief gehen. Die Vorbereitung besteht also darin, Aussagen auf den Punkt zu bringen und den Standpunkt klar und kurz zu benennen.

Es ist übrigens kein Problem, auch einmal nicht antworten zu können. Auch ein „Das weiß ich leider nicht“ oder „Dafür bin ich nicht die richtige Ansprechpartnerin“ wird akzeptiert. Fragen sollten immer positiv beantwortet werden. Tabu sind Diffamierungen und Beleidigungen. Freundlichkeit versteht sich von selbst. Vertrauliche Äußerungen gehören nicht in ein Interview, da der Journalist selbst entscheidet, welche Informationen veröffentlicht werden. Bei Zeitungsinterviews kann darauf bestanden werden, Zitate vor der Veröffentlichung zu

autorisieren. Dann können noch kleinere Änderungen vorgenommen werden. Zu viele Änderungen sind jedoch nicht zu empfehlen.

Bei Fernsehinterviews sollte kurz vorher ein letzter Blick das Outfit prüfen. Verzichtet werden sollte auf weiße Kleidung und Gestreiftes. Die Redakteure und Journalisten teilen vorab oft von selbst mit, was zu beachten ist.

### Beispieltexte für Talking-Cards

- 15 Prozent der Kinder und Jugendlichen in Deutschland sind übergewichtig, das sind fast 2 Millionen.
- 6 Prozent sind adipös, ca. 800.000 Kinder.
- Übergewichtige Kinder werden immer schwerer.
- Erhöhtes Risiko für Folgeerkrankungen bei frühem Übergewicht.
- Therapie ist oft erfolglos und sehr teuer.
- Prävention hin zu einem gesunden Lebensstil ist die erklärte Zielsetzung aller Akteure unseres Netzwerks.
- Ausgewogene Ernährung und viel Bewegung müssen für alle Kinder zugänglich und alltäglich sein.
- Nicht einzelne Lebensmittelgruppen sind für die Entstehung von Übergewicht verantwortlich, sondern ein unausgewogenes Verhältnis von Ernährung und Bewegung.
- Die Balance zwischen Ernährung und Bewegung muss gefunden werden: Wer sich viel bewegt, kann mehr essen (ohne Gefahr übergewichtig zu werden) als jemand, der sich wenig bewegt.
- Wissenschaftler und Praktiker sind sich darin einig, dass Präventionsmaßnahmen gegen Übergewicht frühzeitig, also bereits im Kindes- und Jugendalter, ansetzen müssen. Deshalb stehen Kinder, Jugendliche und Eltern im Zentrum unserer Aufmerksamkeit.
- Wissenschaftliche Erkenntnisse sind die Basis für unsere Arbeit. Neueste Forschungsergebnisse und die Erprobung in Praxis-Modellen helfen, die besten Präventionsstrategien zu erkennen.



## Die Methode „Leserbrief“

Ein gutes Instrument der Öffentlichkeitsarbeit ist gerade für kleinere Institutionen der Leserbrief. Er kann von jedem geschrieben werden, beweist mit fundierten Aussagen Expertise, die Kosten sind minimal und die Abdruckwahrscheinlichkeit ist hoch.

Bei Leserbriefen sind einige Hinweise zu beachten:

1. Der Text muss sich auf einen bereits abgedruckten Artikel beziehen, das heißt, die Leser wissen bereits etwas über das Ereignis.
2. Er ist kein redaktioneller Beitrag: Das heißt, der Schwerpunkt liegt nicht auf der Meldung, sondern der eigenen Meinung oder Expertise.
3. Das scharfe und rationale Argument steht im Vordergrund, nicht das Schimpfen oder Beleidigen. Der Leserbrief vertritt ein klares Ziel bzw. eine These: Jeder Satz argumentiert genau für diese These.
4. Ein Leserbrief sollte knackig und kurz sein. In der Regel behalten sich Redaktionen vor, zu lange Texte zu kürzen – was dann nicht mehr der Kontrolle des Leserbriefschreibers unterliegt.

Der Autor des Leserbriefs unterstreicht durch einen Zusatz zu seinem Namen seine Expertise: Horst Müller, Leiter der KiTa Sonnenschein; Ulrike Bommel, Kinderärztin in Tupfingen. Auch gemeinsame Leserbriefe aus dem Netzwerk sind möglich, wenn sie sich an die vereinbarten Netzwerkziele und Inhalte halten: Sonja Pfuhl, Sozialpädagogin & Peter Strunz, Diplom-Sportlehrer (Netzwerk „Tupfingen mit peb“)

## Infostände – direkter Kontakt zu Eltern & Co.

Infostände gehören zu dem klassischen Repertoire von politischen Organisationen und Interessengruppen. Für Einige sind sie an besonderen Terminen im Jahr sogar Pflicht, wie z. B. der 1. Mai für Gewerkschaften. Gute Anlässe im Gesundheitsbereich könnten der Tag des Kindes oder weitere thematisch relevante Termine sein: Der Tag der Einschulung kann mit Tipps für die Pausenverpflegung genutzt werden, z. B. in einer Verteilaktion vor der Schule. Auch ein einfacher

Infostand kann wirkungsvoll sein, wie z. B. ein Nachmittag vor dem Rathaus oder auf einem Wochenmarkt.

Die unterschiedlichen Anlässe und Orte erfordern allerdings unterschiedliche Arten von Infoständen. Sie und die Materialien sollten für die jeweilige Zielgruppe (siehe Infografik auf Seite 43 und Abschnitt „Um wen geht es eigentlich?“) ansprechend gestaltet und aufbereitet sein. So spricht ein Stand vor dem Rathaus nicht die gleichen Zielgruppen an, wie ein Stand bei einem großen KiTa- oder Schulfest. Oft eignet sich ein attraktiver, origineller oder von Weitem erkennbarer Aufmacher, um Aufmerksamkeit zu erlangen. Auf jeden Fall sollte die Gestaltung des Infostandes dem Anlass, der Zielgruppe und der Institution oder Einrichtung angemessen sein. Unbedingt gehören dazu:

- Informationsmaterial zu Ihren Angeboten, Projekten und Partnern,
- aufbereitete Hintergrundinformationen zur Entwicklung von Übergewicht bei Kindern.

Außerdem können Interaktionsmaßnahmen das Interesse an Ihrem Anliegen steigern, wie z. B.

- eine Unterschriftenliste für den Erhalt von Bewegungsräumen in der Kommune
- oder ein thematisches Quiz: Wie lange gucken Kinder im Durchschnitt täglich fern? Wie viele Kinder kommen ohne Frühstück in die KiTa?

Zusätzlich zu einem ansprechenden, übersichtlichen Infostand hängt viel von den Personen ab, die den Stand betreuen. Sie sollten mit den Passanten ins Gespräch kommen wollen. Dafür bietet es sich an, vor allem diejenigen anzusprechen, die bereits einen Schritt auf den Stand zumachen, Blickkontakt aufnehmen oder sich schon ein Faltblatt genommen haben.



**INFOSTÄNDE SIND KONTAKTBÖRSEN FÜR AKTIVE UND INTERESSENTEN. SIE FÖRDERN DIE ÖFFENTLICHE WAHRNEHMUNG, BIETEN RAUM ZUM SPONTANEN GESPRÄCH UND FÜR VERABREDETE TREFFEN.**

Jeder, der zum Stand kommt, zeigt Interesse an der Arbeit und ist daran interessiert, von den Anliegen, Aktivitäten und Erfolgen des Netzwerks zu hören. Insofern sollte vom Anteil ihrer Institution und den anderen Akteuren berichtet werden. Ziel sollte sein, ein Gespräch mit einem Angebot zu beenden: „Wir schicken Ihnen auch gern ein Infopakete zu diesem Thema zu.“ Oder: „In vier Wochen haben wir das nächste Netzwerktreffen. Wir schreiben Sie gern rechtzeitig mit einer Einladung an.“ Die Versprechen müssen im Anschluss natürlich eingehalten und dazu Kontaktdaten bzw. Visitenkarten ausgetauscht werden.

Infostände sind auch immer Anlaufpunkte für Aktive und bieten Raum für kleinere, informelle Netzwerktreffen. Also sollte über den Newsletter oder E-Mail-Gruppen informiert werden, wo sich der Stand befindet: „Wir laden Sie herzlich ein, den Stand zu besuchen.“ Auch Abgeordnete, andere Prominente und Eltern können mit eingeladen werden. Bei persönlichen Gesprächen mit wichtigen Personen ist es eine freundliche Geste, etwas Kaffee oder Wasser an einem Stehtisch anzubieten. Darüber kann die Gelegenheit für ein gemeinsames Foto (z. B. für die Pressearbeit) genutzt werden.

### **Checkliste Infostand**

- Genehmigung einholen/Standplatz buchen
- Materialliste vorbereiten, Material packen, Transport organisieren
- Stand-Kiste mit Klebeband, Reiszwecken, Stiften, Kordel, Gummis, Schere, Kiessäckchen (Windschutz für Papier) mitnehmen
- Tisch, Stühle, Plakatständer etc. mit einplanen
- Verpflegung und Getränke
- Seien Sie auf jedes Wetter vorbereitet: Malerplane, Sonnenschirm o.ä. mitnehmen
- Infostand ansprechend gestalten
- Mögliche interaktive Elemente: Unterschriftenlisten, Spiele oder ein Quiz
- Wichtige Materialien so hinlegen, dass sie zum Blickfang werden: Vorne und in großer Stückzahl
- Aufbau muss fertig sein, bevor Gäste und Besucher kommen
- Ständig besetzt halten – leere Infostände laden nicht ein
- Adressliste für Interessierte (Materialversand, Einladungen etc.) immer bereithalten
- Interessierte direkt ansprechen, niemals mit dem Rücken zum Publikum stehen

### **Plakate, Flyer, Internet & Co.**

Neben der direkten Ansprache am Telefon oder am Infostand, auf Veranstaltungen oder beim Stammtisch gehören zu einer guten Öffentlichkeitsarbeit natürlich auch Materialien wie Flyer, Aufkleber und Plakate etc. So kann man mit Handzetteln und mit Faltblättern auf Termine hinweisen und auf Flugblättern für eine bestimmte Position argumentieren. Aufkleber und Plakate transportieren Logo und zentrale Botschaft. Sie schaffen so einen Wiedererkennungswert und Präsenz im Stadtbild (z. B. Stadtbibliothek, Bürgeramt, Geschäfte). Alle Printprodukte sollten immer auch auf die Internetseite verweisen – sofern sie gut gepflegt ist. Jeder Netzwerkakteur sollte mit den Materialien ausgestattet sein und sie in seiner Einrichtung aufhängen, verteilen und auslegen.





### Flugblätter und Flyer

Leser greifen nicht nur bei Interesse am Thema zu. Die Wahrnehmungsgewohnheiten richten sich auf optische Vorlieben, „Schockierendes“ und Erstaunliches: Große Gestaltungselemente und Überschriften werden als Erstes wahrgenommen. Mit Zwischenüberschriften ist der Text schon beim Überfliegen erfassbar und der Leser kann die für ihn uninteressanten Passagen überspringen. Bilder, Grafiken, Farben, Schrifttypen und Schriftgrößen sollten sparsam eingesetzt werden, damit die einzelnen Elemente ihre Wirkung nicht verfehlen. Sehr wichtig ist es, auf hohe Bildqualität zu achten.

Der Druck von Flyern, Plakaten, Aufklebern etc. ist heute auch in kleineren Auflagen kostengünstig zu haben. Kleinere, örtliche oder Online-Druckereien sind eher bereit, geringe Auflagen zu übernehmen.

### Blickfang Plakat

Plakate verhelfen dem Netzwerkanliegen oder der Kampagne zu einem höheren Bekanntheitsgrad. Sie hängen an Geschäftsstellen, im Arbeitszimmer, bei Infotischen und an Türen öffentlicher Einrichtungen. Sie übermitteln kurz und prägnant auf einen Blick die zentrale Botschaft. Allgemein gilt: Den Text möglichst kurz halten. Selten werden Plakate mit viel Text aufmerksam und vollständig gelesen. Auf ein Plakat gehören

- ein großes, starkes Bild,
- eine kurze Headline/Slogan (z. B. abgewandelte Redewendungen, Filmtitel, verändert oder original, Kinderreime, Zitate und alles, was kurz und knackig ist),
- minimaler ergänzender Text. Falls vorhanden: das Logo des Netzwerks oder der gemeinsamen Kampagne,
- der Link zu Homepage des Netzwerks bzw. der Kampagne.

