



IDEEN WERDEN WIRKLICHKEIT.



## HERAUSRAGENDE LEUCHTTURMPROJEKTE 2024

FÜR BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Vernetzt in die Zukunft.



# 1. ZIELSTELLUNG DES WETTBEWERBS

Westfalen Weser führt 2024 zum 16. Mal den jährlichen Wettbewerb „Ideen werden Wirklichkeit – 100 Förderpakete für Vereine in der Region!“ durch.

Ziel des Wettbewerbs ist es, im Geschäftsgebiet des Unternehmens zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beizutragen, indem Projekte von ehrenamtlich und freiwillig engagierten Bürger\*innen gefördert und gewürdigt werden. Herausragende Projekte werden zudem als „Leuchtturmprojekte“ in besonderer Weise unterstützt und ausgezeichnet.

Grundlage für die Auswahl der Projekte waren folgende Kriterien, die seit Konzeption und erstmaliger Durchführung des Wettbewerbs im Jahr 2009 herangezogen werden:

- Das Projekt wird bürgerschaftlich organisiert und dient dem Gemeinwohl. Seit Beginn des Ideenwettbewerbs bildet dabei ein spezifisches Verständnis von bürgerschaftlichem Engagement den Referenzrahmen: Es geht um Projekte, die von den Verantwortlichen nicht erwerbsmäßig ausgeübt werden, unbezahlt sind (wenngleich Aufwandsentschädigungen möglich sind), aber auch nicht der Schattenwirtschaft zuzurechnen sind, und die im öffentlichen Raum (also außerhalb des sozialen Nahraums der Familie) erbracht werden. Der Begriff des bürgerschaftlichen Engagements verbindet die vielfach getrennt diskutierten Formen des ehrenamtlichen, sozialen und gesellschaftspolitischen Engagements. Auf diese Weise sollen alte und neue Formen gemeinsam sichtbar gemacht und gewürdigt werden.
- Das Projekt verbessert die Rahmenbedingungen zur Durchführung, Organisation oder Unterstützung von Aktivitäten in der Bürgergesellschaft, die über den „Tellerrand“ hinausreichen. Politisch oder weltanschaulich motivierte Projekte werden nicht berücksichtigt.
- Zur Umsetzung der kreativen und neuen Ideen benötigen die Projekte Sach- und/oder Personalmittel. Durch die einmalige Förderung soll das Projekt in die Lage versetzt werden, die Ideen zeitnah in die Wirklichkeit umzusetzen. Entscheidend ist nicht die Größe des Projekts, sondern die realistische Umsetzbarkeit der Idee.
- Das Projekt muss seinen regionalen Ausgangspunkt im Geschäftsgebiet von Westfalen Weser haben. Das Projekt selbst muss aber nicht auf das Gemeinwohl im lokalen Kontext bezogen sein, sondern kann einer größeren Region, dem Bundesland Nordrhein-Westfalen bzw. Niedersachsen, Deutschland, Europa und/oder auch globalen Zusammenhängen zugutekommen.
- Das Projekt darf keine explizit politisch und/oder religiös motivierte Ausrichtung haben, da Westfalen Weser als Unternehmen weltanschaulich neutral bleiben möchte.
- Das Projekt muss konform gehen mit der freiheitlich-demokratischen Grundordnung der Bundesrepublik Deutschland und darf insofern nicht jugendgefährdend, sittenwidrig oder extremistisch ausgerichtet sein.

Auf Basis dieser Kriterien konnten sich Vereine und Initiativen von April bis August 2024 mit ihrer Projektidee auf der Grundlage eines Online-Fragebogens bewerben. Der Fragebogen, der geschlossene und offene Antwortvorgaben enthält und der über die Homepage von Westfalen Weser zugänglich war, wurde im Verlauf der Jahre zwar immer wieder bedarfsorientiert modifiziert; im Hinblick auf die Kernfragen ist er aber unverändert geblieben, um Zeitreihenvergleiche vornehmen zu können. Insofern bildet er auch ein kontinuierliches und effizientes Evaluationsinstrument des Wettbewerbs insgesamt.

Auf der Grundlage der vorliegenden Bewerbungen wird im Folgenden ein Überblick über die statistischen Auswertungen der Online-Fragebögen im Jahr 2024 gegeben.

## 2. PROJEKTBEWERBUNGEN

Im Jahr 2024 stehen für die Auswahl der 100 Förderpakete einschließlich der Leuchtturmprojekte insgesamt 218 gültige Bewerbungen zur Verfügung (vgl. Schaubild 1). Abgesehen von dem ersten Wettbewerbsjahr 2009 sind bislang noch in keinem anderen Jahr so viele Bewerbungen eingegangen wie 2024 – ein Ergebnis, das auf die ungebrochene und weiter steigende Attraktivität des Ideenwettbewerbs für die Vereine und Initiativen im Geschäftsgebiet von Westfalen Weser verweist.

