

## Projektblatt für den Aktionsplan

BBWA: Treptow-Köpenick

Handlungsfeld	Talente
Aktion	Lokale Wirtschaft, Kreativwirtschaft, Kultur und Sport
Förderzeitraum	01.05.2010 - 31.12.2010
Status Projekt	beendet

<b><u>I. Allgemeine Angaben zum Projekt</u></b>	
Projektname	Der wandernde Weihnachtskalender - Schöneweide 2010
Projektziel (Hauptziel)	Die Vernetzung ansässiger Bewohner/innen und Gewerbetreibender zur Ausschöpfung vorhandener Fähigkeits- und Beschäftigungspotenziale (win-win Ebene)
Projektkurzbeschreibung	<p>Vom 1. Advent an öffnete sich täglich die Türen von Vereinen, Schulen, Läden, Cafés, Clubs, Kirchen. Das Besondere dabei war vor allem die Mischung aus sozialen, kulturellen u. gewerblichen Angeboten. Grundlage iwar ein kompaktes Paket von Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit. Dadurch entwickelten sich Synergien, neue Netzwerke entstanden und bilden die Grundlage genreübergreifender Projekte.</p> <p>Es sollen Eigeninitiativen aktiviert werden und damit eine positive Belebung und Entwicklung des Wohnumfeldes einhergehen, die Identifikation mit dem Kiez erhöht und dadurch die Angebote im Stadtteil besser genutzt sowie die lokale Ökonomie gestärkt werden.</p>
Projektträger und Ansprechpartner/in (Name, Adresse, Tel, Fax, Mail, Internet)	<p>Angela Fischer, Lauffener Str. 4, 12459 Berlin, mobil: 0179-11-41-497, angela.fischer@dw-world.de</p> <p><a href="http://www.der-wandernde-weihnachtskalender.de">www.der-wandernde-weihnachtskalender.de</a></p>
Mitglieder des Projektbeirats bei PEB und WdM bzw. Projektpate bei LSK (Name, Institution)	
Kooperationspartner/innen (Name, Institution)	<p>Verein Kulturwerk e.V., Händler und Gewerbetreibende aus Schöneweide, Künstler/innen, Grundschule an der Wuhlheide, Funkhaus Nalepastraße, Christuskirche, SPREElacART, Galerie 15, Parkeisenbahn, Generationsklub KES, HTW, Campus Wilhelminenhof, Espressoar LALÜ, Dokumentationszentrum NS-Zwangsarbeit, Zentrum für Demokratie</p>