### Aufkleber

Aufkleber sind eine einfache Möglichkeit, um auf sich aufmerksam zu machen: Sie sind sinnvoll, wenn eine Forderung kurz und knapp untergebracht werden kann. Sie können zielgenau geklebt werden und verschönern Kalender oder Notizbuch.

### Checkliste 13 Schritte zu fertigen Printprodukten

1. Thema – legen Sie die zentrale Botschaft fest.
2. Konzeption – finden Sie eine tragende Idee.
3. Struktur – was kommt wann warum?
4. Headlines – neue Argumente sind mit Zwischenüberschriften besser verständlich.
5. Text – formulieren und umschreiben.
6. Der Text sollte von einer fachfremden Person gegenlesen werden.
7. Überarbeiten – immer und immer wieder.
  - Aufgeblasene Formulierungen, Fremdwörter und Substantivierungen ersetzen
  - Schachtelsätze entwirren
  - Den Text mit Beispielen, Bildern und Metaphern anreichern
  - Passiv durch Aktivformen ersetzen.
  - Durch mehr Verben und weniger Hauptwörter Farbe in die Sätze bringen
  - Durch prägnante Verben dem Text den letzten Schliff geben
8. Korrektur – Rechtschreibung und sprachlicher Schliff.
9. Layout – auf die Gestaltung kommt es an.
10. Endkorrektur und Freigabe – damit nichts schief geht.
11. Entscheidung – wie viele Exemplare werden benötigt?
12. Druck / Kopie – Absprachen mit Druckerei oder Gang zum Copyshop.
13. Abholen und sofort über die Netzwerkpartner verteilen. Jede Verteilaktion bietet die Gelegenheit, mit Menschen ins Gespräch zu kommen. Nutzen Sie dies gemeinsam und gezielt!

### Internetpräsenz

Die Öffentlichkeitsarbeit im Internet ist heute auch für kleinere Organisationen und Initiativen eine unverzichtbare Aufgabe, die Benutzerzahlen steigen und immer neue Angebote (z. B. Newsfeeds, Blogs, Twitter) entstehen. Im Gegensatz zu allem Gedruckten informieren elektronischen Medien



schnell, kostengünstig, aktuell und einfach über wichtige Inhalte. Mit der Internetpräsenz sind Informationen, Angebote und Kontaktmöglichkeiten 24 Stunden am Tag verfügbar. Voraussetzungen für eine funktionierende Website sind:

- Ein eigener Domainname wie [www.regionen-mit-peb.de](http://www.regionen-mit-peb.de) ist obligatorisch für eine gute Öffentlichkeitsarbeit.
- Corporate Design: Ein durchgehendes Gestaltungskonzept sollte für alle Medien verwendet werden, um dem Netzwerk ein wieder erkennbares Aussehen zu geben.
- Logische Struktur: Die wichtigsten Informationen müssen schnell und intuitiv zu finden sein.
- Übersichtlichkeit steht immer vor Informationsflut.
- Schnelle Ladezeiten kommen vor grafischen Spielereien.
- Aktuelle und einfach zu findende Listen von Ansprechpartnern mit Telefon und E-Mail-Adresse. Der Datenschutz und die erforderliche Zustimmung zur Veröffentlichung greifen hier vor allem bei Privatadressen.
- Gründlichkeit: funktionierende Links, korrekte Rechtschreibung.
- Aktualität: Eine Seite mit aktuellen Inhalten und Terminen muss regelmäßig gepflegt werden.
- Eine Linkseite mit Logos zu allen Netzwerkakteuren, -partnern und -unterstützern verdeutlicht den Netzwerkgedanken.
- Ein korrektes Impressum ist gesetzlich vorgeschrieben.

Auf den Internetseiten der Akteure sollte das Netzwerk ebenfalls beschrieben und mit seinem Logo und/oder Foto präsentiert sein: Dies dokumentiert nicht nur das Engagement der Einrichtung und vervollständigt ihr Profil, sondern bietet auch Platz für die Netzwerkwerbung (Termine, Pressemitteilungen, Forderungen, Ziele etc.) sowie für Links zu den Netzwerkakteuren und ggf. zur lokalen Netzwerkwebsite auf [www.regionen-mit-peb.de/ortsname](http://www.regionen-mit-peb.de/ortsname). Dadurch erhöht sich der Bekanntheitsgrad des Netzwerks. Auch gezielte Postings (Einträge) zusammen mit der Netzwerk-Internetadresse in Foren, Projektdatenbanken, Online-Netzwerken oder an virtuellen Schwarzen Brettern kann bei speziellen Anliegen sinnvoll sein, um schnell Antworten auf Fragen zu erhalten oder aufmerksam zu machen.

### Ihre „Region mit peb“ online

Die Plattform Ernährung und Bewegung e. V. stellt im Rahmen des Projekts „Regionen mit peb“ für jedes teilnehmende lokale Netzwerk und seine Akteure Platz im Internet bereit.

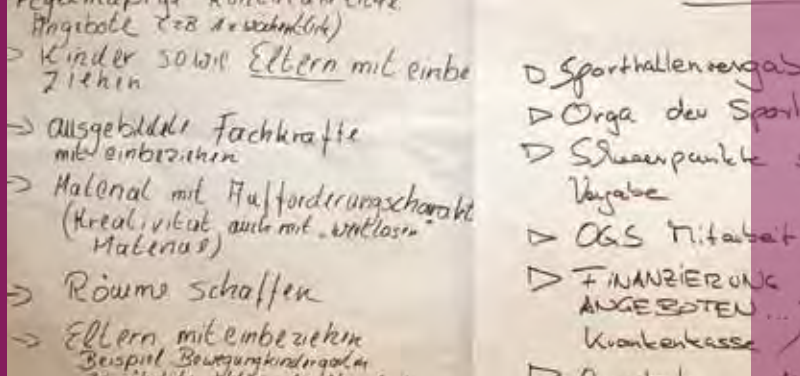
[www.regionen-mit-peb.de/ortsname](http://www.regionen-mit-peb.de/ortsname)

Hier können sich alle beteiligten Institutionen (Netzwerkpartner) mit ihren Projekten vorstellen. Einfache Formulare zum Ausfüllen garantieren, dass jede Institution sich selbst und ohne Programmierkenntnisse im Internet präsentieren kann. So entsteht für die lokalen Netzwerkkoordinatoren kein zusätzlicher Aufwand, eine Netzwerk-Internetseite aufbauen zu müssen. Darüber hinaus wird das bundesweite Netzwerk sichtbar und lokale Akteure können sich mit Ideen, Informationen und weiteren Kontakten aus ganz Deutschland versorgen.

### Der Newsletter

Der regelmäßige gedruckte Infobrief wurde in vielen Organisationen und Institutionen bereits durch einen E-Mail-Newsletter ersetzt. Das spart Portokosten und Zeit. Die grundsätzlichen Regeln sind jedoch ähnlich: Zielgruppe und Thema müssen fest eingegrenzt sein. Ein interner Newsletter nur für die Akteure könnte z. B. auch Protokolle enthalten. Ein öffentlicher Newsletter für alle Interessierten beinhaltet eher netzwerkrelevante Informationen und Termine. Für ein Fachpublikum bietet es sich an, neben Terminen aus dem Netzwerk auch auf Informationen zu relevanten Tagungen oder Fortbildungen sowie auf neue Literatur, politische Entwicklungen oder Studien zu verweisen.

Allgemein gilt: Wenn ein Infobrief per E-Mail verschickt wird, darf die Datei nicht zu groß sein. Der Text sollte in jedem Fall kurz und übersichtlich sein: Zu jedem Punkt genügt ein kurzer „Teaser“ mit den wichtigsten Aspekten, wenn mit einem Link auf ausführliche Informationen im Netz verwiesen werden kann.



### Newsletter-Tipps

- Die Empfänger von Newslettern müssen sich immer selbst dafür (an-) gemeldet haben. Niemals unaufgefordert Newsletter versenden.
- Halten Sie die Verteilerliste aktuell.
- Wenn Sie eine E-Mail gleichzeitig an mehrere Personen versenden, verbergen Sie zum Datenschutz die Adressen. Es geht niemanden an, über welche Adressdaten Sie verfügen und wer den Newsletter noch erhält.
- Ein unverzichtbarer Bestandteil des Newsletters ist der Hinweis am Ende des Textes, wie und wo der Newsletter abbestellt werden kann.

### Beispiel Teaser

- Plattform startet Kooperation mit allen städtischen KiTas in München.
- Linde-Gelände wird wieder zu einem Bewegungs- und Familientreff in Nürnbergs Stadtteil Gostenhof.
- Präventionsarbeit in Dortmunder Schulen durch regelmäßige Bewegungsangebote und eine ausgewogene Schulküche verankert.

### Weiter lesen:

- Brömmling, U.: Nonprofit-PR. Uvk Verlag, 2007.
- Deutscher Bundesjugendring (Hrsg.): Schlagzeilen. Presse-Praxis für Jugendliche. Berlin, 2003.
- Folten, B.: Professionelles Texten leicht gemacht. Schreibst Du noch oder textest du schon. Verlag Redline Wirtschaft, 2005.
- Gottschling, St.: Einfach besser texten. GABAL-Verlag, 2006.
- Ministerium für Umwelt und Verkehr Baden-Württemberg (Hrsg.): PR Umwelt. Neckar Verlag, 2003.

Newsletter bzw. Infomails können in verschiedenen Formen versandt werden. So kann zum Beispiel der Newslettertext als Anhang der E-Mail beigefügt werden. In der eigentlichen Mail steht dann ein kurzer Eröffnungstext und ein PDF-Dokument wird an die E-Mail angehängt. Word-Dokumente sind bei Newslettern nicht sinnvoll. Die Dateien sind meist größer als PDF-Dokumente und eventuell haben nicht alle Leser die Software zum Ansehen. Software für PDF-Dokumente (z. B. Acrobat Reader) ist dagegen kostenlos und für alle Computer verfügbar.

Eine andere Möglichkeit ist es, den gesamten Text des Newsletters direkt in die E-Mail zu schreiben. Wichtig ist dabei eine besonders gute und übersichtliche Struktur. Absätze, Überschriften, weiterführende Links sollten klar unterscheidbar sein. Bei einzelnen Informationen bietet sich auch ein Inhaltsverzeichnis zu Beginn mit nummerierten Abschnitten an.

Ein Newsletter kann in HTML (mit Bildern und farbiger Formatierung) oder als Nur-Text-Mail (ausschließlich schwarzweißer Text) versendet werden. Nicht alle Empfänger können oder wollen html-Newsletter (u. a. wegen Virusgefahr) bekommen. Viele E-Mail-Programme blockieren zudem heutzutage aus Sicherheitsgründen die Anzeige von Bildern bereits mit ihren Standardeinstellungen.



## Kapitel 5: Finanzierung von Projekten

So manche gute Idee lässt sich nicht realisieren, weil das Geld oder finanzkräftige Partner fehlen. Soziale Institutionen und Vereine haben selten ausreichend Finanzen und Personal, zusätzliche Arbeit zu bewältigen. Dazu gehört auch der Aufwand, den intensive Netzwerkarbeit mit den verschiedenen dazugehörigen Aktivitäten oder Projekten mit sich bringt. Folglich müssen die entsprechenden Mittel akquiriert werden:

Folgende Informationen benötigen potenzielle Geldgeber:

- Selbstdarstellung der anfragenden Institution;
- Name des Vorhabens/Projekts (der Name des Projekts sollte unter öffentlichkeitswirksamen Aspekten gewählt werden. „KiTa isst köstlich (KiK)“ ist deutlich attraktiver als „Ernährungsbildung in KiTas zur Prävention von Übergewicht“);
- Beschreibung des Vorhabens/des Projekts, wofür die Fördermittel benötigt werden;
- Finanzierungsplan, der zeigt, wofür das Geld verwendet werden soll;
- Zeitplan zum Ablauf des Gesamtprojekts;
- Konzept zur geplanten Öffentlichkeitsarbeit zum Projekt;
- transparente Dokumentation der Ein- und Ausgaben.

Bei vielen Geldgebern, wie Stiftungen oder öffentlichen Einrichtungen gibt es spezielle Antragsformulare, die unbedingt genutzt und sorgfältig aufbereitet werden müssen. Einige Förderungsformen setzen zudem die Modellhaftigkeit des beantragten Projekts voraus. Folglich sollte berücksichtigt werden, dass das Projekt übertragbar ist. Dabei kann es hilfreich sein, auf erfolgreich erprobte Modelle Bezug zu nehmen und die spezifische Weiterentwicklung zu erläutern.