Addiert man die gültigen Bewerbungen über den sechszehnjährigen Wettbewerbszeitraum hinweg, dann wurden bislang insgesamt 2.462 gültige Projektvorschläge eingereicht.

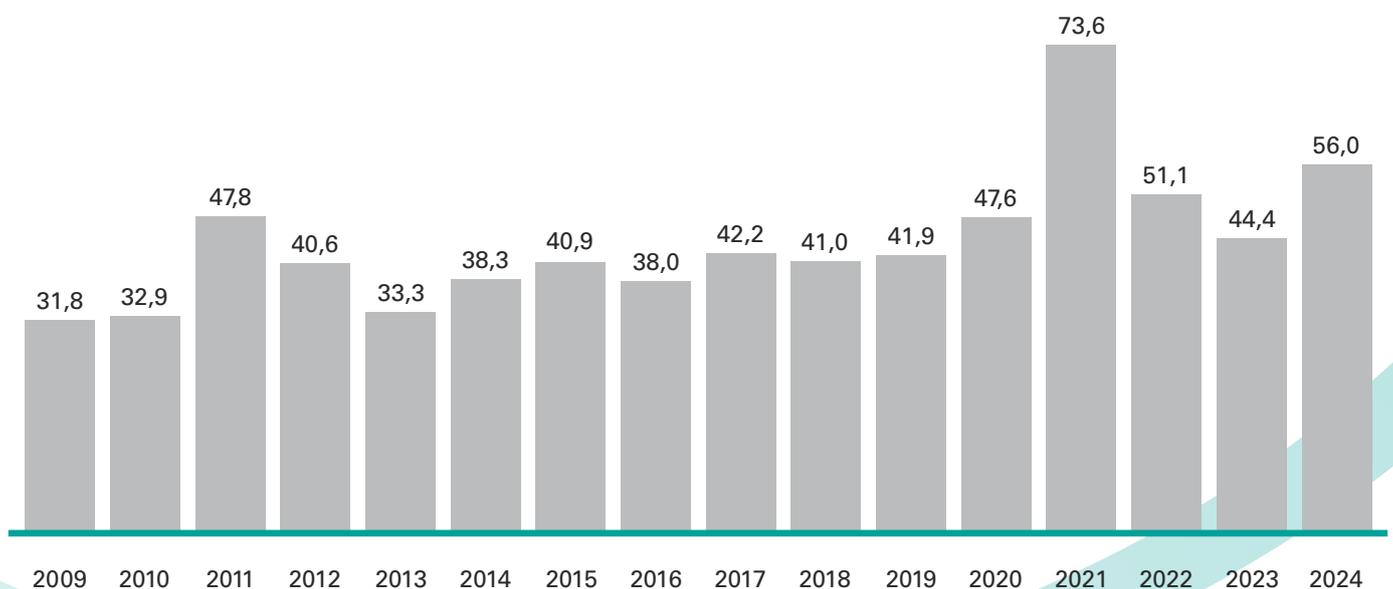
Schaubild 1: Gültige Bewerbungen, differenziert nach Wettbewerbsjahr.

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2009-2024
305	140	113	170	118	141	181	166	109	144	124	124	130	110	169	218	2.262

Darüber hinaus lassen die Daten erkennen, dass sich in diesem Wettbewerbsdurchgang deutlich mehr als die Hälfte der Bewerbungen als ein neuartiges Vorhaben darstellen, d.h. im Jahr 2024 konzipiert wurden (vgl. Schaubild 2). Im Vergleich zu den früheren Jahren wird

damit die zweithöchste Quote erreicht, nur 2021 lag der entsprechende Anteil nochmals sichtbar höher als 2024. Zugleich bewegt sich die Quote in diesem Jahr deutlich über dem Durchschnittswert für alle Wettbewerbsjahre (43,8%).

Schaubild 2: Anteil der Projekte mit einer neuen Projektidee, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Angaben in Prozent.



Da der Ideenwettbewerb so konzipiert ist, dass die Projekte in etablierten Strukturen wie z.B. in Vereinen oder Verbänden entwickelt und realisiert werden können, zugleich aber eine zeitlich und sachlich überschaubare Projektidee erkennbar werden soll, werden solche Projekte, die

