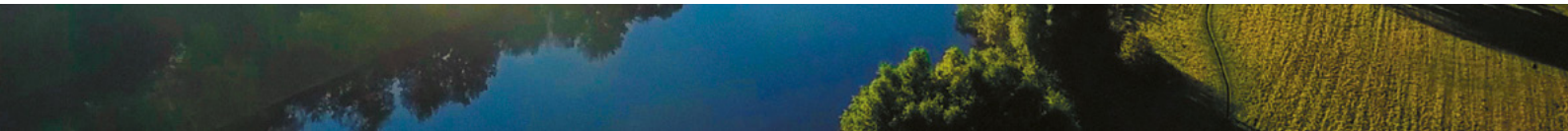
ESSEN 2017 GRÜNE HAUPTSTADT EUROPAS

PROJEKT-STECKBRIEFE

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN



PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

12 MONATE – 12 KÖCHE

STICHWORTE

Kochen / Ernährung / Regionale Nahrungsmittel

PROJEKTZIEL

Sensibilisierung für regionale und saisonale Ernährung. Bekanntmachen regionaler Erzeuger, Wochenmärkte und Hofläden. Anregungen zum Selber-Nachkochen.

PROJEKTBETEILIGTE

Restaurants, Medienpartner, Erzeuger, Hofläden und Wochenmärkte

ZIELGRUPPEN

Bürgerinnen und Bürger

TERMINE / LAUFZEIT

Eine Veranstaltung pro Monat über ein Jahr

PROJEKTBESCHREIBUNG

Schmackhaftes aus der Region zum Nachlesen und Nachkochen – das war „12 Monate – 12 Köche“. Analog zu den zwölf Monaten des Jahres entwickelten zwölf Essener Köche jeweils Monat für Monat jahreszeitliche Rezepte für ein Drei-Gänge-Menü, die auf regionalen und saisonalen Lebensmitteln aufbauten. Mit den Rezepten präsentierten sie eine leichte, bodenständige, frische und leckere Küche, die für jeden Bürger nachkochbar ist und mit den Jahreszeiten korrespondiert. Der jeweilige Koch wurde einen Tag lang bei seinem Einkauf und der Zubereitung der Speisen medial begleitet. Das anschließende gemeinschaftliche Essen in den Restaurants zusammen mit ausgewählten Bürgerinnen und Bürgern war immer ein Höhepunkt von „12 Monate – 12 Köche“. Besonders wichtig war, dass die regionalen Lebensmittel bei Erzeugern, in Hofläden und auf Wochenmärkten in Essen und der umliegenden Region eingekauft wurden, um alternative Einkaufsmöglichkeiten zu präsentieren und Handwerk und Erzeuger vor Ort zu unterstützen. Medienpartner für dieses Projekt war die Funke Mediengruppe, die die Rezepte jeden Monat im WAZ-Lokalteil Essen zum Nachkochen veröffentlichte.

HINTERGRUND

Es gibt viele engagierte Restaurants und Köche in Essen, die mit regionalen und saisonalen Produkten kochen. Auch Initiativen wie Slow Food wurden einbezogen.

PROJEKTMANAGEMENT

Circa vier Arbeitstage pro Veranstaltung

SKALIERUNG

Die Anzahl der Events pro Jahr ist variabel. Ergänzungen wie zum Beispiel ein Kochbuch o. Ä. sind denkbar.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

- Medienpartner für die Veröffentlichung der Rezepte.
- Social-Media-Begleitung.
- Vergabe von jeweils zehn Restaurantplätzen pro Event zum Beispiel für Medienpartner und das Projektbüro.

TIPPS

- Ein Medienpartner ist entscheidend für den Erfolg.
- Verknüpfung mit anderen Projekten wie „Tag der guten Lebensmittel“.

KOSTEN

1.500 Euro brutto pro Veranstaltung (500 Euro Getränke, 500 Euro Einkauf, 500 Euro Honorar für den Koch)

Fotos: Jochen Tack

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

PLAKATWETTBEWERB

STICHWORTE

Kommunikation / Marketing / Wettbewerb / Kunst

PROJEKTZIEL

Ein Plakat zur Sichtbarmachung der Grünen Hauptstadt.
Künstlerische Interpretation der Themen der Grünen Hauptstadt.

PROJEKTBETEILIGTE

Museum, Designer, Studierende

ZIELGRUPPEN

Bevölkerung, Kulturinteressierte, Studierende

TERMINE / LAUFZEIT

Ausstellung des Wettbewerbs: einige Wochen.
Plakatierung im Stadtgebiet: mehrere Monate.

PROJEKTBESCHREIBUNG

Ein Plakatwettbewerb sollte außerhalb der eigentlichen Werbemaßnahmen angelegt werden, diese aber ergänzen und flankieren. Es ging um nicht weniger als Plakate, die Emotionen wecken und die Botschaft des Projektes in die Herzen der Menschen bringen sollten. Unter dem Titel „Wir sind Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017“ wurden zehn ausgewählte Designerinnen und Designer aus Deutschland, Frankreich, Österreich und der Schweiz zur Teilnahme an dem Wettbewerb eingeladen. Außerdem beteiligte sich eine Gruppe von Studierenden der Folkwang Universität der Künste an dem Wettbewerb. Die Designerinnen und Designer interpretierten dann die drei vorgegebenen Themenfelder „Umdenken“, „Wandel“ und „Bewegung“ auf ganz unterschiedliche Art und Weise. Eine Jury unter dem Vorsitz von René Grohnert, Leiter des Deutschen Plakat Museums im Museum Folkwang, entschied sich anschließend einstimmig für die originellen Plakate von Henning Wagenbreth aus Berlin als Siegerserie. Der Designer setzte das Lebensgefühl der Grünen Hauptstadt plakativ, außergewöhnlich lebendig und aufmerksamkeitsstark um. Wagenbreths Entwurf sowie weitere 39 ausgewählte Plakate wurden anschließend im Museum Folkwang ausgestellt. Die Gewinnerplakatserie wurde außerdem als Postkarte verteilt, ein Katalog erstellt und ein Plakat als Merchandising verkauft.

HINTERGRUND

Gemeinsam mit dem im Museum Folkwang beheimateten Deutschen Plakat Museum entstand schon mit dem Titelgewinn 2015 die Idee eines Plakatwettbewerbs. Die künstlerische Interpretation der Themen der Grünen Hauptstadt ist ein wichtiger Bestandteil bei der Vermittlung von Inhalten.

PROJEKTMANAGEMENT

Deutsches Plakat Museum in Zusammenarbeit mit dem Museum Folkwang und der Stadt Essen (Marketingabteilung, Projektbüro Grüne Hauptstadt)

SKALIERUNG

Es ist möglich, neben internationalen Designern und Studierenden auch Schulen oder andere Gruppen in den Wettbewerb mit einzubeziehen.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

- Einladung zur Eröffnung der Ausstellung.
- Großplakat, Postkarten.
- Ausstellungskatalog.

TIPPS

- Siegerplakat als Merchandising.
- Studierendenwettbewerb als Zielgruppenerweiterung.
- Werbepartner ansprechen.

KOSTEN

Circa 40.000 Euro für den Wettbewerb, Ausstellungskosten und einen Katalog.