### Typische Kosten in Projekten

- (anteilige) Personalkosten
- Dokumentation, Öffentlichkeitsarbeit, Evaluation
- Miete bzw. Mietanteil, ggf. Versicherungen
- Telefon, Porto
- Büroeinrichtung, technisches Equipment
- Gestaltungs-, Druck- und Buchhaltungskosten
- Fahrtkosten, Honorare
- etc.

### Geld für Vereine aus Bußgeldern

Gemeinnützige Vereine können bei den Gerichten die Aufnahme in die Bußgeldliste beantragen, um Bußgelder zugesprochen zu bekommen. Die Aufnahme in die Liste bedeutet aber nicht, dass Bußgelder automatisch zugesprochen werden, da die Richter unabhängig entscheiden. Um in die Liste aufgenommen zu werden, sollten folgende Unterlagen an die Präsidenten der Land- oder Oberlandesgerichte eingereicht werden: Name, Anschrift und Konto (Überweisungsvordrucke mit Angabe des Spendenkontos beilegen), Satzung, Fotokopie oder beglaubigte Abschrift der Eintragung in das Vereinsregister, Fotokopie der Gemeinnützigkeitsbescheinigung des Finanzamts, Infomaterial über die Aktivitäten des Vereins.

Quelle & weitere Informationen: [www.wegweiserbuergergesellschaft.de](http://www.wegweiserbuergergesellschaft.de) (Praxishilfen > Fundraising > andere Einnahmequellen)

### Sponsored run – Laufen für einen guten Zweck

Beim so genannten „sponsored run“ oder „sponsored walk“ besteht die Grundidee darin, dass sich ein oder mehrere Sponsoren verpflichten, für jeden gelaufenen Kilometer, für jede Runde um den Sportplatz oder pauschal für den ganzen Lauf eines Kindes einen bestimmten Geldbetrag an eine Institution oder ein Projekt zu spenden. Das „erlaufene“ Geld kann dann für Projekte o. ä. verwendet werden. Wer einen „sponsored walk“ mit Kindern veranstaltet, sollte darauf achten, dass die Kinder selbst bestimmen können, wofür das Geld ausgegeben werden soll. Mindestens aber sollten die Läufer genau wissen und verstehen, für welchen Zweck die Mittel bestimmt sind.

### Einen Spendenaufruf starten

Um für ein bestimmtes Vorhaben kontinuierlich und längerfristig Spendengelder zu akquirieren, kann es sich für gemeinnützige Träger lohnen, einen eigenen Spendenaufruf zu starten. Achtung: Spendern ist auf Wunsch eine Spendenquittung auszustellen, ab 200 Euro muss eine Spendenquittung ausgestellt werden. Eine Spendenkampagne ist sorgfältig zu planen und bedarf einer professionellen Betreuung. Fast noch





wichtiger als die Akquise von Spenden ist das Dankeschön für einen tatsächlich eingegangene Betrag. In den letzten Jahren ist viel Literatur zur Akquisition von Spendengeldern erschienen und sogar ein eigener Berufsstand für die professionelle Akquisition von Drittmitteln (Fundraising) entstanden.

Ausführliche weitere Informationen: [www.wegweiserbuergergesellschaft.de](http://www.wegweiserbuergergesellschaft.de) (Praxishilfen > Fundraising > Spenden)

#### **Ein Beispiel zivilgesellschaftlicher Förderung**

Der 1965 gegründete Verein Stiftung Deutsche Jugendmarke e. V. hat satzungsgemäß die Aufgabe, mit den aus dem Verkauf der Sonderpostwertzeichen „Für die Jugend“ erzielten Zuschlagelösen bundeszentrale/überregionale bzw. innovative/modellhafte Maßnahmen und Projekte im Bereich der Kinder- und Jugendhilfe zu fördern. Förderanträge können anerkannte Träger der Kinder- und Jugendhilfe stellen, über die von der Mitgliederversammlung der Stiftung entschieden wird. Weitere Informationen: [www.jugendmarke.de](http://www.jugendmarke.de)

#### **Weitere Finanzierungsmöglichkeiten für Projekte:**

- Projektmittel für innovative Ideen und Konzepte können auch bei Stiftungen und anderen zivilgesellschaftlichen Institutionen beantragt werden (z. B. Rotary Club, Lions Club, Zonta, Soroptimist) – die deutschlandweite Übersicht zu Stiftungen: [www.stiftungsindex.de](http://www.stiftungsindex.de)
- Bundesweite Förderer: U. a. Stiftung Jugendmarke, Aktion Mensch, Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), Krankenkassen, etc.
- Landesweite Förderer: U. a. Landesregierungen (Töpfe in Ministerien), Fördertöpfe sozialer Gemeinschaftseinrichtungen, Landesjugendämter, Sportfördermittel, Lotto-Toto-Mittel, Bingo-Mittel.
- Kommunale Geldgeber: Kreisbeihilfen, Gemeinde- und Städtemittel, Regierungspräsidien, Bezirksverbände, kommunale/regionale Sportfördermittel, Stadtjugendämter, Sponsoring-Kooperation mit Sparkassen/Banken/Firmen, Krankenkassen.

- Krankenkassen sind gesetzlich verpflichtet, einen bestimmten Betrag pro Versichertem in Prävention zu investieren. Viele Krankenkassen unterstützen daher auch gesundheitsbezogene Projekte vor Ort.
- Die Beteiligung an Projekten größerer Träger (z. B. Tiger-Kids, Fit von klein auf, Mission Olympic) beinhalten oft Qualifizierungen für Mitarbeiter, Materialien oder ganze Veranstaltungen.
- Etwas schwieriger: Wettbewerbe/Preise zu einem bestimmten Thema gewinnen (z. B. Dt. Präventionspreis).

#### **Sponsoring**

Gerade für Veranstaltungen und Events wird häufig finanzielle oder sachmittelbezogene Unterstützung von Sponsoren benötigt. Die erfolgreiche Suche nach Sponsoren benötigt in der Regel etwas Erfahrung und Zeitaufwand. Selbst bei kleineren Beträgen bedarf die Zusammenarbeit mit Sponsoren einer durchgängigen Betreuung. Die umfangreichsten und wichtigsten Tätigkeiten sind der Aufbau einer positiven Beziehung zu potenziellen Sponsoren und die Kontaktpflege.

**!** DIE SPONSORENSUCHE SOLLTE SICH IMMER AUF NEUE, NOCH NICHT BEGONNENE PROJEKTE BEZIEHEN. FÜR LAUFENDE AKTIVITÄTEN IST DIE SUCHE UNGLEICH SCHWERER.

Viele Unternehmen verfolgen bei der Wahrnehmung sozialer Verantwortung einen strategischen Ansatz. Sie wählen sich für ihre Unterstützung Projekte oder Initiativen aus, die inhaltlich zu ihrer Produktpalette, ihrer Zielgruppe oder Unternehmensphilosophie passen. Dies gilt umgekehrt genauso für die Initiativen und Projekte: Auch sie brauchen passende, glaubwürdige oder weitgehend neutrale Sponsoren, zu denen ein räumlicher oder inhaltlicher Bezug besteht.

Der beste Weg zu einer erfolgreichen Sponsorenakquise sind persönliche Kontakte. Diese erleichtern die ersten Schritte zum potenziellen Sponsor und zu einem ersten Gespräch, in



dem der Nutzen und die Vorteile seines Engagements dargelegt werden können.

Der – gut vorbereitete – Erstkontakt mit einem möglichen Sponsor geschieht in der Regel telefonisch, um sein grundsätzliches Interesse zu klären. Im Anschluss daran wird zusammen mit einem Anschreiben das Sponsoringkonzept (siehe Infobox) versandt. Wichtig ist es, darzustellen, dass das Unternehmensprofil bekannt ist: Vielleicht ist der Sponsor bereits in ähnlichen Projekten engagiert. Diese Information kann im Telefongespräch und im Anschreiben aktiv genutzt werden.

Im Erfolgsfall sollten die Leistung und die Gegenleistung sowie alle Rahmenbedingungen in einem **Sponsoringvertrag** festgehalten werden. Ratsam ist es zudem, so genannte Sponsorenpakete in kleinen Sponsoringverträgen zu vereinbaren, in denen die gegenseitigen Leistungen genau festgelegt sind. Das kann von der Platzierung des Sponsoren- oder Produktlogos auf der Website bis zur Erwähnung in Pressemitteilungen reichen. Denken Sie daran: Sie schließen einen Vertrag mit einem Geschäftspartner. Dieser Vertrag dient der Absicherung beider Seiten und hilft, Konflikte zu vermeiden. Mit dem Vertragsabschluss beginnt das gesponserte Projekt.

Genau wie bei allen anderen Marketingaktivitäten gehört im Anschluss eine schriftlich dokumentierte Auswertung als Leistungsnachweis dazu. Zusätzlich zur Dokumentation aller im Sponsoring-Vertrag vereinbarten Leistungen sollte Folgendes dokumentiert werden:

- Besondere Erfolge
- Materialien, Pressemitteilungen und Clippings, in denen der Sponsor genannt ist
- Tatsächlich erreichte Zielpersonen (z. B. Gäste auf einer Veranstaltung)
- Erfolge der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (z. B. Anzahl der Presseclippings, Anzahl der Journalisten bei der Pressekonferenz)

Senden Sie die bebilderte Dokumentation allen ihren Sponsoren zu. Das schafft Transparenz, Vertrauen und erhöht die Bereitschaft, weitere Projekte zu fördern.

### **Checkliste Sponsoringkonzept**

Ein gutes Sponsoringkonzept ist unabdingbar bei der Sponsorenakquise. Es zeichnet sich durch folgende Punkte aus:

- Stimmigkeit
- Genaue Angaben zum Verwendungszweck
- Darstellung der Vorteile und Gewinne, die sich für den Sponsor durch sein Engagement ergeben.

### **Das Konzept sollte folgende Inhalte haben:**

- Projektskizze: Idee, Zielgruppenbeschreibung, PR-Maßnahmen, das Neue, Einzigartige und Medienwirksame an Ihrem Projekt sowie den Nutzen.
- Die Zielgruppenbeschreibung soll dem Sponsor verdeutlichen, dass er durch die Unterstützung des Projekts entweder die eigene Zielgruppe anspricht oder neue erreichen kann.
- Die Zielgruppenbeschreibung sollte Angaben über Alter, Einkommensstruktur, Interessen, Freizeitverhalten beinhalten.
- Über welches Kontaktnetz verfügt das Netzwerk? Es ist wichtig aufzuzeigen, wo das Netzwerk überall vertreten ist (z. B. Gremien, Fachverbände, regelmäßige öffentliche Veranstaltungen), welche Netzwerkpartner es gibt und welche Persönlichkeiten Mitglied sind.
- Wie wird das Projekt umgesetzt, wo soll der Sponsor beteiligt werden und was ist der Nutzen für den Sponsor.
- Die geplante Darstellung des Sponsors im Zusammenhang mit dem Vorhaben.
- Terminplanung, Zuständigkeiten, ggf. zusätzliche Ansprechpartner im Netzwerk.



- Gewünschte Leistung durch das Unternehmen und Gegenleistung des Netzwerks (Wenn Sie z. B. einen Hauptsponsor und mehrere kleinere Sponsoren suchen, staffeln Sie die unterschiedlichen Leistungen.). Die Gegenleistung entspricht dem Angebot an den Sponsor. Sie muss die Interessen und Zielsetzungen des Sponsors treffen und für ihn einen Gewinn darstellen, den er sonst nicht erreichen könnte.
- Das Sponsoringkonzept sollte einen Umfang von maximal 12 Seiten haben (je kürzer desto besser). Die Präsentation sollte innerhalb kürzester Zeit das Interesse beim potenziellen Sponsoringpartner wecken.

Versetzen Sie sich in mögliche Sponsoren hinein. Was könnte sie an dem Konzept und ihrem Anliegen interessieren? Welchen Nutzen könnte der jeweilige potenzielle Sponsor durch seine Unterstützung haben? Versuchen Sie, sich im Sprachstil an den Empfänger anzupassen. Ein internationaler Konzern könnte den „Managerstil“ mit vielen englischen Begriffen attraktiver finden. Kleinere lokale Unternehmen, Ladenketten oder große Sportvereine bevorzugen eventuell einen allgemein verständlicheren Sprachstil.