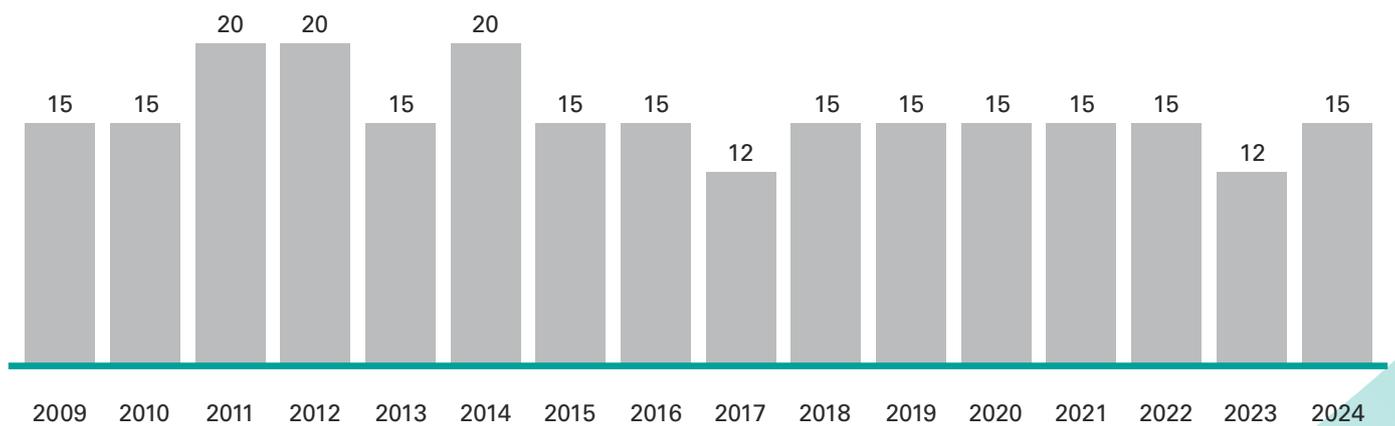
langjährig etabliert sind oder die sich lediglich um eine infrastrukturbezogene Ko-Finanzierung bemühen, nur in inhaltlich begründeten Fällen beim Vorschlag prämiierungswürdiger Leuchtturmprojekte berücksichtigt.

# 3. HANDLUNGSFORM: BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Betrachtet man in Schaubild 3 die Anzahl der Personen, die Zeit- und Wissensspenden für die Projekte erbringen, dann ergibt sich mit 15 ehrenamtlich und freiwillig Engagierten im Jahr 2024 ein Median<sup>1</sup>, der annähernd dem durch-

schnittlichen Median aller Wettbewerbsjahre entspricht (15,6). Dabei ist die Spannweite der Engagierten in den Einzelprojekten hoch und reicht von 2 bis zu 500 Engagierten in einem Projekt.

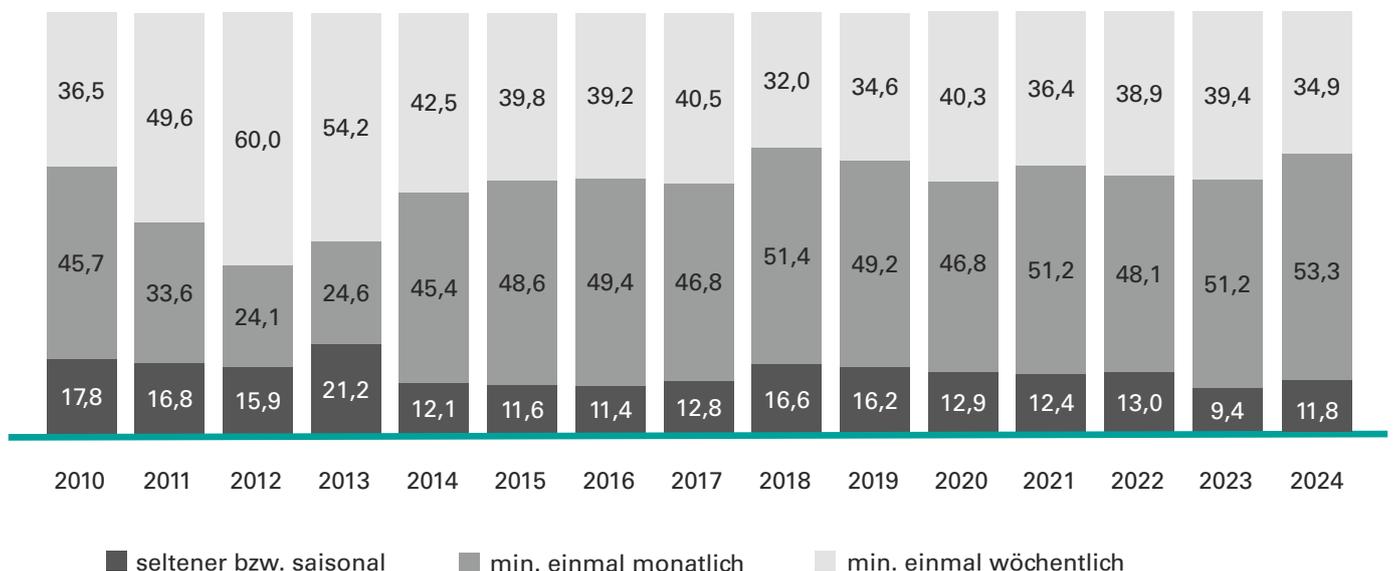
Schaubild 3: Zahl der Ehrenamtlichen in den Projekten, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Median.