Fotos: Simon Schlenke, Susanne Löffler, Jens Nober (Museum Folkwang)

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

IDEENBÖRSE FÜR BÜRGERPROJEKTE

STICHWORTE

Partizipation / Bürgerschaftliches Engagement / Stadtraum / Kommunikation / Mikroförderung

PROJEKTZIEL

- Förderung des Engagements der Bürgerinnen und Bürger für grüne Themen, lebendige Stadtteile und Quartiere.
- Unterstützung der Ziele der Grünen Hauptstadt durch die Bevölkerung.
- Akzeptanz und Verbreitung der Grünen Hauptstadt in der Stadt.
- Unkomplizierte Unterstützung der Ideen von Bürgerinnen und Bürgern.

PROJEKTBETEILIGTE

Bürgerinnen und Bürger, Initiativen, Vereine, Verbände, Gemeinschaftsgärten, StadtAgentur der Stadt Essen, städtische Ämter und Fachbereiche

ZIELGRUPPEN

Bürgerinnen und Bürger, Initiativen, Vereine, Verbände

TERMINE / LAUFZEIT

Stichtag zur Projekteinreichung, Laufzeit der Projekte ganzjährig

PROJEKTBESCHREIBUNG

Die Mitwirkung der Bürgerinnen und Bürger im Grüne-Hauptstadt-Jahr war von entscheidender Bedeutung. „Meine Ideen, Meine Projekte, Meine Grüne Hauptstadt“ – so lautete das Motto der Ideenbörse. 400 Projektvorschläge haben Essenerinnen und Essener eingereicht, im Programm fanden sich anschließend 210 Bürgerprojekte wieder, die von einer Jury ausgewählt worden waren. Die Vielfalt der Projekte und Akteure war groß und inspirierend: Alle Themen der Grünen Hauptstadt wurden aufgenommen und in nachhaltige, originelle, aufwendige und vielfach überraschende Projekte umgesetzt. Dazu gehörten Verschönerungs- und Aufräumaktionen, Ausstellungen und Workshops, Kochkurse für Kinder, Pflanzaktionen oder der Aufbau eines Insektenhotels.

Kriterienkatalog für die Projektauswahl:

- Öffentlicher Raum oder privater Raum, der der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurde.
- Das Projekt dient dem Allgemeinwohl, gewerbliche oder rein private Interessen wurden ausgeschlossen.
- Das Projekt muss legal sein und wird innerhalb der Stadtverwaltung daraufhin überprüft, ob übergeordnete Projekte der Realisierung im Wege stehen.
- Die Ziele der Grünen Hauptstadt Europas – Essen 2017 (GHE) sollen unterstützt werden.
- Das Projekt muss von den Projektträgern eigenständig durchgeführt werden. Das Projektbüro kann nur bei der Abstimmung mit den Ämtern der Stadt Essen vermitteln.
- Bis 1.000 Euro: natürliche und juristische Personen, Förderung 100 %, wurde durch die Stadt Essen betreut, einfacher Bewilligungsbescheid.
- Bis 3.125 Euro: juristische Person, Förderung zu 80 % = 2.500 Euro, Eigenanteil max. 625 Euro, wurde durch das Projektbüro GHE betreut, Vertrag mit GHE.
- Bis 7.500 Euro: juristische Person, Förderung zu 66 % = 5.000 Euro, Eigenanteil max. 2.500 Euro, wurde durch das Projektbüro GHE betreut, Vertrag mit GHE.
- Für Projekte über 1.000 Euro sind ein Kosten- und Finanzierungsplan zu erstellen.
- Die Stadt Essen hat für Projekte bis 1.000 Euro Förderung ein spezielles Mikroförderungsprogramm aufgelegt. Das einfache Bewilligungsverfahren beinhaltet, dass die Projektträger lediglich bis drei Jahre nach Bewilligung die Ausgabenquittungen aufbewahren und nur auf Verlangen das Projekt dokumentieren müssen.
- Die Einreichung der Projektideen wird ausschließlich über einen onlinebasierten Projektbogen zugelassen.

HINTERGRUND

Die Bürgerinnen und Bürger der Stadt Essen aktiv an der Grünen Hauptstadt zu beteiligen, war das Anliegen dieser Projektidee. Die Förderung sollte möglichst unbürokratisch und ohne Hemmnisse für jeden zugänglich sein.

PROJEKTMANAGEMENT

- Ein/e Projektmanager/-in zur Koordination in Teilzeit.
- Eine Informationsveranstaltung mit Öffentlichkeitsarbeit.
- Eine ehrenamtliche Jury.
- Organisation der Auszahlung über das städtische Finanzsystem.

SKALIERUNG

Das Gesamtprojekt kann hinsichtlich der Anzahl/Höhe der Förderkategorien, der Anzahl an Projekten oder der Gesamtfördersumme angepasst werden. Im Jahr 2018 wurden in Essen zum Beispiel weitere 70 Projekte gefördert.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

Öffentlichkeitsarbeit zum Aufruf, Pressemeldungen zu erfolgreichen Projekten, Unterstützung der Projekte durch die städtische Pressestelle, fotografische Dokumentation, Berichterstattung über die vorhandenen Kommunikationskanäle.

TIPPS

- Entwicklung eines Fragebogens zur Evaluation und auch für die Öffentlichkeitsarbeit.
- Das digitale Verfahren / eine Datenbank erleichtert die Bearbeitung für die Jury und auch die Begleitung der bewilligten Projekte.
- Mikroprojekte bis 1.000 Euro ermöglichen eine breite Beteiligung.
- Eine anerkannte Jury aus Fachpersonen ermöglicht ein einfaches Bewilligungsverfahren mit direkter fachlicher Prüfung.
- Informationsabende zur Bekanntmachung der Rahmenbedingungen der Projektförderung und -abwicklung und zum Austausch.

KOSTEN

Gesamtkosten für alle Projektförderungen ca. 210.000 Euro zzgl. eines/einer Projektmanagers/Projektmanagerin in Teilzeit. Der Aufwand des Projektmanagements reduziert sich in den Folgejahren bei eingespielten Abläufen und Verfahren.

Fotos: Jochen Tack, Frank Vinken

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

FREIRAUM WEBERPLATZ

FREI RAUM WEBER PLATZ

STICHWORTE

Zwischennutzung / Aneignung / Stadtentwicklung / Leerstand / Veranstaltungsort / Partizipation / Nachbarschaft

PROJEKTZIEL

- Zwischennutzung eines leer stehenden Gebäudes als Ort der Information und Begegnung zu den Themen der Grünen Hauptstadt.
- Belebung des Weberplatzes durch einen temporären Pflückgarten und vielfältige Veranstaltungen. Unter anderem Unterstützung des Feierabendmarktes mit Aktionen, Möbeln und Personal.
- Open Space – Interessierten einen Veranstaltungsraum zu Themen der Grünen Hauptstadt bieten.
- Basis und Treffpunkt für die Volunteers der Grünen Hauptstadt.
- Durchführung von Diskussionsveranstaltungen und Workshops.

PROJEKTBETEILIGTE

Stadtverwaltung, Immobilienwirtschaft, Kulturamt, Akteure im Quartier/Stadtteilinitiativen, Volunteers, Künstler, Veranstaltungen in Kooperation mit der Initiative Transition Town – Essen im Wandel, Slow Food Essen e. V., Initiative für Nachhaltigkeit etc.

ZIELGRUPPEN

- Für Besucher und Bevölkerung als zentraler Anlaufpunkt der Grünen Hauptstadt und bei Veranstaltungen.
- Für Initiativen / Verbände / Vereine zur Nutzung für Veranstaltungen.
- Für Volunteers als Organisationssitz und zur Pflege der Gemeinschaft.

TERMINE / LAUFZEIT

Temporär.
Die Nutzungsdauer richtet sich nach den finanziellen Mitteln und den rechtlichen Rahmenbedingungen.