#### Weiter lesen:

- BEA. Wirtschafts- und Organisationsberatung GmbH: Wie man Sponsoren gewinnt... Persönliche Checkliste. ([www.bea-beratung.de](http://www.bea-beratung.de))
- Scheibe-Jaeger, A.: Finanzierungs-Handbuch für Non-Profit-Organisationen. Walhalla Verlag, 1998.
- [www.fundraisingpraxis.de](http://www.fundraisingpraxis.de)
- [www.wegweiser-buergergesellschaft.de](http://www.wegweiser-buergergesellschaft.de)

Beispiel für eine gelungene Partnerschaft von Wirtschaft und öffentlichen Einrichtungen: Das peb-Modellprojekt „gesunde kitas • starke kinder“ konnte in Halle an der Saale dank der großzügigen Unterstützung durch die METRO GROUP flächendeckend in allen städtischen KiTas umgesetzt werden. Das Handelsunternehmen finanzierte u. a. den KiTa-Coach, der von peb zuvor geschult worden war und die Kindergärten über mehrere Jahre bei der Integration ausgewogener Ernährung und viel Bewegung in ihren Alltag unterstützte und qualifizierte.

# Anhang

## a) Die Dokumentation – für das Netzwerk, die Öffentlichkeit und Andere

Im Laufe der Netzwerkarbeit werden sich viele Dokumente, Dateien und Veröffentlichungen ansammeln. Umso wichtiger ist es, dass diese Menge an Informationen sorgfältig und von vornherein geordnet abgelegt wird. Die strategische Archivierung sämtlicher Netzwerkaktivitäten an einem zentralen Ort hat mehrere Vorteile:

- Schneller Zugriff auf Informationen bei strittigen Fragen und zur Recherche bei speziellen Anfragen
- Unkomplizierte Erstellung eines Abschlussberichts für Förderer
- Vollständige Dokumentation für Sponsoren, Akteure und Öffentlichkeit
- Sammlung von Textbausteinen und Formulierungsvorgaben für neue Netzwerkpublikationen
- Erstellung einer umfangreichen Downloadsammlung im Internet
- Grundlage für Auswertung, Evaluation und Erfolgsdokumentation
- Gestaltung von Ausstellungen und Informationstafeln
- Daten für Nachdrucke und Medien etc.

Fördernde Institutionen haben häufig neben speziellen Antragsformularen auch verbindlich zu nutzende Formulare für den Abschlussbericht, die um weitere Belege für die Projektarbeit ergänzt werden können/müssen.

Bestimmen Sie zum Beispiel bei ausreichend Akteuren eine Institution/einen Akteur als „Netzwerk-Archivar“ und unterstützen Sie seine Arbeit, indem Sie alle Dateien und Dokumente an diese Person oder Stelle, mit Veröffentlichungsdatum versehen, übergeben:

- Veranstaltungsmaterialien: Einladungen, Teilnehmerlisten, Folien und Vorträge von Referenten, Protokolle, Präsentationen, Skripte, Redemanuskripte
- Allgemeine Dokumente: Korrespondenz, Kontaktlisten der

Akteure, Projektbeschreibungen und -konzepte, Dankeschreiben, Sponsoringkonzepte

- Quellen: verwendete Studien, Broschüren, Fachliteratur etc.
- Allgemeine Medien: Fotos, Infografiken, Filme, Ton-Aufnahmen, Livemitschnitte
- Netzwerk-Produkte: Belegexemplare von Plakaten, Faltblättern, Aufklebern, Luftballons, Broschüren, CDs, DVDs, Ausstellungswänden, Infotafeln, Screenshots von der Internetseite
- Pressematerialien: Pressemitteilungen, Presseclippings, Talking-Cards, TV-Beiträge, Journalistenkontakte
- etc.

Die Netzwerkinformationen sollten gut sortiert und einfach zugänglich aufbewahrt werden – vor allem dann, wenn mehrere Mitarbeiter in die Netzwerkarbeit eingebunden sind. Das betrifft sowohl die Ordnung der Dateien auf dem Computer und im E-Mailpostfach als auch die Ordnung der Papiere im Aktenschrank.

Sehr wichtige Informationen sind Adressen und zusätzliche Kontaktinformationen der Akteure. Sie sollten in einer Datenbank gespeichert sein, die auch sinnvolle Zusatzinformationen verarbeiten kann. So können Sie dann zum Beispiel gezielt nach dem Stichwort „Ernährung“ suchen und sortieren. Dateien sollten sich auf dem Computer in einer übersichtlichen Ordnerstruktur wieder finden. Dafür bietet es sich an, einen Hauptordner mit Basisinformationen sowie Unterordner mit häufigeren oder schnell wachsenden Dokumentarten, wie Pressemitteilungen oder Einladungen, Netzwerk-Publikationen, Briefe, Fotos etc. einzurichten.

WICHTIG SIND EINFACHE UND EINDEUTIGE DATEINAMEN. PRESSEMELDUNGEN UND BRIEFTEXTE ETWA BRAUCHEN IMMER EIN DATUM IM DATEINAMEN, Z. B.: 2009-04-20\_PM\_NETZWERKAUFTAKT.DOC



## **b) Hintergrundinformationen Plattform Ernährung und Bewegung e. V.**

### *Ein breites gesellschaftliches Bündnis zur Prävention: die Plattform Ernährung und Bewegung e. V.*

Die Plattform Ernährung und Bewegung e. V. (peb) wurde 2004 gegründet. Die gemeinsame deutsche Initiative von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Sport, Ärzten und Eltern ist mit über 100 Mitgliedern das europaweit größte Netzwerk zur Vorbeugung von Übergewicht bei Kindern und Jugendlichen und in seiner Art einzigartig. peb versteht sich als ein offenes Angebot zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit. Der Schwerpunkt der Plattfformarbeit liegt in der primären Prävention von Übergewicht und der Gesundheitsförderung. Vor allem ganzheitliche Ansätze, die Ernährung und Bewegung als ausgewogenen Lebensstil miteinander verbinden und die Lebenswelt von Kindern und ihren Familien prägen, stehen im Vordergrund. Besondere Aufmerksamkeit gilt jenen Settings, die für die Entwicklung von Kindern bis zum 10. Lebensjahr entscheidend sind, wie z. B. Familie, Kindertageseinrichtungen, Grundschule und Wohnumfeld. Die Projekte der Plattform zielen auf eine frühzeitige Intervention, um bereits die Entstehung von Übergewicht zu vermeiden.

Das bedeutet:

- Ansprache von Kindern und Eltern aus Risikogruppen
- Information und Unterstützung für junge Eltern
- Auseinandersetzung mit Essgewohnheiten und dem Lebensmittelangebot
- Beratung von Tageseinrichtungen für Kinder
- Direkte Ansprache der Kinder
- Förderung der Zusammenarbeit der relevanten Akteure in Kommunen
- Verhältnisprävention durch das peb-Projekt „Bewegungs(t)räume“
- Vernetzung und Förderung des interprofessionellen Dialogs bundesweit durch die Initiative „Regionen mit peb“

### *Förderung von Netzwerken für Ernährung und Bewegung in Kommunen*

peb fördert mit ihrem interdisziplinären Ansatz der Vernetzung insbesondere den Austausch zwischen den unterschiedlichen verantwortlichen Akteuren. Nur durch die Zusammenarbeit vieler Akteure, die sich gemeinsam engagieren, entsteht die notwendige Überzeugungskraft und die Dynamik, um Lebensstile von Kindern, Jugendlichen und ihren Familien wirksam und dauerhaft zu verändern. Gemeinsames Engagement kann die erforderlichen Voraussetzungen schaffen, um das Thema in seiner ganzen Breite in der Gesellschaft bekannt zu machen und Veränderungen zu etablieren. Die Mitglieder der Plattform Ernährung und Bewegung e. V. initiieren hierfür eigene Maßnahmen und Projekte für einen gesundheitsförderlichen Lebensstil bei Kindern und ihren Familien. peb versteht sich als ein offenes Angebot für alle Organisationen und Gruppen, die bereits in der Verbreitung eines gesunden Lebensstils aktiv sind – ob in Bund, Ländern und Kommunen, im Gesundheitssektor, im Bildungsbereich, in der Wissenschaft, in der Wirtschaft oder in zivilgesellschaftlichen Initiativen.

#### **Wissenschaftliche Begleitung**

Ein Expertenbeirat begleitet die Arbeit von peb.

Renommierte Wissenschaftler vertreten die Bereiche:

- Kinderernährung
- Prävention
- Psychologie
- Sportwissenschaft
- Epidemiologie
- Public Health
- Kommunikation
- Bildungswesen
- Sozial- und Gesundheitswissenschaft

### *Gute Beispiele, gute Netzwerke*

Gute Beispiele dienen als Vorbilder, als Ideengeber, Ansprechpartner und Ratgeber für Fragen zur Umsetzung. Auf der Internetseite der Plattform Ernährung und Bewegung e. V. (peb) finden sich Beschreibungen vieler guter Beispiele und Links führen direkt zu den jeweiligen Ansprechpartnern. Einrichtungsträger, Initiatoren und Netzwerke, die sich im Bereich der Übergewichtsprävention von Kindern beispielhaft engagieren.

peb im Internet: [www.ernaehrung-und-bewegung.de](http://www.ernaehrung-und-bewegung.de)

### *c) Basisprogramme, -publikationen, Studien zur Übergewichtsprävention*

#### *Der Nationale Aktionsplan*

##### *Ernährung und Bewegung (NAP) – IN FORM*

Im Jahr 2007 hat die Bundesregierung die wesentlichen Handlungsfelder für den Nationalen Aktionsplan zur Prävention von Fehlernährung, Bewegungsmangel, Übergewicht und damit zusammenhängenden Krankheiten (NAP) beschlossen. Zentrales Ziel ist es, den Trend zur Zunahme von Übergewicht bei Kindern und Erwachsenen zu stoppen und durch Prävention die Verbreitung von Übergewicht bis 2020 deutlich zu verringern. Die zentrale Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung im Rahmen des NAP heißt „IN FORM – Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung“.

„IN FORM“ setzt nicht auf Reglementierungen und Verbote. Vielmehr sollen Anreize, Motivationen und Strukturen geschaffen werden, um eine Kultur des gesundheitsförderlichen Lebensstils zu etablieren. Um möglichst alle Bevölkerungsteile zu erreichen und Spielräume für individuelle Konzepte zu lassen, verzichtet „IN FORM“ auf konkrete Ernährungsempfehlungen (z. B. vegetarisch, vegan, regional, mit/ohne Nahrungsmittelergänzungsmittel), die Bevorzugung bestimmten Konsumverhaltens (z. B. saisonal, bio, konventionell, fair gehandelt) oder festgelegte Sport- und Bewegungsempfehlungen. Als Handlungsrahmen soll vielmehr durch gemeinsame, gezielte und integrierte Aktionen ein schneller Zuwachs an Gesundheit und die Umkehr des Übergewichtstrends

erreicht werden. Die fünf Handlungsfelder des Nationalen Aktionsplans „IN FORM“ sind:

- Vorbildfunktion von Bund, Ländern und Kommunen
- Informationen über Ernährung, Bewegung und Gesundheit
- Bewegung im Alltag
- Qualitätsverpflegung bei der Verpflegung außer Haus
- Impulse für die Forschung

Weitere Informationen: [www.inform.de](http://www.inform.de)

#### *Die Nationale Verzehrsstudie II*

Das Lebensmittelangebot und die Ernährungsgewohnheiten haben sich von Generation zu Generation verändert. Das Max Rubner-Institut (MRI) führte deshalb im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz im Zeitraum von 2005 bis 2008 die zweite Nationale Verzehrsstudie (NVS II) durch. Die NVS II ermittelte für Deutschland repräsentative Daten zum aktuellen Lebensmittelverzehr und zum Ernährungsverhalten der 14- bis 80-jährigen Bevölkerung. Schichtspezifische Unterschiede ergeben sich in der Wertigkeit der verzehrten Lebensmittel. Frauen und Männer mit geringerem Sozialstatus verzehren weniger Lebensmittel mit günstiger Nährstoffzusammensetzung als Menschen in der Oberschicht. Diese und die weiteren umfangreichen Ergebnisse und Erkenntnisse der NVS II sind in den Nationalen Aktionsplan eingeflossen.

Die Ergebnisse der Studie im Internet:

[www.was-esse-ich.de](http://www.was-esse-ich.de) – [www.verbraucherministerium.de](http://www.verbraucherministerium.de)

#### *KiGGS – der Kinder- und Jugendgesundheitsurvey*

Der Kinder- und Jugendgesundheitsurvey (KiGGS) des Robert Koch-Instituts erfasste in den Jahren 2003 bis 2006 den Gesundheitszustand von Kindern und Jugendlichen im Alter von 0-17 Jahren. Der Kernsurvey wurde durch drei Module ergänzt. Die Module befassen sich schwerpunktmäßig mit gesundheitsrelevanten Umweltbelastungen (Kinder-Umwelt-Survey), psychischer Gesundheit (BELLA-Studie) und motorischer Leistungsfähigkeit (Motorik Modul – MoMo). Die Daten zeigen ähnlich der NVS II auch bei Kindern und Jugendlichen insbesondere schichtspezifische Unterschiede in Bezug auf Motorik, Ernährungsverhalten, Mediennutzung, Tabakkonsum und viele weitere gesundheitliche Merkmale.