Die hohe Bedeutung des ehrenamtlichen und freiwilligen Engagements für die Leistungserstellung der Projekte dokumentiert sich auch in den folgenden Ergebnissen: 92,0% der Bewerber\*innen geben 2024 an, dass das ehrenamtliche und freiwillige Engagement „sehr wichtig“ und weitere 6,6% der Bewerber\*innen, dass es „wichtig“

für ihr Projekt sei, während drei Bewerber\*innen (1,4% der Projekte) angeben, dass dieses Engagement weniger wichtig für ihre Projektarbeit sei. Darüber hinaus kommen die Engagierten bei rund einem Drittel der Projekte mindestens einmal pro Woche zusammen, um die selbst gesteckten Ziele in die Praxis umzusetzen (vgl. Schaubild 4).

Schaubild 4: Häufigkeit des Zusammenkommens der ehrenamtlich Engagierten zur Vorbereitung des Projekts, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Angaben in Prozent.



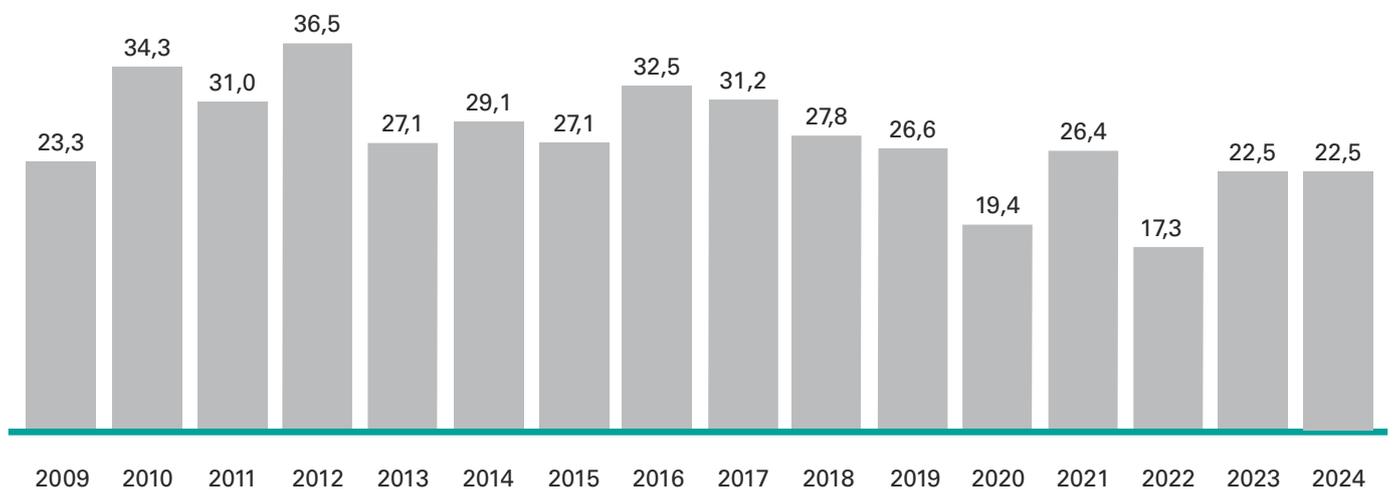
<sup>1</sup>Aufgrund der hohen Streuung der Einzelangaben wird im vorliegenden Zusammenhang der Median verwendet. Im Vergleich zu Durchschnittswerten (arithmetisches Mittel) hat der Median den Vorteil, robuster gegenüber extrem abweichenden Werten (Ausreißern) zu sein.

Mit einem Wert von rund 3 Personen ist die durchschnittliche Zahl des involvierten hauptamtlichen Personals in den Projekten vergleichsweise niedrig. Bei dieser Zahl ist zu berücksichtigen, dass mehr als vier Fünftel der Projekte ausschließlich ehrenamtlich ohne bezahltes Personal arbeiten bzw. nur 18,8% der Projekte auf hauptamtliches Personal zurückgreifen, um die Leistungen zu erstellen. Im Vergleich dazu: 2012 war der entsprechende Anteil nahezu doppelt so hoch (vgl. Schaubild 5). Insoweit liegt der Anteil

der Projekte, in die hauptamtliches Personal involviert ist, 2024 unter dem Durchschnittswert der 16 Wettbewerbsjahre (26,9%).

In der Gesamtbetrachtung werden die Projekte also durch bürgerschaftliches Engagement getragen: Die Angebote werden durch ehrenamtlich und freiwillig Engagierte erstellt, die bei weniger als einem Fünftel aller Projekte durch hauptamtliches Personal unterstützt werden.

Schaubild 5: Anteil der Projekte mit hauptamtlicher Unterstützung, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Prozentwerte.



# 4. HANDLUNGSFELD: ZIELE DER PROJEKTE

Um die Frage zu beantworten, in welchen Bereichen die Projekte ihre Ziele verfolgen, haben die Bewerber\*innen auf einer Liste von gesellschaftlichen Handlungsfeldern auf einer vierstufigen Skala von „trifft überhaupt nicht zu“ (1) bis „trifft ganz genau zu“ (4) entsprechende Antworten gegeben.

