

A1 Übergangs-Organisationsziele 2021-22

Gremium: Rat
Beschlussdatum: 20.02.2021

Antragstext

Vorschlag des hauptamtlichen Teams zu strategischen Entwicklungszielen für die Arbeit SHLs^[1]

Wir behalten den Sozialen Tag weiterhin im Fokus unserer Tätigkeit. Der Soziale Tag ist und bleibt unser erfolgreichstes Format zur Privatspendenakquise. Seine Bedeutung ist durch andere Maßnahmen der Mittelbeschaffung nicht zu kompensieren. Rund um den Sozialen Tag ist weiter Professionalisierung erforderlich; gleichzeitig berücksichtigen wir, dass deren Effekte Zeit brauchen.

- Die Verwaltungsprozesse rund um den Sozialen Tag werden digitalisiert. Dies ermöglicht auch Information und Dialog mit den Teilnehmenden des Sozialen Tages, die Einbindung und Wiederaufnahme einer Wahl und verbessert die Zugänglichkeit der Daten für statistische Analyse.

Zielbereich: Finanzierung und Fundraising

(Auch) abseits des Sozialen Tages stellen sich (auch strategische) Fragen zur künftigen Finanzierung und Diversifizierung. Dies gilt z.B. auch für die unklare Zukunft laufender Drittmittel-Förderungen. Diese müssen angemessen strategisch adressiert werden.

- Wir verstärken unsere Fundraising-Bemühungen. Wir gewinnen Drittmittel für Förderprojekte und bestehende Programme. Auch bemühen wir uns, durch Fundraising neue Programme zu erschließen. Der Rat begleitet Drittmittelprojekte und Fundraising-Bemühungen strategisch.
- Wir rufen Unternehmenskooperationen im Kontext des Sozialen Tages ins Leben
- Wir entwickeln einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb, der frei verwendbare Einnahmen erzeugt und mit Blick auf die Vision SHLs sinnvoll ist (vgl. Impact Investing des Stiftungskapitals). Hierzu zählt auch das Projekt „Schuppen 9“ in Lübeck.
- Wir bemühen uns, neue Netzwerke und Partnerschaften zu erschließen

Zielbereich: Kommunikation

Verschiedene Zielgruppen sprechen wir bisher nicht passend an: Z.B. besteht ein Spannungsfeld zwischen geeigneter Kommunikation für Schüler*innen, die am Sozialen Tag teilnehmen (junge Zielgruppe), Lehrkräfte als Koordinator*innen an

34 Schulen und potenziell Engagierte, die den Sozialen Tag an ihre Schule holen
 35 oder an SHL-Veranstaltungen teilnehmen.

- 36 • Wir nutzen den Sozialen Tag als Marke und „bekanntestes Produkt“ SHLs, um
 37 unsere Angebote besser zu kommunizieren und zu vermarkten.
- 38 • Wir entwickeln die Werbung und Kommunikation zum Sozialen Tag
 39 zielgruppengerecht weiter:
 - 40 ◦ Wir vereinfachen unsere Kommunikation und beleben den Charity-
 41 Aspekt[2] wieder
 - 42 ◦ Wir richten unsere Kommunikation stärker an den Themen der Zeit
 43 [3](Anti-Rassismus, Anti-Diskriminierung, Klimaschutz) aus, z.B.
 44 auch über Beispiel-Jobs zum Sozialen Tag
 - 45 ◦ Wir positionieren den Sozialen Tag besser anhand der Trends des
 46 bürgerschaftlichen Engagements (kurzfristig, punktuell/spontan,
 47 niedrigschwellig)
- 48 • Alternative Spendenformate ergänzen den Sozialen Tag kommunikativ und
 49 stärken die Präsenz bei unseren Zielgruppen

50 Zielbereich: Zusammenarbeit, Strategie & Planung

- 51 • Noch 2021 führen wir Tools ein, um den Austausch und die Zusammenarbeit
 52 zwischen Büros/Programmen/Standorten/Organisationseinheiten zu verbessern
- 53 • Noch 2021 führen wir einen Reality-Check zum Thema „Begleitung von
 54 Freiwilligen vor dem Hintergrund verringerter Arbeitskapazitäten“ durch
- 55 • Strategische und operative Ebene verbessern ihre Zusammenarbeit durch
 56 klare, regelmäßige und geeignete Formate
- 57 • In Neumünster nutzen wir Synergien der Lübecker Netzwerkarbeit auch für
 58 den Sozialen Tag
- 59 • Wir versuchen in Abstimmung mit dem Büro Neumünster, den Beitrag einzelner
 60 Hauptamtlicher zum Sozialen Tag zu stärken
- 61 • 2021 findet erneut ein Austausch „Große Themen und strategische
 62 Entwicklungslinien“ statt.
- 63 • Wir werden die bisher in großen Teilen getrennt verlaufenden Entwicklungen
 64 zwischen Lübeck/EYM und restlichen Themen/Bereichen sinnvoll
 65 zusammenführen und enge Abstimmung ermöglichen.