Je niedriger der Sozialstatus, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, ungünstigen Ernährungs- und Gesundheitsbedingungen ausgesetzt zu sein. Die Ergebnisse der KiGGS-Studie zu Gesundheitsverhalten, körperlicher und psychischer Gesundheit sowie der Inanspruchnahme medizinischer Leistungen und Präventionsangebote sind jeweils für Kinder, Eltern, Medien und Experten aufbereitet.

**Der Kinder- und Jugendgesundheitsurvey im Internet:**  
[www.kiggs.de](http://www.kiggs.de) – [www.rki.de](http://www.rki.de)

### **d) Eltern als wichtige Zielgruppe der Übergewichtsprävention**

Kinder lernen durch Nachahmung, Beobachtung und Spielen. In diesem Lernprozess werden sie von unterschiedlichen, meist erwachsenen Personen unterstützt und angeleitet. Eltern sind dabei die wichtigsten Bezugspersonen und Vorbilder. Deshalb ist es wichtig, dass die Eltern gut informiert und als Partner angesehen werden. Je nach sozialer Zusammensetzung eines Stadtteils oder einer Region kann es dabei zu unterschiedlichen Problemhäufungen bei den Kindern kommen.

**Weitere Informationen:** peb-Reader „Starke Kinder – Starke Familie“.

#### **Anforderungen an eine gute Praxis**

1. Balance zwischen Familienentlastung und Einfordern von Verantwortung
2. Bedarf und Möglichkeiten der Eltern erkennen und gerecht werden
3. Sich gegenseitig wertschätzen und frei von Vorurteilen miteinander umgehen sind die Grundvoraussetzungen
4. Erreichbare Ziele setzen
5. Qualifizierung (z. B. Gesprächsführung, Konfliktmanagement, Gesundheitsförderung) für pädagogische Mitarbeiter
6. Eltern-Netzwerke aufbauen und pflegen
7. Transparenz in der Arbeit schaffen (z. B. durch regelmäßige Elterninformation)

### **e) Bücher, Broschüren und Medien**

Die folgenden Quellenangaben bieten vertiefende Informationen und viele weiterführende Hinweise.

#### *Arbeit im Kindergarten*

*gesunde kitas • starke kinder.*

Ganzheitliche Gesundheits- und Bildungsförderung in KiTas.

#### **Einführung und Arbeitshilfe für pädagogische Fachkräfte**

Diese Arbeitshilfe ist als Einführung und Arbeitshilfe für pädagogische Fachkräfte zu den Themen Ernährung, Bewegung und Entspannung mit dem Ziel der Übergewichtsprävention konzipiert. Sie unterstützt KiTas dabei, einen gesunden Lebensstil zum Alltag in der Einrichtung und den Familien werden zu lassen. Gesundheitsförderung in der KiTa ist ein Prozess, der Kinder dazu befähigen soll, ihre Gesundheit eigenverantwortlich zu stärken. Die drei Säulen der Gesundheitsförderung, bewusste Ernährung, vielfältige Bewegung und regelmäßige Entspannung, vermitteln Kindern vielfältige Sinneseindrücke. Sie verbessern so ihre persönlichen Wahrnehmungs- und Handlungskompetenzen. Gesundheitsförderung ermöglicht auch genussvolle Selbsterfahrung und ein ganzheitliches Lernen in realen Lebenswelten.

(Plattform für Ernährung und Bewegung (Hrsg.). Eigenverlag, Juli 2007, Download unter [www.ernaehrung-und-bewegung.de](http://www.ernaehrung-und-bewegung.de))

#### **Neue Elternarbeit**

Das Buch stellt Methoden zur Elternarbeit vor, die einsichtig und leicht nachzuvollziehen sind. Unter anderem werden Musterbeispiele aufgeführt, wie Schreiben und Umfragen an Erziehungsberechtigte formuliert werden können. Mit weiterführenden Entwicklungen, über die reine KiTa-Arbeit hinaus, befasst sich das Kapitel „Auf dem Weg zum Familienzentrum“. (Günter Stürmer: Neue Elternarbeit. 4. Auflage. basiswissen kita. Verlag Herder, 2005)

### **Erziehungs- und Bildungspartnerschaft mit Eltern: Gemeinsam Verantwortung übernehmen.**

Wie gelingt eine gleichberechtigte Zusammenarbeit? Wie kann eine Erziehungs- und Bildungspartnerschaft ausgestaltet werden? Das Buch beantwortet diese und andere Fragen vor dem Hintergrund der aktuellen Bildungs- und Erziehungspläne. Die Autoren beschreiben eingehend die pädagogische Praxis, stellen Konzepte und Inhalte der Elternbildung vor und diskutieren neue Entwicklungen wie zum Beispiel Kinder- und Familienhäuser. Aktuelle und praxisnahe Hilfsstellungen werden komprimiert dargestellt.

(Martin R. Textor (Hrsg.): Erziehungs- und Bildungspartnerschaft mit Eltern: Gemeinsam Verantwortung übernehmen. Herder, 2006)

### **Einbindung des kommunalen Umfelds Bewegungs(t)räume. Macht Platz! Mehr Bewegungsräume für Kinder im kommunalen Umfeld**

Der Reader zu den Inhalten und Ergebnissen des Symposiums Bewegungs(t)räume, das peb am 26./27. November 2007 in Hannover ausrichtete, zeigt anhand von Best-Practice-Beispielen und Planungsansätzen, wie die Alltagsbewegung von Kindern und Jugendlichen im kommunalen Umfeld gefördert werden kann. Daneben stellt der Reader Hintergrundinformationen zum Thema sowie die erarbeiteten Lösungsansätze vor. (Plattform für Ernährung und Bewegung e. V.: Bewegungs(t)räume. Macht Platz! Mehr Bewegungsräume für Kinder im kommunalen Umfeld. Eigenverlag, 2008. Download unter [www.ernaehrung-und-bewegung.de](http://www.ernaehrung-und-bewegung.de))

### **Ernährungswissen Kursbuch Ernährungserziehung. So ernähren sich Kinder rundum gut.**

Rundum praxisbezogen: Das Kursbuch bietet umfangreiche, aber kompakt gefasste Basisinformationen zur kindlichen Entwicklung, zu sozialen Aspekten des Ernährungsverhaltens, zu Nährstoffverteilung und Lebensmitteln sowie zur Zahngesundheit. Ergänzend werden je Themenkapitel Tipps für den erzieherischen Alltag und zum Schluss Hinweise zur Elternarbeit gegeben.

(Dagmar Rohlfing, Susanne Brandt: Kursbuch Ernährungserziehung. So ernähren sich Kinder rundum gut. Reihe „Unsere gesunde KiTa“, Don Bosco Verlag, 2002)

### **Naschkatze & Suppenkasper. Mit Spiel und Spaß essen und trinken**

Ein Praxisbuch, das sowohl Spiele und Ideen rund um Lebensmittelgruppen und das Thema Trinken bietet, als auch einrichtungsspezifische Rahmenbedingungen wie Essen aus der Großküche, die Frühstückspause, Rezepttipps für das Kochen mit Kindern, interkulturelle Erziehung und die Elternarbeit berücksichtigt. Alle Rezepte, Aktionen und Tipps lassen sich auch ohne perfekt eingerichtete Küche in der Einrichtung durchführen.

(Andrea Erkert: Naschkatze & Suppenkasper. Mit Spiel und Spaß essen und trinken – vielfältige Aktionen rund um das Thema Ernährung für KiTa, Hort und Grundschule. 2. Auflage. Ökotopia Verlag, 2005)

### **Kinder lernen Essen. Strategien gegen das Zuviel.**

Die heutigen Schwierigkeiten sind nicht mehr vom Mangel geprägt, sondern vom Überfluss. Denn statt die Vielfalt lustvoll zu nutzen, wird die Wahlfreiheit oft selbst zum Problem. Das Leben im Schlaraffenland scheint vielen Essern mehr Stress und Probleme zu bereiten als Genuss und Freude. Die Autorin ist Ernährungswissenschaftlerin und entwickelt Strategien gegen das Zuviel – verpackt in eine genussorientierte Gebrauchsanweisung für das Schlaraffenland, in der die Freude am Essen und Trinken im Mittelpunkt steht.

(Hanni Rützler: Kinder lernen Essen. Strategien gegen das Zuviel. Hubert Krenn Verlag, Wien, 2007)

### **Ernährungspsychologie. Eine Einführung**

Wer sich etwas eingehender mit Ernährungspsychologie befassen will, dem ist dieses Buch empfohlen. Klar gegliedert, ohne zu viel Fachchinesisch und in gute „Leseportionen“ aufgeteilt erklären die Autoren die Grundlagen der Ernährungspsychologie: warum und wie man isst und welche Faktoren die Entstehung von Übergewicht oder Essstörungen begünstigen. Untersuchungen und praktische Einordnungen ergänzen das Lehrbuch für Ernährungsberater, Mediziner und Psychologen und andere Interessierte.

(Volker Pudiel, Joachim Westenhöfer: Ernährungspsychologie. Eine Einführung. 3. unveränderte Auflage. Hogrefe Verlag, 2003)



### Die Psychologie des Essens und Trinkens

In dem Wust von Anleitungen zu Diäten und gesunder Ernährung ist dieses Buch eine Rarität. Nach dem Motto, die beste Erkenntnis ist die Selbsterkenntnis, kann man sich alle paar Seiten fragen „Wie ist das denn bei mir?“ und gewinnt so ein besseres Verständnis von Essen und Trinken.

(Volker Pudiel (Hrsg.): Die Psychologie des Essens und Trinkens. Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg, Berlin, Oxford, 1995)

### Adipositas – der Leidensweg der dicken Kinder.

In diesem Buch werden Ursachen der Krankheit, die Entwicklung, der damit verbundenen Leidensweg aufgezeigt und Behandlungsmöglichkeiten aus pädagogischer und psychologischer Sichtweise erläutert.

(Helga Momm-Zach: Adipositas – der Leidensweg der dicken Kinder. Hintergründe für Kindergarten und Schule. E&Z Verlag, Duisburg, 2007)

### Irrtum Übergewicht

Das Buch beschäftigt sich mit dem Thema Gewicht, Schlankheitsidealen, der Wirksamkeit von Diäten und mit Strategien für eine gesündere Gesellschaft.

(Johannes Hebebrand, Claus Peter Simon: Irrtum Übergewicht. ZS Verlag, München, 2008)

### Strategien und Qualitätskriterien in der Gesundheitsförderung

#### Gesunde Schule – Gesundheit, Qualität und Selbstständigkeit

Bewegungsmangel und Fehlernährung sind die geläufigsten Ursachen für gesundheitliche Probleme von Schulkindern. Aber auch die Strukturen der Schule müssen auf ihre Gesundheitsförderlichkeit überprüft werden. Das Buch gibt einen Überblick über die verschiedenen Handlungsfelder, Inhalte und Instrumente der „Gesunden Schule“. Schüler- und Lehrer-gesundheit, Organisationsentwicklung und gute Projektbeispiele werden in einzelnen Kapiteln behandelt und aufgezeigt. Es richtet sich an Lehrer sowie Gesundheitsförderer bei Krankenkassen, Berufsgenossenschaften, Unfallkassen, Berufsverbände und Gewerkschaften.

(Dieter Sommer, Christine Altenstein, Detlef Kuhn, Ulrich Wiesmann: Gesunde Schule. Gesundheit • Qualität • Selbstständigkeit. Mabuse Verlag, Frankfurt am Main, 2006)

### Jedes Kind zählt: Neue Wege der frühkindlichen Bildung, Erziehung und Betreuung

In den verschiedenen Beiträgen unterschiedlicher Autoren wird die Situation zur Kinderbetreuung in Deutschland aus unterschiedlichen Blickwinkeln eingehend beleuchtet. Ferner werden Beiträge zu verbesserten Rahmenbedingungen künftiger Kitabetreuung und politische Empfehlungen unterbreitet. Best-Practice-Beispiele von Einrichtungen und zur Stärkung der Basisqualitäten runden das Buch ab.