Vergleicht man die Befunde der 16 Wettbewerbsjahre auf Basis der Mittelwerte, dann wird eine hohe Konstanz im Hinblick auf die Bedeutung der verschiedenen Handlungsfelder deutlich (vgl. Schaubild 6): Ganz vorne stehen Aktivitäten im Bereich Freizeit und Geselligkeit (z.B. in einer Jugendgruppe oder einem Seniorenclub). Es folgen Projekte im Feld Sport und Bewegung (z.B. in einem Sportverein), in der außerschulischen Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene (z.B. Kinder- oder Jugendgruppen betreuen oder Bildungsveranstaltungen durchführen) sowie in Kunst,

Kultur und Musik, bei denen es sich z.B. um Aktivitäten von Schützen-, Theater- und Musikvereinen handelt. An dieses „Spitzenfeld“ schließen sich solche Projekte an, die sich dem weiten Handlungsfeld „sonstiger bürgerschaftlicher Aktivitäten“ zuordnen lassen; bei diesen Projekten geht es in der Praxis häufig um Projekte zur Gestaltung des öffentlichen Raums im lokalen Gemeinwesen.

Schaubild 6: Selbstzuordnung der Projekte zu Zielstellungen in gesellschaftlichen Bereichen, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Mittelwerte (gerundet), Aussage trifft: 1 = überhaupt nicht zu, 2 = weniger zu, 3 = eher zu, 4 = ganz genau zu, Mehrfachnennungen möglich.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Ø 16 JAHRE
Freizeit und Geselligkeit	2,9	2,8	2,9	2,9	2,7	2,8	2,9	2,7	2,7	2,9	2,8	2,8	3,0	2,9	3,1	3,1	2,9
Sport und Bewegung	2,7	2,2	2,6	2,6	2,4	2,5	2,5	2,3	2,5	2,5	2,5	2,6	2,4	2,5	2,5	2,7	2,5
Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene	2,5	2,6	2,6	2,5	2,5	2,4	2,6	2,6	2,4	2,5	2,5	2,5	2,5	2,3	2,5	2,6	2,5
Kunst, Kultur und Musik	2,3	2,2	2,3	2,2	2,0	2,3	2,2	2,2	2,0	2,3	2,3	2,0	2,1	2,0	2,5	2,5	2,2
sonstige bürgerschaftliche Aktivitäten	1,8	2,2	2,2	2,2	2,0	2,3	2,2	2,2	2,2	2,3	2,4	2,4	2,3	2,0	2,3	2,2	2,2
Schule oder Kindergarten	1,8	2,2	2,2	2,2	2,1	2,2	2,1	2,0	2,2	1,8	2,0	1,8	1,9	2,0	1,8	1,9	2,0
Umwelt, Naturschutz oder Tierschutz	1,5	1,6	1,7	1,7	1,5	1,7	1,6	1,6	1,8	1,6	1,7	1,7	1,8	1,8	1,6	1,7	1,7
Gesundheitsbereich	1,4	1,5	1,6	1,5	1,8	1,5	1,4	1,4	1,5	1,5	1,6	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
kirchlicher oder religiöser Bereich	1,4	1,3	1,4	1,3	1,4	1,5	1,4	1,4	1,4	1,3	1,5	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4
Freiwillige Feuerwehr, Unfall-/Rettungsdienst	1,3	1,3	1,2	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,5	1,4	1,3	1,5	1,5	1,4	1,5	1,4	1,4
Wissenschaft oder Forschung	1,4	1,6	1,5	1,5	1,4	1,4	1,5	1,4	1,5	1,5	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3	1,3	1,4
Politik und demokratische Interessenvertretung	1,1	1,1	1,1	2,2	1,1	1,2	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,3	1,2	1,2
Justiz oder Kriminalitätsprobleme	1,1	1,1	1,1	1,1	1,0	1,1	1,1	1,1	1,0	1,1	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1

Im eher „unteren Mittelfeld“ folgen 2024 Projekte im Bereich Schule oder Kindergarten, bei denen vielfach Fördervereine ihre Projektideen platzieren, und Projekte im Bereich Umwelt, Naturschutz oder Tierschutz. Alle weiteren Bereiche, die abgefragt wurden, haben auf der vierstufigen Skala durchschnittliche Zustimmungswerte auf der oder unterhalb der 1,5-Marke und spielen bei den Zielstellungen der Projekte also eine eher geringere Rolle.

Die Handlungsfelder, in denen die Projekte ihre Ziele maßgeblich verorten, korrespondieren mit dem typischen Verbreitungsgrad von entsprechenden Vereinen in Deutschland (z.B. die hohe Zahl von Sport- und Freizeitvereinen) und speziell auch im Geschäftsgebiet von Westfalen Weser (z.B. Schützenvereine). Insofern scheint der Wettbewerb

die zivilgesellschaftliche Infrastruktur in der Region widerzuspiegeln, wenn man die entsprechenden Mittelwerte über die 16 Jahre hinweg betrachtet (vgl. Schaubild 6).