<u>II. Hauptziele - Ergebnisse</u>	
<p><b>1. Ziel</b></p> <p>Erhöhung der Identifikation mit dem Kiez durch kennen lernen und nachhaltige Nutzung der vorhandenen kulturellen und wirtschaftlichen Angebote</p>	
<p><b>Indikatoren</b></p> <p>Seitens der Mitveranstalter: Welche Angebote waren vorhanden? Gab es neue innovative Ideen? Wie erfolgte die Präsentation der einzelnen Mitveranstalter? Waren die Angebote zielgruppenspezifisch oder offen?</p> <p>Seitens der Besucher: Wie wurden die Angebote von den Anwohnern wahrgenommen und genutzt? Kamen andere, neue Besucher als bisher? Welche Zielgruppen wurden erreicht?</p>	<p><b>Erzieltes Ergebnis (bei Projektende)</b></p> <p>An 28 Tagen fanden 31 Veranstaltungen statt. Dabei waren 40% der Orte neu. Vor allem kleine Gewerbetreibende, die noch nie dabei waren, fühlten sich durch das Projekt angesprochen. Unterstützt durch die Projektleitung des "wandernden Weihnachtskalenders" entwickelten einige spezielle Angebote. Stellvertretend sei hier nur der Betreiber der "Salzgrotte" genannt. Er verband seine Atemtherapie mit dem Hören von Märchen und einem Quiz. Das Publikum, vor allem Familien, kamen so zahlreich, dass weitere Termine eingerichtet werden mussten. Etwa 50% der Veranstaltungen richteten sich an Erwachsene aller Altersgruppen. 40% waren Familienangebote, die anderen für Jugendliche und Senioren. Insgesamt kamen rund 2.000 Besucher. Drei geplante Veranstaltungen fielen krankheitsbedingt aus. Alle anderen fanden auf hohem Niveau und mit großem Engagement der Akteure statt. Knapp 70% der Mitveranstalter registrierten, dass neue Besucher in ihre Einrichtungen kamen.</p>
<p><b>2. Ziel</b></p> <p>Soziale Netzwerkarbeit und Infrastrukturverbesserung</p>	
<p><b>Indikatoren</b></p> <p>Befragung der Mitveranstalter: Haben Synergien mit anderen Projekten stattgefunden? Wurden die Erwartungen erfüllt? Wie wurden die Angebote anderer Mitveranstalter wahrgenommen? Ist eine Fortsetzung des Gesamtvorhabens gewünscht?</p>	<p><b>Erzieltes Ergebnis (bei Projektende)</b></p> <p>Nach Ende des Projektes fand eine Befragung der Mitveranstalter statt. Daraus geht hervor, dass mehr als 80% mit dem Ablauf ihrer Veranstaltung zufrieden waren und sich die Erwartungen erfüllt haben. Insgesamt wurde auch die Mischung des Programms als sehr gelungen empfunden. Ein besonderes Beispiel für Synergien untereinander ist der "Lichtermarkt" an der Christuskirche, der in enger Zusammenarbeit mit der Grundschule an der Wuhlheide stattfand. Ein ständiger Besucherstrom (ca. 500) an beiden Orten war steter Beweis für einen regen Austausch zwischen beiden sonst doch eher verschiedenen Einrichtungen. Mehr als 90% der Beteiligten würden sich wieder am "wandernden Weihnachtskalender" beteiligen.</p>

### 3. Ziel

#### Bündelung der Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeitsmaßnahmen

##### Indikatoren

Wie wurden die Veranstaltungen durch die lokalen und überregionalen Medien wahrgenommen? Wurde die Webseite auch mit anderen Seiten verlinkt? Wurde das verteilte Werbematerial angenommen oder blieben die Programmhefte und Flyer liegen?

##### Erzieltes Ergebnis (bei Projektende)

Im RBB wurde einen Tag vor Beginn des "wandernden Weihnachtskalenders" ein längerer Beitrag ausgestrahlt. Außerdem wurde ein längeres Interview auf Kiezradio88vier mit ausführlichen Programminformationen gesendet. In den regionalen Printmedien fand das Projekt ebenfalls umfangreiche Erwähnung. Überregionale Medien berichteten auf ihren Onlineseiten. Mitveranstalter, die über eigene Webseiten verfügten, verlinkten zur Seite. Und auch die o.g. audiovisuellen Medien stellten Verlinkungen her. Das Gros der Besucher kam aber über die Werbung durch Programmheft und Flyer. Die Bereitschaft, diese Werbemittel auszulegen, war sehr groß. Es hätten auch doppelt so viele Programmhefte verteilt werden können.

#### [Charakterisierung der Nachhaltigkeit des Projekts:](#)

Entstandene Netzwerke werden ausgebaut und sichern so Kontinuität für weitere Projekte. Empfehlungen und Ideen für Präsentationen der Unternehmen werden übernommen und beibehalten. Besucher- und Kundengewinnung erfolgen auch im Nachgang zum Projekt, da sich der Bekanntheitsgrad erhöht hat.

**Fortsetzung nächste Seite**

<b>III. Finanzierung</b>		
Finanzierungsquelle	Höhe der Finanzierung	Finanzierungsprogramm
EU-Mittel EFRE		WDM
EU-Mittel EFRE		
EU-Mittel ESF	4.993,45 €	LSK
EU-Mittel ESF		PEB
sonstige Mittel (bitte benennen)		
Bundesmittel		
Landesmittel	4.993,45 €	
Kommunale Mittel		
sonstige Mittel (bitte benennen)		
Gesamt:	9.986,90 €	