(Henry-Huthmacher (Hrsg.): Jedes Kind zählt: Neue Wege der frühkindlichen Bildung, Erziehung und Betreuung (Nr. 58). Christine, Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Sankt Augustin, 2004)

### Strategien und Erfahrungen. Mehr Gesundheit für alle.

Bereits im zweiten Jahr trafen sich am 2. Dezember 2004 rund 250 Experten/innen der Gesundheitsförderung aus dem gesamten Bundesgebiet im Berliner Rathaus Schöneberg zu dieser Veranstaltung, um die Fragen zu klären: wie kann die Gesundheit sozial benachteiligter Menschen verbessert werden, wie kann die Prävention die wirkliche Bedürftigen erreichen und zu „Mehr Gesundheit für alle“ führen? Vor diesem Hintergrund wurden Ansätze und Erfahrungen der vom BKK Bundesverband ins Leben gerufenen Initiative „Mehr Gesundheit für alle“ diskutiert. Die vorliegende Veröffentlichung stellt verschiedenen Ansätze und Strategien zur Gesundheitsförderung sozial Benachteiligter anhand konkreter Projekterfahrungen aus der Initiative „Mehr Gesundheit für alle“, die sich als umsetzbar und wirksam erwiesen haben.

(Strategien und Erfahrungen. Mehr Gesundheit für alle. Raimund Geene, Judith Steinkühler (Hrsg.), Wirtschaftsverlag NW, Bundesverband der Betriebskrankenkassen, Gesundheit Berlin e. V., Bremerhaven, 2005)

### Qualitätskriterien für Programme zur Prävention und Therapie von Übergewicht und Adipositas bei Kindern und Jugendlichen. Qualitätsraster für Präventionsmaßnahmen. Konsenspapier Patientenschulungsprogramme.

Das Qualitätsraster – vorgelegt von der Arbeitsgruppe „Evaluation von Übergewichtsmaßnahmen bei Kindern und Jugendlichen“ – ist ein Kriterienkatalog, der sich an präventive Maßnahmen richtet, die mit Kindern arbeiten, die überge-  
wichtig sind und keine Folgeerkrankungen entwickelt haben.

Die im Konsensuspapier festgehaltenen Kriterien – vorgelegt von der Arbeitsgruppe „Präventive und therapeutische Maßnahmen für übergewichtige Kinder und Jugendliche“ – sind für Schulungsprogramme relevant, die für stark übergewichtige (adipöse) Kinder und Jugendliche angeboten werden. Beide sollen allen in der Versorgung von übergewichtigen und adipösen Kindern tätigen Kräften eine Hilfestellung und Anregung bei der Planung, Durchführung und Bewertung von Maßnahmen geben.

(BZgA (Hrsg.): Gesundheitsförderung konkret, Band 4. Qualitätskriterien für Programme zur Prävention und Therapie von Übergewicht und Adipositas bei Kindern und Jugendlichen. Köln, 2005)

#### **Kriterien guter Praxis in der Gesundheitsförderung bei sozial Benachteiligten**

Kernstück dieses Fachhefts ist die Darstellung der Arbeit von 13 ausgewählten Angeboten der soziallagenbezogenen Gesundheitsförderung in den Bundesländern Baden-Württemberg, Berlin, Brandenburg, Hamburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein und Thüringen. Die Beispiele, die durch den Ausbau so genannter regionaler Knoten realisiert wurden, werden auf der Grundlage der Good-Practice-Kriterien beschrieben, sodass die jeweils besonderen Stärken deutlich werden und zur angepassten Übertragung anregen. Ein kommentiertes Literaturverzeichnis, Hinweise auf Ressourcen im Internet sowie ein Glossar mit Definitionen wichtiger Fachbegriffe komplettieren dieses Fachheft.

(BZgA (Hrsg.): Gesundheitsförderung konkret Band 5. Kriterien guter Praxis in der Gesundheitsförderung bei sozial Benachteiligten. Ansatz – Beispiele – Weiterführende Informationen. Köln, 2005)

#### **Grundlagen der Bewegungserziehung**

##### **Komm' in Schwung. Der kluge Alltags-Plan für fitte Kinder**

„Komm' in Schwung“ ist ein Praxisbuch für Eltern, Erzieher und andere Multiplikatoren von Fachleuten und Sportlern. Es will Familien helfen, durch geeignete Aktivitäten Bewegung, Dynamik und Motivation in den Alltag zu bringen. Integraler Bestandteil des Buchs sind bildlich vorgestellte Bewegungseinheiten, dem jeweiligen Alter der Kinder angepasst, die ohne Ausbildung und mit einfachem Material nachgemacht

werden können. Fachinformationen, Fallbeispiele und Tipps für spielerische Bewegung und Motivation ergänzen die Publikation zu einem kurzweiligen, anregenden und sehr informativen Lesebuch.

(Plattform für Ernährung und Bewegung e. V. und Stiftung „Motivation zur Lebensstil-Änderung“ (Hrsg.): Komm' in Schwung. Der kluge Alltags-Plan für fitte Kinder. Otus Verlag, CH-St. Gallen, 2008)

#### **Kursbuch Bewegungsförderung. So werden Kinder fit und beweglich.**

Prof. Renate Zimmer, Professorin für Sportwissenschaft/ Sportpädagogik an der Universität Osnabrück, bietet umfangreiche Basisinformationen zur motorischen Entwicklung von Kindern, erläutert den Zusammenhang von Wahrnehmung, Bewegung und Lernen und klärt, welche räumlichen Voraussetzungen in der KiTa zur Bewegung ermuntern und die Beweglichkeit der Kinder fördern und gibt Tipps für die Elternarbeit. Viele praktische Vorschläge, Ideen und Bewegungsangebote für drinnen und draußen machen die KiTa zum Bewegungsparadies, in dem sich Kinder nicht nur austoben können, sondern auch zur Ruhe und ins Gleichgewicht kommen. Eine gelungene Kombination wissenschaftlicher Erkenntnisse mit Anleitungen für die Praxis.

(Renate Zimmer: Kursbuch Bewegungsförderung. So werden Kinder fit und beweglich. Reihe „Unsere gesunde KiTa“, Don Bosco Verlag, 2004)

#### **Toben macht schlau! Bewegung statt Verkopfung.**

Prof. Renate Zimmer, leitet u. a. den jährlichen Kongress „Kindheit in Bewegung“: Bewegung ist das beste Startkapital zum Lernen – sie fördert ein gut entwickeltes Gehirn. Grundlagen, Praxistipps und Spielideen finden sich in dem überschaubaren Taschenbuch.

(Renate Zimmer: Toben macht schlau! Bewegung statt Verkopfung. 3. Auflage. Verlag Herder spektrum, 2004)

#### **Phantasievolle Spiel- und Bewegungsideen: für Kindergarten, Vorschule und Verein**

200 Spiel- und Bewegungsideen für Erzieherinnen, Übungsleiter und Lehrer. Zu deren Umsetzung werden nur wenige, alltägliche Materialien wie Zeitungen, Schwämme oder Schraubdeckel benötigt. Die Sammlung umfasst unterschiedliche

Spielformen (Einzel-, Paar- und Gruppenspiele), die mit wenig Vorbereitungszeit ein Maximum an Bewegungserfahrungen schaffen. Sie können in der Turnhalle, im Freien, aber auch in einem Bewegungsraum im Kindergarten durchgeführt werden. Neben den motorischen Fertigkeiten fördern diese Spiele auch die kognitiven, sozialen und emotionalen Erfahrungen der Kinder. Eine Sammlung von Bewegungsideen für Kinder im Kindergartenalter (3-6 Jahre) zur Schulung vielfältiger Bewegungsmuster.

(Constanze Grüger, Silke Endres: Phantasievolle Spiel- und Bewegungsideen: für Kindergarten, Vorschule und Verein. Verlag Limpert, 2007)

### *Handwerkszeug für die Projektarbeit*

#### **Kommunale Netzwerke für Kinder. Ein Handbuch zur Governance frühkindlicher Bildung**

Von anderen lernen können: Das Handbuch fasst Erfahrungen aus der dreijährigen Modellprojektlaufzeit „Kind & Co.“ in Chemnitz und Paderborn zusammen und bietet anderen Kommunen konkrete und praktische Anregungen und Basiswissen. Es richtet sich an Fachleute und kommunale Entscheidungsträger aus den Bereichen Kinder- und Jugendhilfe, Gesundheit, Schule und Soziales, die sich für die Förderung von Kindern in einem gemeinsamen Netzwerk engagieren wollen. (Bertelsmann Stiftung (Hrsg.): Kommunale Netzwerke für Kinder. Ein Handbuch zur Governance frühkindlicher Bildung. Verlag Bertelsmann Stiftung, 2008)

#### **Fördertöpfe für Vereine, selbstorganisierte Projekte und politische Initiativen**

Das Buch ist ein praxisorientiertes Nachschlagewerk für alle Gruppen und Initiativen, die nach neuen Finanzierungswegen zur Verwirklichung ihrer Projektideen suchen. Die Broschüre porträtiert mehr als 150 Stiftungen und Förderquellen und bietet umfangreiche Tipps zu Fördermöglichkeiten in den Bereichen Bildung, Jugend, Arbeit, Soziales, Migration, Entwicklungspolitik, Wohnen, Kultur, Frauen, Umwelt etc. Darüber hinaus werden Beratungseinrichtungen und Informationen zur Existenzgründungs- und Betriebsberatung für Vereine/ kleine Betriebe vorgestellt. Ein empfehlenswerter Wegweiser durch den Förderdschungel.

(Netzwerk Selbsthilfe e. V. (Hrsg.): Fördertöpfe für Vereine, selbstorganisierte Projekte und politische Initiativen.

Eigenverlag, 2008. Informationen unter [www.netzwerk-selbsthilfe.de](http://www.netzwerk-selbsthilfe.de))

#### **Projektfinanzierung für Profis – Financial Pool Jugend 5.0**

Vier getrennte Datenbanken auf CD-ROM mit ausgewählten Stiftungen, Förderpreisen, fördernden Unternehmen und EU-Programmen. Alle Anschriften, Telefonnummern, E-Mail- und Internet-Adressen sowie alle verfügbaren Kontaktpersonen sind erfasst. Zusätzliche Informationen über bisher unterstützte Vorhaben und Projekte sowie zu den Förderorganisationen, wie Zweck und Ziele, Selbstdarstellung und Antrags- bzw. Bewerbungsmodalitäten erleichtern die Auswahl und ersparen vielen Förderorganisationen überflüssige Anfragen. (Günter Bressau: Projektfinanzierung für Profis – Financial Pool Jugend 5.0. Jugendstiftung Baden-Württemberg, 2008. Informationen unter [www.jugendstiftung.de](http://www.jugendstiftung.de))

#### **Projektarbeit für Profis**

Ein Handbuch, das über alle Details projektorientierter Arbeit informiert: Hintergrundwissen, Arbeitsmethoden, Tipps für ihre alltägliche Arbeit in den Themenfeldern Planung, Marketing, Finanzierung und Teamarbeit. Das Handbuch wird ergänzt durch die webbasierte Software „Projektmanager“. (Wolfgang Antes: Projektarbeit für Profis. Jugendstiftung Baden-Württemberg, 2004. Informationen unter [www.jugendstiftung.de](http://www.jugendstiftung.de))

#### **Visualisieren. Präsentieren. Moderieren.**

Der Griff zu diesem „Klassiker“ lohnt sich, wenn es ums Visualisieren, Präsentieren und Moderieren geht. Klar erkennbar gegliedert enthält das Buch viele unmittelbar anwendbarer Tipps für die Praxis, ohne zu viel Theorie. Für Einsteiger und geübte Redner geeignet.

(Josef W. Seifert: Visualisieren. Präsentieren. Moderieren. 23. unveränderte Auflage. GABAL-Verlag, 2007)

#### **Erfolgreiche Kurse und Seminare:**

##### **Professionelles Lernen mit Erwachsenen**

Ein „Werkzeugkasten“ mit Tipps für die Praxis der Erwachsenenbildung, Moderation und Materialien. Alles, was eine moderne Seminarkultur ausmacht.