Eine hohe Konstanz ist über die Wettbewerbsjahre hinweg auch im Hinblick auf die Zielgruppen zu beobachten, die bei den Projekten im Mittelpunkt stehen (vgl. Schaubild 7 und 8). Im Jahr 2024 betonen mehr als drei Viertel der Bewerber\*innen, dass sich ihre Projekte explizit an die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen richten. In der konkreten Praxis hat der Ideenwettbewerb also einen ausgesprochenen Kinder- und Jugendbezug.

Schaubild 7: Zielgruppen der Projekte im Jahr 2024. Prozentwerte, Mehrfachnennungen.

ZIELGRUPPEN	TRIFFT ÜBERHAUPT NICHT ZU	TRIFFT WENIGER ZU	TRIFFT EHER ZU	TRIFFT GANZ GENAU ZU	GESAMT
Kinder und Jugendliche	4,2	7,5	11,3	77,0	100,0
Mädchen und Frauen	5,2	9,4	28,3	57,1	100,0
Ältere	13,2	15,1	15,1	56,6	100,0
Menschen mit Migrationshintergrund	6,1	20,3	27,8	45,8	100,0
sozial benachteiligte Bevölkerungsgruppen	10,8	18,9	24,5	45,8	100,0
bestimmte Berufsgruppen (Wissenschaftler, Künstler etc.)	60,4	19,3	9,9	10,4	100,0

Darüber hinaus ist im Zeitverlauf des Ideenwettbewerbs auffällig, dass in diesem Jahr Projekte zugunsten von Mädchen und Frauen, Älteren, Personen mit Migrati-

onshintergrund und sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen tendenziell an Bedeutung gewonnen haben (vgl. Schaubild 8).

Schaubild 8: Zielgruppen der Projekte, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Mittelwerte (gerundet), Aussage trifft: 1 = überhaupt nicht zu, 2 = weniger zu, 3 = eher zu, 4 = ganz genau zu, Mehrfachnennungen möglich.

ZIELGRUPPEN	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Ø 16 JAHRE
Kinder und Jugendliche	3,7	3,6	3,6	3,7	3,5	3,7	3,7	3,6	3,7	3,6	3,7	3,6	3,6	3,5	3,6	3,6	3,6
Mädchen und Frauen	3,0	2,9	2,9	3,0	2,9	2,9	3,0	2,9	3,2	3,0	3,2	3,2	3,3	3,2	3,3	3,4	3,1
Ältere	2,6	2,6	2,7	2,6	2,7	2,7	2,6	2,6	2,7	2,7	2,9	2,9	3,0	2,9	2,9	3,2	2,8
Personen mit Migrationshintergrund	2,5	2,7	2,7	2,8	2,7	2,6	2,8	2,8	2,8	2,8	2,9	3,0	2,9	2,9	3,0	3,1	2,8
soz. benachteiligte Bevölkerungsgruppen	2,5	2,6	2,8	2,8	2,8	2,6	2,7	2,8	2,7	2,8	2,9	2,9	2,9	2,8	2,8	3,1	2,8
bestimmte Berufsgruppen	1,4	1,6	1,7	1,5	1,6	1,4	1,4	1,5	1,5	1,4	1,6	1,6	1,6	1,7	1,6	1,7	1,6

# 5. HANDLUNGSWEISE: ERÖFFNUNG VON GELEGENHEITSSTRUKTUREN

Im Rahmen des Ideenwettbewerbs sollen Projekte gefördert werden, die Gelegenheitsstrukturen zur Durchführung von gesellschaftlichen Aktivitäten im Gemeinwesen verbessern. Der Begriff der Gelegenheitsstrukturen bezieht sich dabei auf solche Rahmenbedingungen, unter denen sich Menschen engagieren, beispielsweise Lernzirkel, Nachhilfeunterricht, Sportkurse, Ferienfreizeiten oder individuelle Betreuungsangebote. Vor diesem Hintergrund können die Projekte durch das bürgerschaftliche Engagement der Projektbeteiligten:

- Gelegenheitsstrukturen implementieren (gestaltende Ebene), indem durch das Projekt z.B. eine außerschulische Hausaufgabenbetreuung oder ein muttersprachlicher Ergänzungsunterricht initiiert und aufgebaut wird.
- Gelegenheitsstrukturen organisieren, unterstützen oder leiten (ermöglichende Ebene), indem durch das Projekt z.B. Bildungsveranstaltungen, Vorträge, literarische Abende und Ausstellungen, musikalische Darbietungen organisiert werden.
- Maßnahmen durchführen (operative Ebene), indem durch das Projekt z.B. interkulturelle Trainings für Jugendtrainer\*innen in einem Fußballverein realisiert werden.