PROJEKTBESCHREIBUNG

Der „Freiraum Weberplatz“ war das Hauptquartier der Grünen Hauptstadt Europas, ihr Informations- und Kreativzentrum. Im ehemaligen Haus der Begegnung in der nördlichen Innenstadt entstand eine Anlaufstelle für alle, die sich über das Projekt, seine Ziele und sein Programm informieren wollten. Für die Volunteers standen Arbeitsplätze und Aufenthaltsräume zur Verfügung. Die Räumlichkeiten wurden für Workshops, Vorträge und sonstige Veranstaltungen kostenfrei zur Verfügung gestellt. Das Architekten-Kollektiv modulorbeat konzeptionierte und gestaltete den Freiraum Weberplatz in Zusammenarbeit mit Essenerinnen und Essenern, die ihre Ideen im Rahmen von Workshops einbrachten.

Der Außenbereich wurde durch den Bau des „längsten Tisches Essens“ auf dem Weberplatz einbezogen. Die Aktionskünstler constructLab brachten dafür ihre mobile Holzwerkstatt mit und schufen u. a. mit Schülergruppen, Studierenden und interessierten Nachbarn Holzmöbel, die zum Verweilen auf dem Platz einladen. Ein Teil davon ist jederzeit nutzbar und fest auf dem Platz installiert. Weitere massive Holztische und -bänke wurden im Haus am Weberplatz gelagert und zu Aktionen, wie z. B. dem wöchentlich stattfindenden Feierabendmarkt, aufgebaut.

In einem weiteren Workshop legten die Landschaftsarchitekten vom atelier le balto mithilfe freiwilliger Helferinnen und Helfer den Pflückgarten an. Wo sich zuvor nur ein rundes Rasenstück befand, entwickelte sich mitten auf dem asphaltierten Platz eine blühende Oase. Der Garten wurde regelmäßig von den Volunteers der Grünen Hauptstadt, teilweise mit tatkräftiger Unterstützung von Kindern aus der Nachbarschaft, gegossen und gepflegt. Seit dem Jahr 2018 übernimmt Lokalfieber e. V., ein Verein, der sich für die Nördliche Innenstadt engagiert, die Patenschaft.

Das Team vom Freiraum Weberplatz stellte Räumlichkeiten zur Verfügung und realisierte eigene Veranstaltungen in Kooperationen. Der Freiraum Weberplatz konnte das ganze Jahr über ein vielfältiges Programm anbieten: vom Salon, in dem mit Experten über urbane Freiräume diskutiert wurde, über das Nachbarschaftsfrühstück bis hin zum Open-Air-Kino.

Der Freiraum Weberplatz konnte nach dem Jahr der Grünen Hauptstadt noch bis zum Ende des Jahres 2018 erhalten bleiben und musste dann aus baurechtlichen und technischen Gründen schließen. Eine Sanierung des Gebäudes wird folgen.

HINTERGRUND

Das unter Denkmalschutz stehende Gebäude diente als „Haus der Begegnung“ vielen Essener Vereinen als Heimat, bis es zu Beginn des Jahres 2017 leergezogen wurde. Dieser Leerstand und die Potenziale des angrenzenden Weberplatzes (ein historischer Marktplatz) sollten bestmöglich im Sinne der Grünen Hauptstadt genutzt werden.

PROJEKTMANAGEMENT

Ein/-e Projektmanager/-in zur Koordination, Veranstaltungsbetreuung, Netzwerkarbeit. Weitere Unterstützung erfolgte durch das Volunteer-Programm.

SKALIERUNG

Anpassung des Konzeptes an den Ort und den Stadtteil / Nachbarschaft sowie die räumlichen Gegebenheiten. Die Nutzungsdauer richtet sich nach den finanziellen Mitteln und den rechtlichen Rahmenbedingungen.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

- Eigenes Corporate Design: Werbematerial (Poster, Flyer) für Veranstaltungen.
- Eigene Projektwebsite zur Kommunikation und Dokumentation von Aktionen.
- Sichtbares Branding der Immobilie (Freiraum-Weberplatz-Logo).
- Öffentlichkeitsarbeit über die Pressestelle und über Social Media.
- Kommunikation über die Partner der Veranstaltungen/Aktionen.

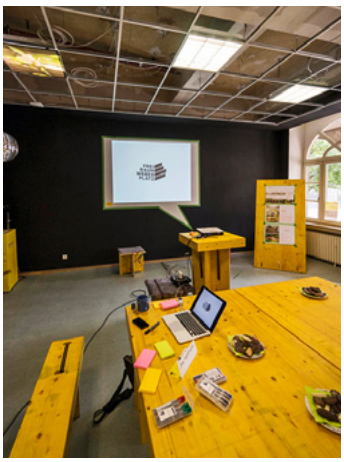
TIPPS

- Ein multifunktionaler Veranstaltungsraum mit einfacher Technik.
- Konzeption und Umgestaltung mit Profis sowie Bürgerinnen und Bürgern.
- Beteiligung der Bevölkerung (Nachbarschaft, Initiativen, Vereine …).
- Verknüpfung mit anderen Projekten wie „säen, ernten, Essen“, „Volunteers“, „Tag der guten Lebensmittel“.

KOSTEN

Circa 160.000 Euro für:

- Ein/-e Projektmanager/-in in Teilzeit.
- Temporäre Umgestaltung des Gebäudes mit Workshops.
- Platzgestaltung mit Bürgerbeteiligung.
- Diverse Veranstaltungen & künstlerisches Programm.
- Sonstige Kosten für Genehmigungen und Infrastruktur.



Fotos: Sebastian Schlecht, Jochen Tack, Zeitlupe GmbH

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

ESSEN 2017 GRÜNE HAUPTSTADT EUROPAS

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

GEMEINSCHAFTSGÄRTEN

STICHWORTE

Stadtraum / Partizipation / Gemeinschaftsgarten / Nachbarschaft / Artenvielfalt / Ernährung

PROJEKTZIEL

- Förderung gemeinschaftlichen Gärtnerns und neuer Gemeinschaftsgärten in der Stadt.
- Nachbarschaftliche Begegnungen ermöglichen.
- Vorhandene Brachflächen Bürgern verfügbar machen.
- Mit den bestehenden Initiativen zusammenarbeiten.

PROJEKTBETEILIGTE

Fachbereich Grün und Gruga, Transition Town, Ehrenamtliche aus den Gemeinschaftsgärten, Büro Stadtforschen.de

ZIELGRUPPEN

Bürgerinnen und Bürger, aktuelle und neue Gartenfreunde

TERMINE / LAUFZEIT

Ganzjährig, nachhaltig

PROJEKTBESCHREIBUNG

Gemeinschaftliche Gartenprojekte sorgen derzeit weltweit für viel Aufmerksamkeit. Nicht nur in Metropolen wie New York City, London oder Paris entstehen produktive Gärten inmitten dichter urbaner Strukturen. Auch Essen setzte im Grüne-Hauptstadt-Jahr einen klaren Schwerpunkt.

Bis Anfang 2017 hatten sich insgesamt zehn Gemeinschaftsgärten im gesamten Stadtgebiet gebildet. Das wollte die Grüne Hauptstadt gemeinsam mit den Bürgerinnen und Bürgern ausbauen. Bei Fahrradtouren und öffentlichen Workshops wurde zum Mitmachen aufgerufen. Eine eigene Karte machte auf potenzielle Flächen für neue Gärten aufmerksam. Diese Arbeit trug Früchte: Die Essenerinnen und Essener pflanzten sieben weitere Gemeinschaftsgärten im Jahr 2017 an.