(Bernd Weidenmann: Erfolgreiche Kurse und Seminare: Professionelles Lernen mit Erwachsenen. Beltz Verlag, 2007)

### Nonprofit-PR

Informationen zu Grundlagen der Kommunikation, Geschenken und Aktionen, Mitgliederwerbung, Sprache, Haltung und Auftritt, Online-Kommunikation, Medienarbeit, Zielen und Zielgruppen, Alumni-Arbeit sowie Tipps von Journalisten, wie man bei den Redaktionen Beachtung findet und vielem mehr. (Ulrich Brömming: Nonprofit-PR. Uvk Verlag, 2007)

### Beispiele für Initiativen aus der Wirtschaft

Viele Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft tragen mit eigenen Projekten, Informations- und Materialangeboten sowie Kooperations- und Fördermöglichkeiten zur Verbreitung eines gesunden Lebensstils bei. Eine **Übersicht über Projekte und Materialien** der peb-Mitglieder sowie weiterer beispielgebender Projekte, Initiativen und Materialien finden sich unter **www.ernaehrung-und-bewegung.de**. Auf den Internetseiten der peb-Mitglieder finden sich viele **Fachinformationen, Broschürendownloads und Bestellmöglichkeiten rund um die Themen Ernährung und Bewegung** für Fachleute und Eltern. Darüber hinaus bieten einige der Mitglieder eigene Programme, Projekte und Kampagnen zum Mitmachen an. Der Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e. V. (BLL) bietet mit seiner Broschüre „Ernährung und Bewegung. Medien und Initiativen der deutschen Lebensmittelwirtschaft für einen gesunden Lebensstil“ eine illustrierte Übersicht über die vielfältigen Angebote der Lebensmittelwirtschaft. Unter [www.bll.de](http://www.bll.de) kann die Broschüre heruntergeladen und bestellt werden.

### f) Ernährung und Bewegung im Internet

Aufgenommen in diese Übersicht sind Links zu Internetseiten mit Hintergrundinformationen und Tipps für die praktische Arbeit. Auch im Internet gibt es zahlreiche Tipps und Downloads zum Thema Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Begriffserklärungen, Literaturtipps und weiterführende Links zur Netzwerk-, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie für erstes Grundlagenwissen im Bereich Ernährung und Bewegung.

- [www.ernaehrung-und-bewegung.de](http://www.ernaehrung-und-bewegung.de) – die Homepage der Plattform Ernährung und Bewegung e. V. (peb)
- [www.regionen-mit-peb.de](http://www.regionen-mit-peb.de) – die peb-Seiten zum Projekt

„Regionen mit peb“ (Anmeldung zu Fachveranstaltungen, Informationen zu den Regionen mit peb-Netzwerken bundesweit, Fachinformationen und Downloads, E-Cards und die Möglichkeit, eigene Projekte vorzustellen)

- [www.pebundpebber.de](http://www.pebundpebber.de) – die peb-Website zur TV-Sendung mit vielen Spiele- und Aktionstipps samt Hintergrundinformationen

### Information zu Ernährungsthemen und/oder Essstörungen

- [www.aid.de](http://www.aid.de) – aid infodienst Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft e. V.
- [www.bll.de](http://www.bll.de) – Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e. V. (BLL)
- [www.coolfoodplanet.org](http://www.coolfoodplanet.org) – Europäische Seite mit Informationen zu einem gesunden Lebensstil mit ausgewogener Ernährung und ausreichend Bewegung in Deutsch und vier weiteren Sprachen jeweils für Erwachsene, Kinder und Jugendliche
- [www.dge.de](http://www.dge.de) – Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.
- [www.bzga-essstoerungen.de](http://www.bzga-essstoerungen.de) – BzGA-Seite rund um das Thema Essstörungen
- [www.fitkid-aktion.de](http://www.fitkid-aktion.de) – Teilprojekt der Kampagne „Besser essen. Mehr bewegen – Kinderleicht“ (Themenfundgrube für KiTas und Grundschulen)
- [www.uni-kiel.de/nutrfoodsc/nutrition](http://www.uni-kiel.de/nutrfoodsc/nutrition) – Die Kieler Adipositas Präventionsstudie im Internet (> Humanernährung > Forschung)
- [www.schuleplusessen.de](http://www.schuleplusessen.de) – Teilprojekt der Kampagne „Besser essen. Mehr bewegen – Kinderleicht“ (Themenfundgrube rund ums Essen in der Schule)
- [www.talkingfood.de](http://www.talkingfood.de) – Wissensdatenbank und Anlaufstelle für den Fragenkomplex zum Thema Lebensmittelsicherheit und gesunde Ernährung für Jugendliche und Lehrer
- [www.uebergewicht-online.de](http://www.uebergewicht-online.de) – Informationsangebot der Betriebskrankenkassen zum Thema Übergewicht im Kindes- und Jugendalter, Abnehmen, Ernährung für Eltern, Kinder, Lehrer, Therapeuten
- [www.was-esse-ich.de](http://www.was-esse-ich.de) – Die Nationale Verzehrsstudie II online
- [www.was-wir-essen.de](http://www.was-wir-essen.de) – Infoportal des aid-Infodienstes über Lebensmittel von der Erzeugung bis zur Zubereitung



### Informationen zu Bewegung, Spiel und Sport

- [www.bewegungsbaustelle.com](http://www.bewegungsbaustelle.com) – Grundlagen und Informationen zu Bewegungsbaustellen in KiTas
- [www.dsj.de](http://www.dsj.de) – die Seiten der Deutschen Sportjugend mit vielen Fachinformationen zum Thema Sport, Bewegung etc.
- [www.gruppenspiele-hits.de](http://www.gruppenspiele-hits.de) – gut strukturierte Spieldatenbank mit unzähligen Gruppenspielen. Auch als englische Version verfügbar
- [www.haltungundbewegung.de](http://www.haltungundbewegung.de) – Bundesanstalt für Haltung- und Bewegungsförderung e. V. Tipps für Schulen, Kindergärten, Vereine und Familien
- [www.kinderturnen.de](http://www.kinderturnen.de) – Informationen zum Kinderturnen im Sportverein, Tipps für Eltern sowie Spielideen für den Alltag und besondere Anlässe
- [www.mehr-bewegung-in-die-schule.de](http://www.mehr-bewegung-in-die-schule.de) – Anregungen für eine Bewegte Schulkultur
- [www.praxis-jugendarbeit.de](http://www.praxis-jugendarbeit.de) – sehr viele Spiele und Ideen für Gruppenstunden, Freizeiten, Programme für Spielenachmittage und Zeltlager
- [www.tuju.de](http://www.tuju.de) – Spielideen der Deutschen Turnerjugend und Verlinkung zu den Landesturnerjugenden

### Informationsseiten mit Praxistipps und Hintergrundinformationen

- [www.a-g-a.de](http://www.a-g-a.de) – Die Arbeitsgemeinschaft Adipositas im Kindes- und Jugendalter (AGA)
- [www.besseressenmehrbeugen.de](http://www.besseressenmehrbeugen.de) – Die Internetseite der Kinderleicht-Regionen – 24 vorbildliche Preisträger werden ausführlich und aktuell vorgestellt
- [www.bzga.de](http://www.bzga.de) – Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BzgA) bietet viele Informationen und Materialien u. a. rund um Ernährung und Essstörungen
- [www.fke-do.de](http://www.fke-do.de) – Das Forschungsinstitut für Kinderernährung, Dortmund
- [www.kiggs.de](http://www.kiggs.de) – Die Seite der KiGGS-Studie, zu ausgewählten Teilstudien [www.bella-studie.de](http://www.bella-studie.de), [www.motorik-modul.de](http://www.motorik-modul.de) (Motorik & Bewegung), [www.umweltbundesamt.de](http://www.umweltbundesamt.de) (Umweltgesundheit) und zum Träger: [www.rki.de](http://www.rki.de) (Robert Koch-Institut)

### Weitere empfehlenswerte Seiten

- [www.bildungscnt.de](http://www.bildungscnt.de) – BildungsCent e. V. Verein zur Förderung der Lehr- und Lernkultur in Deutschland
- [www.bkk-promig.de](http://www.bkk-promig.de) – Die Seite der Gesundheitslotsen, die Migranten muttersprachlich rund um die Themen Gesundheit, Gesundheitsversorgung, Ernährung etc. informieren und schulen. Über 700 Lotsen sind bundesweit im Einsatz
- [www.bundeselternrat.de](http://www.bundeselternrat.de) – Die Arbeitsgemeinschaft der Landesvertretungen unterstützt Elternvertreter, ihre schulischen Mitwirkungsrechte wahrzunehmen
- [www.familienhandbuch.de](http://www.familienhandbuch.de) – Das Online-Familienhandbuch
- [www.gesundheitliche-chancengleichheit.de](http://www.gesundheitliche-chancengleichheit.de) – Projekt-Datenbank, Termine, Materialien und Forschungsergebnisse rund um die Gesundheitsförderung für sozial Benachteiligte
- [www.gesundheitsministerium.de](http://www.gesundheitsministerium.de) – der Internetauftritt des Bundesministeriums für Gesundheit
- [www.kinder-leicht.net](http://www.kinder-leicht.net) – Die Kampagnenwebsite der Initiative „Besser essen. Mehr bewegen. Kinderleicht“ des Bundeslandwirtschaftsministeriums. Enthält Linkliste zu Ernährungs- und Bewegungsprogrammen für Kinder und Jugendliche nach PLZ-Bereichen sortiert
- [www.kindergartenpaedagogik.de](http://www.kindergartenpaedagogik.de) – Das Online-Handbuch Kindergartenpädagogik
- [www.verbraucherministerium.de](http://www.verbraucherministerium.de) – der Internetauftritt des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

### Bürgerschaftliches Engagement und Projektarbeit

- [www.buergergesellschaft.de](http://www.buergergesellschaft.de) – Der Wegweiser Bürgergesellschaft: Umfangreiche Informationen für die alltägliche Arbeit von Vereinen und Initiativen mit Grundlagenwissen, Praxishilfen und Förderinformationen
- [www.fundraisingpraxis.de](http://www.fundraisingpraxis.de) – Know-how für die professionelle Mittelbeschaffung
- [www.netzwerk-kompetenz.de](http://www.netzwerk-kompetenz.de) – Kurzübersicht über Netzwerkarbeit- und -management
- [www.sowi-online.de/methoden](http://www.sowi-online.de/methoden) – Überblick über viele Moderationsmethoden und -techniken
- [www.stiftungsindex.de](http://www.stiftungsindex.de) – die Datenbank mit allen deutschen Stiftungen

### *Kostengünstig Übernachten und Tagen*

- [www.kieze.de](http://www.kieze.de) – Bundesarbeitsgemeinschaft Kieze (nur in Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen)
- [www.jugendherberge.de](http://www.jugendherberge.de) – Jugendherbergen (bundesweit relativ einheitlicher Standard)
- [www.naturfreundehaeuser.de](http://www.naturfreundehaeuser.de) – Naturfreundehäuser (bundesweit, verschiedene Standards)
- [www.tagungshaeuser.de](http://www.tagungshaeuser.de) – Gruppenunterkünfte (bundesweit, verschiedene Standards)
- [www.urlaub-mit-der-familie.de](http://www.urlaub-mit-der-familie.de) – Bundesarbeitsgemeinschaft Familienerholung (bundesweit, verschiedene Standards)

### *Auszug verwendeter Literatur*

- Arbeitsgemeinschaft Adipositas im Kindes- und Jugendalter der Deutschen Adipositas-Gesellschaft: Leitlinien. Verabschiedet auf der Konsensus-Konferenz der AGA am 10.09.2004
- Barth, M.; Eisenbart, S.; Florkowski, S.: Netzwerkmanagement. 2004, PDF-Manuskript. Downloadadresse: [www.marko-barth.de](http://www.marko-barth.de)
- BEA. Wirtschafts- und Organisationsberatung GmbH: Wie man Sponsoren gewinnt... Persönliche Checkliste. [www.bea-beratung.de](http://www.bea-beratung.de)
- Bertelsmann Stiftung (Hrsg.): Kommunale Netzwerke für Kinder. Ein Handbuch zur Governance frühkindlicher Bildung. Verlag Bertelsmann Stiftung, 2008
- Bertram, H.: Zur Lage der Kinder in Deutschland: Politik für Kinder als Zukunftsgestaltung. Innocenti Working Paper, 2006 (UNICEF-Studie)
- Borkenhagen, P. et al.: Netzwerkmanagement. Arbeitsgemeinschaft Betriebliche Weiterbildungsforschung e. V. (Hrsg.). Manuskriptdruck, Mai 2004. Downloadadresse: [www.abwf.de](http://www.abwf.de)
- Brömmling, U.: Nonprofit-PR. Uvk Verlag, 2007
- Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e. V. (Hrsg.): Ernährung und Bewegung. Medien und Initiativen der deutschen Lebensmittelwirtschaft für einen gesunden Lebensstil. 2008. Downloadadresse: [www.bll.de](http://www.bll.de)
- Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz; Bundesministerium für Gesundheit (Hrsg.): Gesunde Ernährung und Bewegung – Schlüssel für mehr Lebensqualität. Stand: 04.05.2007. Downloadadresse: [www.bmelv.de](http://www.bmelv.de)
- Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz; Bundesministerium für Gesundheit (Hrsg.): Der nationale Aktionsplan zur Prävention von Fehlernährung, Bewegungsmangel, Übergewicht und damit zusammenhängenden Krankheiten. INFORM – Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung. Bonn/Berlin, Juni 2008. Downloadadresse: [www.bmelv.de](http://www.bmelv.de)
- Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (Hrsg.): 24 Modellregionen stellen sich vor: Besser essen. mehr bewegen. Kinderleicht Regionen. BMELV, Bonn, 2007. Downloadadresse: [www.bmelv.de](http://www.bmelv.de)

- Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (Hrsg.): Kompass Ernährung. Informationen für Verbraucher. Ausgaben 3-2004, 1-2005, 2-2005. Downloadadresse: [www.bmelv.de](http://www.bmelv.de)
- Bundesministerium für Gesundheit (Hrsg.): Bewegung und Gesundheit. 2007. Downloadadresse: [www.bmg.bund.de](http://www.bmg.bund.de)
- Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (Hrsg.): Essstörungen... Was ist das? Eigenverlag, 2007. Downloadadresse: [www.bzga.de](http://www.bzga.de)
- Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (Hrsg.): Tut Kindern gut! Ernährung, Bewegung und Entspannung. Elternbroschüre. Eigenverlag, 2006. Downloadadresse: [www.bzga.de](http://www.bzga.de)
- Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (Hrsg.): gesund und munter. Themenheft 7: Obst und Gemüse. Aulis Verlag Deubner, 2005. Downloadadresse: [www.bzga.de](http://www.bzga.de)
- Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (Hrsg.): gesund und munter. Themenheft 4: Bewegung und Entspannung. Aulis Verlag Deubner, 2003. Downloadadresse: [www.bzga.de](http://www.bzga.de)
- Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung: gesund und munter. Themenheft 3: Essen und Trinken. Aulis Verlag Deubner, 2003. Downloadadresse: [www.bzga.de](http://www.bzga.de)
- Civil Society Contact Group (Hrsg.): Einfluss nehmen in der EU: Ein Handbuch für NROs. 2006. Downloadadresse: [www.act4europe.org](http://www.act4europe.org) (EU guide for NGOs)
- Deutscher Bundesjugendring (Hrsg.): Schlagzeilen. Presse-Praxis für Jugendliche. Eigenverlag, 2003
- Deutsches Kinderhilfswerk e. V.: Kinderreport Deutschland 2007: Daten, Fakten, Hintergründe. Velber Buchverlag, 2007
- Dietrich, K.: Moving Kids. Bewegungsförderung in gestaltbaren Umwelten – Abschlussbericht. Downloadadresse: [www.bmg.bund.de](http://www.bmg.bund.de)
- Ehlert, U. (Hrsg.): Verhaltensmedizin. Springer-Verlag, 2003
- Ehrentreich, M.: EU-Weißbuch zu Ernährung und Übergewicht. In: Landinfo 6-2007, Download unter [www.landwirtschaft-mlr.baden-wuerttemberg.de](http://www.landwirtschaft-mlr.baden-wuerttemberg.de)
- Erkert, A.: Naschkatze & Suppenkasper. Mit Spiel und Spaß essen und trinken – vielfältige Aktionen rund um das Thema Ernährung für KiTa, Hort und Grundschule. 2. Auflage. Ökotopia Verlag, 2005
- Ethno-Medizinisches Zentrum e. V., BKK Bundesverband (Hrsg.): Gesundheit Hand in Hand. Das deutsche Gesundheitssystem. Ein Wegweiser für Migrantinnen und Migranten. 3. vollständig aktualisierte Auflage. Eigenverlag BKK Bundesverband (Hrsg.), 2008 (in 14 Sprachen erhältlich)
- EU-Aktionsplattform Ernährung, körperliche Bewegung und Gesundheit: Selbstdarstellung vom 15.3.2005. Downloadadresse: [www.eufic.org](http://www.eufic.org)
- Folten, B.: Professionelles Texten leicht gemacht. Schreibst Du noch oder textest du schon. Verlag Redline Wirtschaft, 2005
- Gottschling, St.: Einfach besser texten. 2. Auflage. GABAL-Verlag, 2006. Übungsteil im Internet: [www.book-at-web.de](http://www.book-at-web.de)
- Griesbeck, J.: Die 50 besten Gruppenspiele. Don Bosco Mini-Spielothek. 2. Auflage. Don Bosco Verlag, München 2007
- Grüger, C.; Endres, S.: Phantasievolle Spiel- und Bewegungs-ideen: für Kindergarten, Vorschule und Verein. Verlag Limpert, 2007
- Jugendstiftung Baden-Württemberg (Hrsg.): Projektarbeit für Profis. 2004. Informationen unter [www.jugendstiftung.de](http://www.jugendstiftung.de)
- Jugendstiftung Baden-Württemberg (Hrsg.): Projektfinanzierung für Profis – Financial Pool Jugend 5.0. Informationen unter: [www.jugendstiftung.de](http://www.jugendstiftung.de)
- Kommission der Europäischen Gemeinschaften (Hrsg.): WEISSBUCH Ernährung, Übergewicht, Adipositas: Eine Strategie für Europa. Brüssel, den 30.5.2007. Downloadadresse: [www.evz.de](http://www.evz.de)
- Max Rubner-Institut – Bundesforschungsinstitut für Ernährung und Lebensmittel (Hrsg.): Nationale Verzehrsstudie II. Ergänzungsband zum Ergebnisbericht, Teil 1. Ausgewählte Ergebnisse nach Schichtindex. 2008. Downloadadresse: [www.bmelv.de](http://www.bmelv.de) und [www.mri.bund.de](http://www.mri.bund.de)
- Max Rubner-Institut – Bundesforschungsinstitut für Ernährung und Lebensmittel (Hrsg.): Nationale Verzehrsstudie II. Ergebnisbericht, Teil II. Die bundesweite Befragung zur Ernährung von Jugendlichen und Erwachsenen. 2008. Downloadadresse: [www.bmelv.de](http://www.bmelv.de)
- Ministerium für Umwelt und Verkehr Baden-Württemberg (Hrsg.): PR Umwelt. Neckar Verlag, 2003
- Momm-Zach, H.: Adipositas – der Leidensweg der dicken Kinder. Hintergründe für Kindergarten und Schule. E&Z Verlag, 2007
- Müller, M.J.; Maier, H.; Mann, R.: Nationaler Aktionsplan gegen das Übergewicht. Eine Initiative der Deutschen Adipositas-Gesellschaft e. V. Dem Bundesgesundheitsmini-

sterium (BMG) und dem Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) vorgelegt am 23. März 2007

- Müller, S.: Neue Wege in der Elternarbeit. Elterndialog als Voraussetzung für fruchtbare Elternzusammenarbeit. In: Durchblick, Nr. 19, 2004. Downloadadresse: [www.bkhhk.org](http://www.bkhhk.org)
- Netzwerk Selbsthilfe e. V. (Hrsg.): Fördertöpfe für Vereine, selbstorganisierte Projekte und politische Initiativen. 2008. Informationen unter: [www.netzwerk-selbsthilfe.de](http://www.netzwerk-selbsthilfe.de)
- Noack, K.: Kreativitätstechniken. Schöpferisches Potenzial entwickeln und nutzen. Cornelsen Pocket Business, 2005
- Otus Verlag (Hrsg.): Komm' in Schwung. Der kluge Alltags-Plan für fitte Kinder. Otus Verlag, 2008
- Plattform Ernährung und Bewegung (Hrsg.): Dokumentation der Netzwerkkonferenz „KiTas und Eltern – Partner für einen gesunden Lebensstil der Kinder“ vom 9. April 2008. Downloadadresse: [www.ernaehrung-und-bewegung.de](http://www.ernaehrung-und-bewegung.de)
- Plattform Ernährung und Bewegung (Hrsg.): Gesunde KiTas – starke Kinder. Einführung und Arbeitshilfe für pädagogische Fachkräfte. Juni 2007. Downloadadresse: [www.ernaehrung-und-bewegung.de](http://www.ernaehrung-und-bewegung.de)
- Plattform Ernährung und Bewegung (Hrsg.): Im Gleichgewicht für ein gesundes Leben – die deutsche Strategie zur Prävention von Übergewicht bei Kindern und Jugendlichen. Präsentation in Brüssel, 20. Februar 2006. Downloadadresse: [www.ernaehrung-und-bewegung.de](http://www.ernaehrung-und-bewegung.de)
- Plattform Ernährung und Bewegung (Hrsg.): peb Infobrief Nr. 8, Juli 2008. Downloadadresse: [www.ernaehrung-und-bewegung.de](http://www.ernaehrung-und-bewegung.de)
- Prenzel, Th.: Handbuch Lobbyarbeit konkret. Wochenschau Verlag, 2004
- Pudel, V.; Westenhöfer, J.: Ernährungspsychologie. Eine Einführung. 3. unveränderte Auflage. Hogrefe Verlag, 2003
- Riepe, C.: Alltägliches Ernährungsverhalten aus psychologischer Sicht. Verhaltenswissenschaftliche Hintergründe für die Lebensmittelmarktforschung. Vortrag auf dem BVM Regionalabend in Hamburg, 9. Oktober 2003
- Robert Koch-Institut (Hrsg.): Erste Ergebnisse der KiGGS-Studie zur Gesundheit von Kindern und Jugendlichen in Deutschland. Eigenverlag, Dezember 2006
- Rohlfing, D.; Brandt, S.: Kursbuch Ernährungserziehung. So ernähren sich Kinder rundum gut. Reihe „Unsere gesunde KiTa“, Don Bosco Verlag, München, 2002
- Scheibe-Jaeger, A.: Finanzierungs-Handbuch für Non-Profit-Organisationen. Walhalla Verlag, 1998
- Schubert, H.: Netzwerkmanagement: Koordination von professionellen Vernetzungen – Grundlagen und Praxisbeispiele. VS Verlag für Sozialwissenschaft, Wiesbaden, 2008
- Seifert, J.W.: Visualisieren. Präsentieren. Moderieren. 23. unveränderte Auflage. GABAL-Verlag, 2007
- Stürmer, G.: Neue Elternarbeit. basiswissen kita. 4. Auflage. Verlag Herder, 2005
- Textor, M. R. (Hrsg.): Erziehungs- und Bildungspartnerschaft mit Eltern: Gemeinsam Verantwortung übernehmen. Herder Verlag, 2006
- Walter, G.: Die schönsten Spiele für drinnen und draußen. Gräfe und Unzer Verlag, 2006
- Warschburger, P.; Fromme, C.; Petermann, F.; Wojtalla, P.: Adipositas: Training mit Kindern und Jugendlichen. 2. vollständig überarbeitete Auflage. Beltz Psychologie Verlags Union, 2005
- Weidenmann, B.: Erfolgreiche Kurse und Seminare: Professionelles Lernen mit Erwachsenen. Beltz Verlag, 2007
- World Vision: Kinderstudie – Kinder in Deutschland 2007. Informationen unter: [www.worldvisionkinderstudie.de](http://www.worldvisionkinderstudie.de)
- Zimmer, R.: Kursbuch Bewegungsförderung. So werden Kinder fit und beweglich. Reihe „Unsere gesunde KiTa“, Don Bosco Verlag, 2004
- Zimmer, R.: Toben macht schlau! Bewegung statt Verkopfung. 3. Auflage. Verlag Herder spektrum, 2004



## Impressum

**Herausgeber:**

Plattform Ernährung und Bewegung e. V.  
Wallstraße 65  
10179 Berlin  
Telefon: 030 27 87 97-67  
Telefax: 030 27 87 97-69  
E-Mail: [plattform@ernaehrung-und-bewegung.de](mailto:plattform@ernaehrung-und-bewegung.de)  
Internet: [www.ernaehrung-und-bewegung.de](http://www.ernaehrung-und-bewegung.de)

**Text:**

Nina Wettern, Berliner Botschaft

**Redaktion:**

Dr. Andrea Lambeck, Susanne Brand, Sven Iversen  
(Plattform Ernährung und Bewegung e. V.)

**Bilder:**

Mathias Martin, Olaf Arndt, Nina Wettern, Katrin Schierloh

**Gestaltung:**

Berliner Botschaft

**Druck:**

Druckerei Conrad GmbH, Berlin

1. Auflage 2010

Das dieser Veröffentlichung zugrunde liegende Projekt wird mit Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) gefördert.



*Gesunde Kinder – gesunde Erwachsene*

*Arbeiten mit Netzwerken*

*Netzwerkarbeit erfolgreich umsetzen*

*Das Netzwerk in der Öffentlichkeit*

*Finanzierung von Projekten*