Schaubild 9: Aufgaben, die in den Projekten umgesetzt werden, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Mittelwerte (gerundet), Aussage trifft: 1 = überhaupt nicht zu, 2 = weniger zu, 3 = eher zu, 4 = ganz genau zu, Mehrfachnennungen möglich.

AUFGABE	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Ø 16 JAHRE
Organisation und Durchführung von Treffen oder Veranstaltungen	3,0	3,1	3,0	3,1	3,0	3,0	3,0	3,1	3,0	3,2	3,2	3,0	3,1	3,0	3,4	3,3	3,1
Unterstützung bei Veranstaltungen	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,8	2,8	2,7	2,9	2,7	3,2	2,9	2,8
Betreuung oder Anleitung von Gruppen	3,0	3,1	3,1	2,8	3,0	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,8	2,8	2,6	2,8	2,7	2,9
Anschaffung oder Verbesserung der Infrastruktur (z. B. Tornetze)	2,6	2,3	2,4	2,6	2,4	2,5	2,5	2,5	2,5	2,4	2,4	2,8	2,5	2,4	2,3	2,6	2,5
Öffentlichkeitsarbeit	2,4	2,6	2,5	2,4	2,5	2,4	2,4	2,4	2,8	2,8	2,7	2,6	2,5	2,4	2,4	2,5	2,5
Lehren, Unterrichten oder Ausbilden	2,8	2,6	2,7	2,5	2,7	2,5	2,6	2,8	2,6	2,5	2,5	2,7	2,5	2,4	2,3	2,3	2,6
Geld sammeln oder Mittelbeschaffung (Fundraising)	1,6	1,7	1,7	1,7	1,8	1,7	1,7	1,8	1,9	1,8	1,7	1,6	1,8	1,6	1,7	1,7	1,7
Wartung oder Pflege von Anlagen/Einrichtungen	1,9	1,7	1,8	1,8	1,7	1,9	2,0	1,8	1,9	1,9	1,6	1,9	1,8	1,7	1,7	1,7	1,8
Interessenvertretung und Mitsprache	1,6	1,8	1,8	1,9	1,7	1,8	1,6	1,8	1,9	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6	1,7	1,7	1,7
Pflege oder Betreuung von Personen	1,6	1,7	1,8	1,7	1,8	1,6	1,7	1,6	1,6	1,6	1,6	1,4	1,7	1,5	1,4	1,7	1,6
Beratung	1,7	1,8	1,8	1,7	1,9	1,7	1,6	1,9	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,5	1,6	1,5	1,7
Verwaltungsarbeit	1,4	1,5	1,5	1,4	1,5	1,4	1,3	1,5	1,5	1,5	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3	1,3	1,4
Transport-/Fahrleistungen	1,3	1,5	1,3	1,4	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3	1,4	1,3	1,3	1,3	1,4

Die Ergebnisse machen deutlich, dass Maßnahmen auf der operativen Ebene im Zusammenspiel mit Aktivitäten auf der ermöglichenden Ebene bei den Projekten eine herausgehobene Rolle spielen (vgl. Schaubild 9). Die meisten Projekte beabsichtigen, konkrete Maßnahmen durchzuführen, die vielfach damit verbunden sind, die dafür erforderlichen Rahmenbedingungen zu organisieren oder zu unterstützen. Besonders relevant sind dabei die Organisation

und Durchführung von Treffen oder Veranstaltungen, die Unterstützung bei Veranstaltungen sowie die Betreuung, aber auch die Anleitung von Gruppen. In dieser Hinsicht dokumentieren die Daten eine bemerkenswert deutliche Konstanz über den gesamten Wettbewerbszeitraum hinweg.

# 6. HANDLUNGSRAUM: AUSGANGSPUNKT IM GESCHÄFTSGEBIET

Die empirischen Ergebnisse dokumentieren, dass fast alle Projekte einen klaren lokalen Bezug haben (vgl. Schaubild 10). Für 98,1% der Projekte trifft das ganz genau zu. Darüber hinaus sehen 40,1% der Projekte ihren Handlungsraum ausdrücklich (auch) im regionalen Kontext. Im Ver-

gleich dazu spielt der Bezug zum Bundesland oder gar zum Bundesgebiet eine deutlich geringere Rolle. Ein Bezug zu Europa oder zum globalen Kontext ist für einen hohen Anteil der Projekte nicht gegeben.

Schaubild 10: Handlungsraum der Projekte im Jahr 2024. Prozentwerte, Mehrfachnennungen möglich.