Eine Kampagne mit Informationsmaterial, einer digitalen Übersicht von Potenzialflächen und viele Aktionen und Workshops konnten im Jahr der Grünen Hauptstadt finanziert werden, die mit den Gärtnern gemeinsam entwickelt wurden. So wurden zum Beispiel Anleitungen zum Hochbeetebau und eine Regenwassersammelanlage erstellt.

Der Online-Flächenpool wird auch über das Jahr 2017 hinaus von der Initiative Transition Town weiterbetrieben, dort sind neben verfügbaren städtischen Flächen auch private Flächen zu finden, mit den Kontaktangaben für Interessierte.

HINTERGRUND

In Kooperation mit der BUND-Kreisgruppe Essen, der Volkshochschule und der Initiative Transition Town – Essen im Wandel entstand im Jahr 2013 im Bergerhausener Siepental der erste Essener Gemeinschaftsgarten, der Siepengarten. Inzwischen sind ihm weitere Gärten gefolgt, in denen der Anbau von Obst, Gemüse und heimischen Blühpflanzen Essen zunehmend zu einer essbaren Stadt wandelt. Die Gärten sind kleine „Draußen-Stadtteilzentren“, in denen sich Menschen mit unterschiedlichen sozialen und kulturellen Hintergründen treffen und austauschen können. Im ehrenamtlichen Engagement können die Bürgerinnen und Bürger Plätze, Parks und Brachflächen nach den eigenen Vorstellungen gestalten.

Auf öffentlich zugänglichen Flächen die Hände in die Erde zu stecken und Pflanzen zum Wachsen und Gedeihen zu bringen, schafft für viele Stadtbewohner neue Erfahrungen und eröffnet ihnen neues Wissen. Für den Stadtraum bieten die auf ehemaligen Spielplätzen oder verödeten Brachflächen entstandenen, reich strukturierten Grünflächen eine ökologische Bereicherung: Eine Vielzahl an Insekten sowie Fledermäuse und Vögel sind inzwischen in den Gemeinschaftsgärten heimisch.

Schon vor dem Jahr 2017 hat der städtische Fachbereich Grün und Gruga Gemeinschaftsgärten unterstützt. Brachliegende Grundstücke konnten im Rahmen einer Vereinbarung von Gärtnern genutzt werden. Grün und Gruga hat auch regelmäßige Treffen mit den Gärtnern aus insgesamt sieben (Stand 2016) Gärten veranstaltet und so die Fragen und Probleme moderiert und gelöst.

PROJEKTMANAGEMENT

Ein/-e Projektmanager/-in in Teilzeit, Ansprechpartner in der Stadtverwaltung

SKALIERUNG

Die Anzahl der Maßnahmen und Aktionen ist variabel. Es braucht aber eine koordinierende Person. Hilfreich sind eine saisonale Abstimmung und eine aktive Unterstützung der Initiativen in der Anfangsphase.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

- Allgemeiner Flyer, Postkarten.
- Broschüre zum Thema gemeinschaftliches Gärtnern.
- Erstellung einer Übersicht mit Potenzialflächen.
- Erstellung von Schildern „Wir sind dabei“ oder „Hier könnte dein Garten sein“.
- Ein mobiler Garten konnte zu passenden Anlässen aufgebaut werden.

TIPPS

- Eine verantwortliche Person zur Netzwerkarbeit und Koordination.
- Verknüpfung mit anderen Projekten wie „Ideenbörse“, „säen, ernten, Essen“, „Volunteers“, „Bienen in der Stadt“, „Tag der guten Lebensmittel“.
- Erstellung eines mobilen Gartens als Anschauungsobjekt, zum Üben und als Werbefläche.

KOSTEN

Circa 105.000 Euro für zwei Jahre Projektlaufzeit:

- Projektkoordinator/-in in Teilzeit.
- Fünf Workshops und eine Tagung.
- Werbemaßnahmen Broschüre und Flyer.
- Bau eines mobilen Gartens.
- Erstellen einer Wanderausstellung mit Studierenden der Folkwang Universität der Künste.
- Unterstützung bei der Ausstattung der Gemeinschaftsgärten.

Weitere Informationen:
https://www.essen.de/leben/gruene_hauptstadt_europas_2017/ghe_medien.de.html
https://transitiontown-essen.de

Fotos: Mike Henning

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

GREEN CAPITAL DAY

STICHWORTE

Partizipation / Stadtraum / Infrastruktur / Stadtteile / Bezirksvertretung

PROJEKTZIEL

- Ziel war es, ein gesamtstädtisches Projekt (Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017) in allen Stadtteilen mit einer hohen Partizipation der Bevölkerung und der lokalen Politik umzusetzen.
- Die Grüne Hauptstadt Europas sollte in allen Bezirksvertretungen nachhaltig wirken und sichtbar sein.
- Orte mit Potenzial sollten identifiziert und neu gestaltet werden.
- Förderung von Orten der Begegnung und nachbarschaftlichem Engagement.
- Begeisterung für grüne Themen und die Grüne Hauptstadt.
- Aktivierung für eine Aufwertung des nahen Umfelds.

PROJEKTBETEILIGTE

Bezirksvertretungen, Fachbereich Grün und Gruga, Essener Arbeit-Beschäftigungsgesellschaft mbh (EABG), Politik, Institutionen und Vereine

ZIELGRUPPEN

Politik, Bevölkerung, Vereine und Initiativen

TERMINE / LAUFZEIT

Projektbezogen

PROJEKTBESCHREIBUNG

Der Green Capital Day machte Essen noch schöner und grüner. Denn im Jahr der Grünen Hauptstadt Europas wurde bei diesem übergeordneten Projekt mindestens ein Ort in jedem der neun Stadtbezirke erheblich aufgewertet. Dazu packten die verantwortlichen Bezirksvertretungen, Bürgerinnen und Bürger sowie zahlreiche öffentliche und ehrenamtliche Institutionen tatkräftig mit an.

Ob Pflanzaktionen, Ausbesserungen einer Infrastruktur eines (un-)beliebten Platzes oder Umgestaltung vorhandener Wege für Wanderer und Radfahrer – all das sollte eine Neu-Identifikation, Gemeinschaft, Engagement und gelebte Rücksichtnahme stärken. Gleichzeitig wurde mit dem Projekt durch die damit verbundene 50%ige Projektförderung Engagement generiert und die aktive Beteiligung der lokalen Politik an den Themen der Grünen Hauptstadt Europas in das Gesamtprojekt eingebunden.

HINTERGRUND

Die Stadt Essen hat 50 Stadtteile, die wiederum von neun Bezirksvertretungen verwaltet werden. Über dieses Format hat im gesamten Stadtgebiet eine Aktivierung und Sichtbarmachung stattgefunden.

PROJEKTMANAGEMENT

Ein/-e Projektmanager/-in zur Koordination der Fachkräfte und Abstimmung und Moderation der Prozesse. Die Bezirksvertretungen koordinierten das bürgerschaftliche Engagement.

SKALIERUNG

Über die Förderhöhe und die damit notwendigen höheren Kapazitäten in der Projektsteuerung kann die Projektdimension variiert werden. Das Projekt kann auch noch auf alle Stadtteile ausgeweitet werden.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

Öffentlichkeitsarbeit durch das Projektbüro und die Bezirksvertretungen

TIPPS

Ursprünglich geplant war es, alle neu gestalteten Orte an einem Tag zu eröffnen, was aufgrund der unterschiedlichen Planungs- und Umsetzungszeiten nicht realisierbar war. Ein erheblicher Abstimmungsaufwand ist zu berücksichtigen. Auch die Politik muss für das Projekt gewonnen werden, was einen Einsatz in den jeweiligen Gremien erfordert.