66 Zielbereich: Bildungsarbeit und Engagementförderung

67 Für klassische Aktivitäten im Bereich Bildung&Engagement fehlen SHL die Mittel.

68 Gleichzeitig verfügt SHL in Lübeck über ein umfangreiches (europäisches)
 69 Bildungs- und Engagementprogramm.

- 70 • Wir denken und konzipieren die Bildungsarbeit von SHL als Einheit. Im
 71 europäischen Kontext wird auch SHL Sarajevo einbezogen, einmal entwickelte
 72 (Online-)Formate werden geteilt.
- 73 • Wir verstehen Veranstaltungen und Angebote in Lübeck gleichzeitig auch als
 74 B&E-Aktivitäten und werben entsprechend bei Zielgruppen in Deutschland
- 75 • Wir bieten jedes Jahr niedrigschwellige Engagementformate für junge
 76 Menschen an, die thematisch den Themen der Zeit entsprechen
- 77 • Das Projekt „Schuppen 9“ in Lübeck betrachten wir als Vehikel, um die
 78 Arbeit von SHL in Deutschland und Europa weiterzuentwickeln und an einem
 79 Standort zu bündeln.
- 80 • Das Schulaustauschprogramm wird dauerhaft weitergeführt und näher an SHL
 81 herangerückt. So identifizieren sich alle Beteiligten stärker mit SHL.
- 82 • Wir bauen ein Trainer*innen-Pool für Gesamt-SHL auf und bilden in
 83 Trainings für verschiedene SHL-Programme (wie z.B. den Schulaustausch)
 84 weiter.

85 Zielbereich: Wissen und Analyse

- 86 • Wir verbessern unsere Möglichkeiten, aus empirischen Daten valide Schlüsse
 87 zu ziehen
 - 88 ◦ Wir bauen ein Controlling für den Sozialen Tag auf, das relevante
 89 Kennzahlen zeitnah in geeigneter Form (z.B. Dashboard/Factbook) zur
 90 Verfügung stellt
 - 91 ◦ Wir bauen die Kommunikation mit Vertreter*innen aus dem Feld Schule
 92 aus und befragen Lehrkräfte zu Bedarfen, Teilnahmemotivation u.Ä.

93 [\[1\]](#) Es ist zu beachten, dass die Ziele sowohl quantitativ als auch qualitativ
 94 einen geringeren Umfang haben sollen und primär eine Stoßrichtung darstellen,
 95 die in der weiterhin von Corona geprägten Krisensituation gemeinsame Ziele zur
 96 Bewältigung der Herausforderungen aufzeigt.

97 Für ein längerfristiges Zielbild der Bereiche IPP und BuE wird insbesondere auf
 98 die durch die Vollversammlung beschlossene Förderweise sowie auf den Beschluss
 99 03/74: BuE Logik verwiesen. Diese Beschlüsse sind weiterhin gültig, auch wenn
 100 sie nach Plan des Zieldokuments aufgrund der aktuellen Situation keine direkte
 101 Umsetzung finden.

102 [\[2\]](#) Dies meint eine erneut stärkere Betonung des "Unterstützen"-Aspekts
 103 (ehemals: „Helfen“) bei jungen Zielgruppen und in der Kommunikation mit
 104 Lehrkräften: "Mit deiner Arbeit am Sozialen Tag und dem eingenommenen Geld
 105 unterstützt du Kinder und Jugendliche, die Unterstützung brauchen". Die
 106 Erfahrungswerte legen nahe, dass die stärker auf Demokratie und politische
 107 Zusammenhänge (Toleranz, Diskriminierung etc.) ausgerichtete Kommunikation
 108 zumindest für die junge Zielgruppe zu komplex und für viele Lehrkräfte nicht
 109 gewünscht ist (vgl. erhobene Teilnahmemotivationen bei Lehrkräften im Zuge der

- 110 Telefonaktion zum Sozialen Tag 2020). Sie bleibt aber wichtig für die
111 progressive und ältere Zielgruppe, die wir für das Engagement bei SHL erreichen
112 wollen und als Multiplikator*innen des Sozialen Tages.
- 113 [\[3\]](#) Das Jahresthema „Youth Movements – Jugend bewegt“ kann helfen, die Themen
114 der Zeit zu vermitteln