DER ÖRTLICHE BEZUG IST...	TRIFFT ÜBERHAUPT NICHT ZU	TRIFFT WENIGER ZU	TRIFFT EHER ZU	TRIFFT GANZ GENAU ZU	GESAMT
lokal	0,5	-	1,9	98,1	100,0
regional	12,7	10,4	36,8	40,1	100,0
Bundesland NRW/NI	42,0	24,0	17,0	17,0	100,0
Deutschland	62,7	22,2	6,6	8,5	100,0
Europa	78,7	14,2	3,3	3,8	100,0
global	82,0	11,8	2,4	3,8	100,0

Vor diesem Hintergrund erweist sich der Wettbewerb „Ideen werden Wirklichkeit“ als ein lokaler Ideenwettbewerb, bei dem konkrete Maßnahmen vor Ort ermöglicht bzw. gefördert werden. An dieser grundsätzlichen Beobachtung hat sich für über alle Wettbewerbsjahre hinweg nichts

geändert (vgl. Schaubild 11). Primär haben sich bislang also Projekte beworben, die in den unmittelbaren lokalräumlichen Zusammenhängen der Zivilgesellschaft im Geschäftsbereich von Westfalen Weser ihre Zielstellungen verfolgen.

Schaubild 11: Handlungsraum der Projekte, differenziert nach Wettbewerbsjahr. Mittelwerte (gerundet), Aussage trifft: 1 = überhaupt nicht zu, 2 = weniger zu, 3 = eher zu, 4 = ganz genau zu, Mehrfachnennungen möglich.

DER ÖRTLICHE BEZUG IST...	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Ø 16 JAHRE
lokal	3,9	3,9	4,0	3,9	3,9	4,0	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	4,0	3,9	4,0	3,9	4,0	3,9
regional	2,9	3,0	3,0	2,8	2,9	2,9	2,9	2,8	3,0	3,2	3,2	3,1	3,2	3,2	3,2	3,0	3,0
Bundesland NRW/NI	1,8	2,0	1,8	1,8	1,7	1,8	1,8	1,8	1,9	1,9	2,3	2,3	2,4	2,3	2,2	2,1	2,0
Deutschland	1,7	1,7	1,7	1,6	1,4	1,3	1,6	1,7	1,8	1,7	1,9	1,8	1,8	2,0	1,7	1,6	1,7
Europa	1,3	1,4	1,4	1,3	1,2	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,5	1,4	1,4	1,5	1,3	1,3	1,4
global	1,2	1,3	1,4	1,2	1,5	1,6	1,2	1,3	1,3	1,3	1,4	1,2	1,3	1,4	1,3	1,3	1,3

## 7. FAZIT

Die ausgesprochen hohe Anzahl an Projektbewerbungen im Jahr 2024, die seit dem ersten Wettbewerbsjahr 2009 nicht mehr so hoch war, bringt die breite Akzeptanz des Ideenwettbewerbs in der Zivilgesellschaft des Geschäftsgebiets von Westfalen Weser augenscheinlich zum Ausdruck. Gleichzeitig spiegelt die Vielfalt an Projektbewerbungen die zivilgesellschaftliche Wirklichkeit im Geschäftsgebiet von Westfalen Weser insofern wider, als selbstorganisierte und vor allem in Vereinen organisierte Angebote in Freizeit und Geselligkeit, Sport und Bewegung, außerschulischer Bildungsarbeit sowie Kunst, Kultur und Musik die maßgebliche Rolle spielen. Wissens-, Zeit- und Geldspenden im Sinne eines bürgerschaftlichen Engagements der Menschen vor Ort bilden dabei die zentrale Basis, um die Projekte umzusetzen.

Die Angebote im Rahmen der Projekte, bei denen vorrangig Treffen oder Veranstaltungen realisiert bzw. unterstützt und Gruppen angeleitet oder betreut werden sollen, richten sich primär an Kinder und Jugendliche, wobei die Angebote

von Mitgliedern und vielfach auch von Dritten in Anspruch genommen werden können. Dabei ist ein weit überdurchschnittlicher Anteil an neuen Projektideen, die in 2024 entwickelt wurden, eingereicht worden.

Insgesamt zeigen die Bewerbungen auch in diesem Wettbewerbsjahr, dass es bei den Projekten nicht um die ressourcenstarken Projekte in der Gesellschaft handelt, die vielfach medial und politisch im Fokus der Aufmerksamkeit stehen. Die Zivilgesellschaft zeichnet sich vielmehr durch die kreative Vielfalt überschaubarer Projekte in der Lebenswelt der lokalen Vereine und Initiativen aus, die in ihrer Gesamtheit einen substanziellen Beitrag zu Wohlfahrt und Demokratie leisten können.

## IMPRESSUM

### **Herausgeber**

Westfalen Weser Energie GmbH & Co. KG  
Tegelweg 25  
33102 Paderborn  
T 05251/503-6767  
F 05251/503-7259

### **Verantwortlich**

Inga Wilcke

### **Redaktion**

Uta Wolff  
T 05251/503-6767  
E [uta.wolff@ww-energie.com](mailto:uta.wolff@ww-energie.com)

### **Text**

Prof. Dr. Sebastian Braun, Berlin  
[ideen.werden.wirklichkeit@online.de](mailto:ideen.werden.wirklichkeit@online.de)

Stand: Oktober 2024