KOSTEN

Die Kosten für jedes Projekt wurden zu gleichen Teilen von den Bezirksvertretungen und dem Projektbüro Grüne Hauptstadt übernommen.

Das Projektbüro verdoppelte dabei den finanziellen Einsatz der einzelnen Bezirksvertretungen bis zu einem Betrag von maximal 25.000 Euro, sodass für die jeweiligen Projekte der Bezirksvertretungen eine Summe von maximal 50.000 Euro zur Verfügung stand. Es haben alle Bezirksvertretungen die Maximalsumme ausgeschöpft.

Fotos: Essener Arbeit-Beschäftigungsgesellschaft mbH, Jochen Tack

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

GRÜNE INSELN

STICHWORTE

Stadtraum / Pflanzungen / Temporäre Intervention

PROJEKTZIEL

- Verschönerung und Aufwertung von Stadträumen.
- Schaffung von Orten zur Erholung (Sitzmöglichkeiten und Grün fürs Auge).
- Ein Bewusstsein für die Potenziale der Begrünung der Innenstadt schaffen.
- Neue Blühaspekte präsentieren, die einen Beitrag zur Artenvielfalt leisten können.

PROJEKTBETEILIGTE

Garten- und Landschaftsbaufirmen, Essen Marketing GmbH, Fachbereich Grün und Gruga

ZIELGRUPPEN

Bevölkerung: Besucher der Innenstadt, Ladenbesitzer

TERMINE / LAUFZEIT

Frühjahr bis Herbst

PROJEKTBESCHREIBUNG

Als temporäre grüne Intervention in der Innenstadt Essens boten Pflanzeninseln kleine Oasen zum Aufenthalt. Die Pflanzeninseln wurden mit Stauden, Sträuchern und Solitärgehölzen bepflanzt und bis zum Winter gepflegt. Die Pflanzinseln bestehen aus bunten Elementen aus Recyclingkunststoff, der robust und auch gut zu reinigen ist. Die Bepflanzung der Inseln bestand aus blühenden Stauden, die attraktiv für Insekten sind. Die Einfassung der Beete lud zum Sitzen ein.

HINTERGRUND

Die Fußgängerzone der Essener Innenstadt ist stark versiegelt und hat nur wenige grüne Flächen. Das Projekt ermöglichte eine kurzfristige und sichtbare Veränderung der Optik und der Atmosphäre der Innenstadt. Das Projekt wurde konzipiert im Rahmen einer Machbarkeitsstudie des Büros LAND Germany.

PROJEKTMANAGEMENT

Projektbüro, Fachbereich Grün und Gruga, LAND Germany

SKALIERUNG

Anzahl der Pflanzgefäße, Ausweitung neben der Innenstadt auf weitere Fußgängerzonen und Einkaufsstraßen

MARKETING UND KOMMUNIKATION

Öffentlichkeitsarbeit

TIPPS

- Gestaltung der Inseln auch als Sitzmöglichkeiten bietet zusätzliche Attraktivität.
- Um eine ansprechende und robuste Optik zu erreichen, sind eine frühe Bepflanzung und eine intensive Pflege nötig.
- Ladenbesitzer oder engagierte Gruppen können als Paten für einzelne Inseln gewonnen werden.

KOSTEN

- Gesamtkosten je Insel ca. 2.400 Euro.
- Aufbau / Abbau und Pflege ca. 1.400 Euro / Saison je Insel

(jeweils im Durchschnitt, variiert nach Größe).

Fotos: Rupert Oberhäuser, Jochen Tack

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

ESSEN 2017 GRÜNE HAUPTSTADT EUROPAS

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

HEIMATGRÜN UND HEIMATGRÜN TV

STICHWORTE

Kommunikation / Marketing / Magazin / Video

PROJEKTZIEL

- Projekte, Themen und Veranstaltungen attraktiv und stets aktuell vermitteln.
- Regelmäßige Berichterstattung und Veranstaltungsankündigung der Grünen Hauptstadt.
- Ein Format mit Wiedererkennungswert schaffen.

PROJEKTBETEILIGTE

Verlags- und Redaktionspartner, Vertriebspartner bzw. Produktionspartner und Partner zur Online-Vermarktung.
Akteure der Berichterstattung.

ZIELGRUPPEN

Bevölkerung in Essen und angrenzenden Städten/NRW, Projektpartner, Medien, Meinungsträger

TERMINE / LAUFZEIT

Sieben Magazin-Ausgaben (Herbst 2016 bis Frühjahr 2018).
Neun Videomagazin-Ausgaben zzgl. Specials und Videodokumentation.

PROJEKTBESCHREIBUNG

Heimatgrün setzte sich mit den Themen der Grünen Hauptstadt auseinander. Das Magazin war innovativ, mutig und offen. Es sollte informieren und unterhalten: Die Leserinnen und Leser konnten sich auf eine abwechslungsreiche Mischung von Geschichten aus dem Themenkomplex Umwelt, Natur, Klima und Nachhaltigkeit freuen. Die Beiträge waren auf die Zukunft ausgerichtet, sollten zum Mitmachen anregen und einen hohen Nutzwert bieten.

Zwischen 24 und 32 Seiten stark und in einer Auflage von jeweils über 200.000 Exemplaren erschienen sechs Ausgaben, die über die Akteure und Themen berichteten und die Veranstaltungen der folgenden zwei Monate ankündigten.

Das Magazin war Impulsgeber und Motivator zum Mitmachen, zugleich unterhaltsam und informativ. Der Vertrieb lief über Funke Medien NRW (WAZ/NRZ), DIE WELT am Sonntag NRW, die Stadt Essen und weitere Kooperationspartner. Zwei Ausgaben erschienen zudem auch auf Englisch. Optimal in die Online-Welt verlängert wurde das Magazin mit weiterführenden Artikeln unter www.heimatgruen.ruhr.

Mit Heimatgrün TV produzierte die Grüne Hauptstadt zudem monatlich ein passendes Videoformat (10–15 Minuten), das die Geschichten und Menschen hinter den Projekten der Grünen Hauptstadt präsentierte – vom Fahrradladen bis zum Gemeinschaftsgarten –, und traf Bürgerinnen und Bürger sowie Akteure des Projekts. Rückblick, Ausblick und News gehörten ebenfalls zu dem Format, das auf einem eigenen YouTube-Kanal (Heimatgrün TV), über die Webseite der Grünen Hauptstadt und die Social-Media-Kanäle verbreitet wurde.

HINTERGRUND

Eine wesentliche Herausforderung der Kommunikation der Grünen Hauptstadt bestand darin, die Fülle von Themen und Veranstaltungen, Projekten und Partnern verständlich und klar den Bürgerinnen und Bürgern zu vermitteln. Statt eines Gesamtprogrammhefts, das schlicht zu umfangreich und nicht für das gesamte Jahr aktuell gewesen wäre, fiel die Entscheidung auf eine Serie von Magazinen mit dem Titel „Heimatgrün“ und das Videoformat Heimatgrün TV. Auch konnte so immer eine Dokumentation der bisherigen Ereignisse mit einem Ausblick auf das kommende Programm kombiniert werden.

PROJEKTMANAGEMENT

- Gesamt-Projektkoordination durch die Marketingabteilung.
- Verlagspartner für Magazinkonzeption, Redaktion und Gestaltung, Anzeigenakquise, Druck und teilweise Vertrieb.
- Filmemacher für Konzeption und Produktion.

SKALIERUNG

Der Seitenumfang und die Auflage sowie die Verteilung bzw. die Videolänge/Videoformat sind an die jeweiligen Bedürfnisse anzupassen.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

- Zentrale Kommunikationsmedien der Grünen Hauptstadt.
- Begleitung über Social Media.

TIPPS

- Regelmäßige Treffen des Redaktionsrates.
- Sicherstellung eines geeigneten Vertriebskonzeptes bzw. der Onlinevermarktung.
- Nutzung der Inhalte (Print und Video) zur Gesamtdokumentation.
- Ermöglicht eine attraktive Einbeziehung von Partnern und Sponsoren.

KOSTEN

- 30.000–35.000 Euro pro Print- und Webausgabe Heimatgrün für Konzeption, Redaktion, Gestaltung, Druck und Vertrieb.
- 10.000 Euro pro Videomagazin Heimatgrün TV zzgl. Onlinevermarktung.

Weitere Informationen:
www.heimatgruen.ruhr
https://www.youtube.com/channel/UCu-UsvrgMNxSCov83bLQCvw/videos

Fotos: Sascha Kreklau, Klaus-Peter Prengel, Dana Wegberg, Zeitlupe GmbH

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

LASTENRÄDER

STICHWORTE

Mobilität / Radfahren / Nachbarschaft / Sharing Economy

PROJEKTZIEL

Sensibilisierung für eine klimafreundliche Mobilität, Verringerung der Anzahl der Autos im Straßenverkehr

PROJEKTBETEILIGTE

Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club (ADFC), VeloCityRuhr und Transition Town, Ehrenamtliche

ZIELGRUPPEN

Bevölkerung

TERMINE / LAUFZEIT

Ganzjährig, nachhaltig

PROJEKTBESCHREIBUNG

Den Einkauf nach Hause bringen oder Getränke transportieren – all das lässt sich mit einem Lastenrad sehr gut erledigen. In Essen werden sie seit der Grünen Hauptstadt immer beliebter. Denn die Aktion „Lastenräder für die Nachbarschaft“ wurde im Jahr 2017 ins Leben gerufen. Essenerinnen und Essener können über eine Internetplattform Lastenräder und auch Anhänger ausleihen und ausprobieren.

HINTERGRUND

Seit Ende des Jahres 2015 setzt die Gruppe „Stadtteilnetzwerk“ der Transition Town Initiative – Essen im Wandel das Projekt ELA – Essens freies Lastenrad um.

In unserem Nachbarland Niederlande sind diese Räder längst fester Bestandteil im Straßenbild.

PROJEKTMANAGEMENT

Die Ausleihe und Pflege der Räder werden ehrenamtlich organisiert.

SKALIERUNG

Anzahl der Räder und Ausleihstationen

MARKETING UND KOMMUNIKATION

Öffentlichkeitsarbeit

TIPPS

- Branding der Lastenräder zur Sichtbarkeit und Kommunikation.
- Verteilung der Ausleihmöglichkeiten in unterschiedlichen Stadtteilen.
- Die Ausleihe ist kostenlos! Spenden darf aber jeder gerne für dieses Projekt.

KOSTEN

5.000 Euro pro Lastenrad

Weitere Informationen:
https://essener-lastenrad.de/

Fotos: Frank Vinken

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

RADELN OHNE ALTER

STICHWORTE

Stadtraum / Naturerlebnis / Radfahren / Senioren

PROJEKTZIEL

Positive Effekte in Aktivierung, Wohlbefinden und Gesundheit werden erreicht. Aber nicht nur für die älteren Leute, auch für die Fahrer entsteht ein Mehrwert. Die generationenübergreifende Kommunikation, der Austausch von Erfahrungen und Geschichten sowie die Tatsache, anderen – und sich selbst – etwas Gutes zu tun, steigern das Selbstwertgefühl und die Lebensfreude aller Beteiligten.

Die Rikscha-Fahrer/-innen bekommen einen Einblick in die Berufsfelder der Seniorenwirtschaft sowie der Fahrradtechnik und werden durch eine pädagogische Begleitung berufsperspektivisch gecoacht. Ziel an dieser Stelle des Projektes ist es, die Teilnehmenden zu befähigen, ihre vorhandenen Kompetenzen weiterzuentwickeln und wichtige Schritte in Richtung der Integration in den allgemeinen Arbeitsmarkt zu gehen.

PROJEKTBETEILIGTE

NEUE ARBEIT der Diakonie, Jobcenter, Umweltamt, Sponsoren

ZIELGRUPPEN

Langzeitarbeitslose, Senioren

TERMINE / LAUFZEIT

Ganzjährig, nachhaltig

PROJEKTBESCHREIBUNG

Die meisten Menschen wünschen sich, auch im Alter mobil zu sein, und möchten am öffentlichen Leben teilnehmen. „Radeln ohne Alter“ erfüllt alten und hilfsbedürftigen Menschen diesen Wunsch und bietet ihnen die Möglichkeit, ihre einstigen Lieblingsplätze mit dem Rad zu besuchen. Selbst strampeln müssen die Senioren dabei nicht: Langzeitarbeitslose verhelfen auch Hochbetagten auf elektrischen Fahrrad-Rikschas zu Ausflügen in die Natur und zu Schauplätzen der Kindheit. Berechtigt zu einer Fahrt sind ausschließlich die Bewohner Essener Seniorenheime.

„Radeln ohne Alter“ fährt täglich von Montag bis Freitag im Vormittag Senioreneinrichtungen an, um von dort mit den Senioren die Riksch-Touren zu starten.

HINTERGRUND

Das Projekt „Radeln ohne Alter“ ist 2013 in Kopenhagen ins Leben gerufen worden und hat sich von dort über die skandinavischen Länder hinaus in Europa und Übersee verbreitet. Auch in Deutschland (www.radelnohnealter.de) gibt es „Radeln ohne Alter“ mittlerweile an vielen Standorten.

Im Projekt „Radeln ohne Alter“ werden Rikscha-Touren für Senioren angeboten, um Natur, Kultur und neue sowie bekannte Orte zu erfahren. Bei diesen Touren werden alle Sinne angesprochen: Blumen riechen, das Gezwitscher der Vögel hören und den Wind in den Haaren spüren.

PROJEKTMANAGEMENT

NEUE ARBEIT der Diakonie Essen gGmbH

Die Rikscha-Touren werden vor Fahrtantritt durch die Mitarbeitenden und Teilnehmenden des Projektes „Radeln ohne Alter“ geplant. Dabei können natürlich auch die Wünsche von den Fahrgästen und Seniorenzentren berücksichtigt werden. Die Dauer der Touren wird mit den Senioreneinrichtungen abgesprochen. In der Regel begleitet ein Mitarbeitender der Senioreneinrichtung die Rikscha-Tour.

In Essen wird „Radeln ohne Alter“ erstmals als Teil einer Beschäftigungsmaßnahme durchgeführt.

SKALIERUNG

Anzahl der E-Rikschas

MARKETING UND KOMMUNIKATION

„Radeln ohne Alter“ landete beim Deutschen Fahrradpreis 2017 auf dem dem zweiten Platz in der Kategorie Kommunikation.

TIPPS

Ein sehr geeignetes Projekt für Sponsoren.

- Bei den Fahrten, die immer in Kolonne stattfinden, nimmt ein gut ausgebautes Radwegenetz eine zentrale Rolle ein, da hier die kulturell interessanten Anlaufpunkte gut zu erreichen sind und Mischverkehr vermieden werden kann.
- Die Teilnehmenden im Projekt „Radeln ohne Alter“ werden durch eine Fachanleitung auf den Umgang mit Senioren vorbereitet und für den Fahrbetrieb vor allem unter Sicherheitsaspekten intensiv geschult.
- „Radeln ohne Alter“ ist für die Seniorenzentren sowie die Senioren kostenfrei!

KOSTEN

Circa 7.500 Euro pro E-Rikscha zzgl. Kosten für Personal im Rahmen von geförderten Maßnahmen zur Teilhabe am Arbeitsmarkt.

Weitere Informationen:
http://www.neue-arbeit-essen.de/dienstleistungen/zweirad-service/radeln-ohne-alter/

Foto: Johannes Kassenberg

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

AMEISE ANNI

STICHWORTE

Umweltbildung / Kinder / Kitas / Theater

PROJEKTZIEL

Umweltbildung an Kinder im Kindergartenalter spielerisch vermitteln

PROJEKTBETEILIGTE

Jugendamt, Kitas, Künstlerin

ZIELGRUPPEN

Kitas, Kinder bis zehn Jahre, Eltern und Erzieher

TERMINE / LAUFZEIT

In jeder städtischen Kita ist die Ameise Anni 2017 einmal aufgetreten.

PROJEKTBESCHREIBUNG

Umweltbildung fängt bei den Kleinsten an. Das zeigten die 49 städtischen Kindertagesstätten 2017 mit einer Vielzahl von Einzelprojekten. Mädchen und Jungen legten Hochbeete an, pflanzten und pflegten bunte Gärten, setzten sich mit Mülltrennung und -vermeidung auseinander, beobachteten gemeinsam die Natur und vieles mehr. Leitfigur der insgesamt rund 240 Kita-Umweltprojekte war die Ameise Anni alias Veronika Maruhn. Die bekannte Essener Konzeptkünstlerin hat in Kooperation mit dem Jugendamt der Stadt Essen eigens ein Kindertheaterstück entwickelt, mit dem sie die Kinder für den Umweltschutz begeisterte.

Die Ameise taugt besonders gut als Symbol für den Umweltschutz: Ameisen sind klein und trotzdem stark, räumen den Wald auf und führen ein soziales Leben. Das fleißige Insekt – in dessen Kostüm Maruhn schlüpfte – wurde zum Botschafter für den Umweltschutz. Anni erklärte den Kindern, weshalb der Umweltschutz für eine gesunde Zukunft wichtig ist. Eine Stadt und ein Ameisenhaufen haben vieles gemeinsam. Das bringt Anni mit ihren Geschichten auf den Punkt. Sie alle spielen in einem Ameisenhaufen, wo sich allerhand kleinere und größere Katastrophen ereignen – die gemeinsam überwunden werden. Im Anschluss an das Theaterstück entwickelten die Kinder ihre eigenen Ideen, mit denen die Stadt noch lebenswerter werden soll.

Alle städtischen Kitas beteiligten sich an dem Projekt und machten dies mit einer Plakette an ihrer Hausfassade sichtbar. Mit Unterstützung von Sponsoren/Stiftungen soll das Projekt fortgeführt und auf Essener Grundschulen ausgeweitet werden.

HINTERGRUND

Die Themen der Grünen Hauptstadt sollten zielgruppengerecht auch an die kleinsten Bürger Essens vermittelt werden. Das Format der Ameise Anni war dabei eine wichtige Komponente im Gesamtkonzept der Grünen Hauptstadt Europas – Essen 2017.

PROJEKTMANAGEMENT

Jugendamt der Stadt Essen

SKALIERUNG

Die Anzahl der Vorführungen und besuchten Kitas ist variabel. Das Programm kann auch in Grundschulen weitergeführt werden. Um Kinder kontinuierlich zu erreichen, kann das Projekt alle zwei Jahre in den Kitas neu aufgelegt werden. Ergänzung von Merchandisingartikeln.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

- Öffentlichkeitsarbeit, Berichterstattung in eigenen Medien und durch Kooperationspartner.
- Pressearbeit mit Vor-Ort-Terminen mit dem Oberbürgermeister.
- Die Figur der Ameise Anni hat einen hohen Wiedererkennungswert.
- Plakette an den beteiligten Kindergärten.

TIPPS

Das Programm eignet sich gut für Sponsoren, die einzelne Aufführungen oder auch ein ganzes Kita-Jahr finanzieren können.

KOSTEN

Circa 850 Euro Honorar je Vorführung für insgesamt 49 Vorführungen, inklusive Konzeption und Ausstattung

Fotos: Rupert Oberhäuser

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

ESSEN 2017 GRÜNE HAUPTSTADT EUROPAS

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

BOLZPLATZPATEN

STICHWORTE

Stadtraum / Sport / Kinder und Jugendliche / Öffentliche Sportanlagen

PROJEKTZIEL

- Bolzplätze als flexible und kostenlose Freizeitbeschäftigung, Ort der Begegnung wie auch Herzstück der Jugendkultur stärken und wiederbeleben.
- Junge Menschen bewegen sich im öffentlichen Raum.
- Jugendliche beteiligen sich, übernehmen in der Planung und Umsetzung von Aktionen Verantwortung.
- Die Streetworker der Jugendhilfe Essen unterstützen die Jugendlichen und vermitteln bei Konflikten mit Anwohnern.
- Einbinden der Sportvereine in das Programm zu den zwölf Themenfeldern der Grünen Hauptstadt Europas – Essen 2017.

PROJEKTBETEILIGTE

Initiative Essener Chancen, Fußballverein Rot-Weiss Essen, Fachbereich Grün und Gruga, Sponsoren, prominente Fußballer

ZIELGRUPPEN

Kinder und Jugendliche

TERMINE / LAUFZEIT

Im Jahr 2017 wurden vier Bolzplätze mit jeweils einer Veranstaltung bespielt.

PROJEKTBESCHREIBUNG

Einfach rausgehen und im Freien mit Freunden kicken. Dafür stehen die Bolzplätze. Die Grüne Hauptstadt hauchte vier ausgesuchten Bolzplätzen im Stadtgebiet wieder neues Leben ein. Die Bolzplatz-Paten sind Essener Fußball-Legenden, Streetworker der Jugendhilfe und vor allem Jugendliche, die langfristig Verantwortung für ihren „Bolzer“ übernehmen.

In den verschiedenen Stadtbezirken wurden Bolzplätze identifiziert, aufgewertet und mit Bänken versehen. Hier können die Essener Kids jetzt ungestört an der frischen Luft kicken.

Auf allen vier Anlagen wurde ein Jugendturnier ausgespielt. Die stolzen Sieger der verschiedenen Plätze trugen das große Finale im Rahmen eines RWE-Heimspiels im Stadion Essen aus.

HINTERGRUND

Durch Konflikte mit Anwohnern wurden Bolzplätze in verschiedenen Stadtteilen für Jugendliche zu Tabuzonen. Die Bolzplätze konnten durch das Projekt in neuem Glanz und öffentlichkeitswirksam präsentiert werden. Die wichtigen Themen des Sports als Gesundheitsfaktor, der Bolzplätze als Nachwuchsförderung für den Sport und die Aufwertung im öffentlichen Raum konnten damit verknüpft werden.

PROJEKTMANAGEMENT

Jugendhilfe Essen, Unterstützung durch die Stadt Essen und Sportvereine

SKALIERUNG

Die Anzahl der Bolzplätze ist je nach Größe der Stadt und der zur Verfügung stehenden Plätze variabel. Das Projekt kann auch jährlich oder nach Kapazität wiederholt oder auf andere Sportanlagen und Sportarten übertragen werden.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

- Event zur Eröffnung der jeweiligen Plätze.
- Paten als Testimonial und Vorbild.
- Unterstützung der Pressearbeit durch die Stadt Essen.

TIPPS

- Eröffnungsfeiern jeweils kurz vor den Ferien veranstalten, sodass die Anlage direkt in der Woche danach von den Kindern und Jugendlichen bespielt werden kann.
- Durch prominente Paten wird das Projekt medienwirksam und für Sponsoren attraktiv.

KOSTEN

20.000 Euro für bauliche Maßnahmen, Bänke und die vier Eröffnungsveranstaltungen

Weitere Informationen:
www.bolzplatzpaten.de

Fotos: Jochen Tack

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

DISKUSSIONSRUNDEN KREUZESKIRCHE

STICHWORTE

Diskussion / Partizipation

PROJEKTZIEL

- Inhalt der Diskussionen sollte die fachliche Auseinandersetzung über die Themen, Ziele und Anliegen der Grünen Hauptstadt sein.
- Das Format sollte Bürgerinnen und Bürger der Stadt Essen ansprechen und zum Mitreden anregen.
- Die Diskussionsinhalte sollten Strahlkraft über die Stadtgrenzen hinaus haben.
- Der Diskurs sollte anregen und dazu motivieren, sich nachhaltigem Denken und Handeln zu widmen.

PROJEKTBETEILIGTE

Ausgewählte Experten aus Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur, Geschichte und Stadtentwicklung

ZIELGRUPPEN

Politik, Verwaltung, Experten, Bürgerinnen und Bürger

TERMINE / LAUFZEIT

Fünf Abendveranstaltungen wurden im Jahr der Grünen Hauptstadt Europas zu den Themengruppen durchgeführt. Zum Abschluss fand noch eine zurückblickende Themenrunde im Januar 2018 statt.

PROJEKTBESCHREIBUNG

Die fünf Themenfelder der Grünen Hauptstadt – Mein Grün, Meine Wege, Meine Flüsse, Mein Einkauf und Meine Zukunft – wurden in übergreifenden Diskussionsrunden in der Kreuzeskirche thematisiert. Denn die Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017 war ein Laborraum, ein grüner Motor für gesellschaftliche Entwicklungen auch über die Stadtgrenzen hinaus. Deshalb diskutierten Experten die zukunftsweisenden Fragestellungen – mit der europäischen Dimension im Hintergrund. Auch Initiativen sowie Bürgerinnen und Bürger bereicherten die insgesamt sechs Diskussionsabende in der Kirche.

Der „aus Funk und Fernsehen bekannte“ Meteorologe Sven Plöger moderierte alle Veranstaltungen in der Kreuzeskirche. Die Veranstaltungen wurden mit musikalischen Beiträgen aufgelockert und am Ende der jeweiligen Abende fassten Poetry-Slammer – Sebastian 23 oder Jason Bartsch – die Diskussionen zusammen.

HINTERGRUND

Die Kreuzeskirche ist eine Kirche – aber in ihrer Art einzigartig. Denn neben der Nutzung durch die evangelische Gemeinde finden hier Events und Veranstaltungen unterschiedlichster Art statt. Nebenan war die zentrale Anlaufstelle der Grünen Hauptstadt zu finden, der Freiraum Weberplatz mit vielen Angeboten.

PROJEKTMANAGEMENT

Ein/-e Projektmanager/-in (ca. vier Arbeitstage pro Veranstaltung)

SKALIERUNG

Die Veranstaltungsart ist je nach Veranstaltungsort und Budget neu zu entwickeln. Die Anzahl der Veranstaltungen, die Auswahl der Experten, der Umfang des Rahmenprogramms, Catering und die Größe des Veranstaltungsraumes sowie auch die Begleitung durch Medienpartner und eigene Kommunikationskanäle sind variabel.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

Digitale Einladungen für einen ausgewählten Einladungskreis.
Klassische Pressearbeit sowie Begleitung durch Social Media.

TIPPS

- Medien zur Berichterstattung als Partner gewinnen.
- Der Veranstaltungsort sollte attraktiv und gut erreichbar sein.
- Aktuelle und relevante Themen können aufgegriffen werden.
- Die Veranstaltung sollte mehrfach oder regelmäßig stattfinden, damit sich das Format herumspricht und etabliert.

KOSTEN

Je nach Honorarkosten der Künstler und Gäste 7.000 bis 15.000 Euro je Veranstaltung inklusive Catering und Projektmanagement

Fotos: Jochen Tack, Frank Vinken

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

NACHHALTIGE STAUDENPFLANZUNGEN

STICHWORTE

Stadtraum / Stauden / Blumen / Stadtbild / Insekten / Biodiversität

PROJEKTZIEL

Neben der Förderung von Biodiversität bringen die Staudenpflanzungen für die Bürgerinnen und Bürger der Stadt einen Zugewinn an Naturerlebnis, an lebendiger Vielfalt in Essen und eine sichtbare und mehrjährige Verschönerung des Stadtbildes. Die Staudenarten sind nach derzeitigem Wissensstand fördernd für Insekten und in ihrer Blüte auf den Jahresablauf abgestimmt. Mit wenig Pflege wird ein mehrjähriges Blühereignis erreicht.

Die Orte der Pflanzungen sind in einer städtebaulichen Planung festgelegt worden, deren Ziel es ist, Besucherinnen und Besuchern sowie den Essener Bürgerinnen und Bürgern schon auf den Zufahrtsstraßen zur Innenstadt und auch im Innenstadtbereich ein neues Bild von Straßenbegleitgrün zu vermitteln.

Die Pflanzungen boten auch einen Anlass, das Thema der Biodiversität und des Insektensterbens zu vermitteln.

PROJEKTBETEILIGTE

Fachbereich Grün und Gruga

ZIELGRUPPEN

Bevölkerung und Besucher

TERMINE / LAUFZEIT

Mehrjährig

PROJEKTBESCHREIBUNG

Mehr als 8.000 Quadratmeter Rasenfläche der Hauptverkehrsadern der Stadt konnten mit über 50.000 Pflanzen in Staudenbeete umgewandelt werden, die mit verschiedenen Tulpen-, Narzissen- und Krokussorten ergänzt wurden.

Die Staudenpflanzungen wurden konzipiert als wichtiger Baustein eines grünen Netzwerks, das sich über den Gesamtraum der Stadt spannt. Die thematischen Pflanzungen haben einen hohen Wiedererkennungswert und bilden ein nachhaltiges Zeichen mit Ausstrahlungseffekt.

HINTERGRUND

Oft fehlt es an Geld, um Blühprojekte in der Stadt umzusetzen. Im Rahmen der Grünen Hauptstadt wurde ein Pflanzkonzept mit städtebaulichem Hintergrund entwickelt, das sich in kurzer Zeit (im Vorlauf des Projektjahres und im Projektjahr) entfalten konnte.

PROJEKTMANAGEMENT

Fachbereich Grün und Gruga

SKALIERUNG

- Anzahl der Orte für die Pflanzungen.
- Auswahl der Blumen und Stauden.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

Mit den Pflanzungen konnten neue Bilder der Stadt entstehen. Die Beete waren ein sichtbares Zeichen des Jahres der Grünen Hauptstadt Europas und darüber hinaus. Über die Pflanzungen wurde auch schon in der Bauphase mit Hinweisschildern informiert.

TIPPS

- Städtebaulich relevante Orte wie Haupteinfallsstraßen, Plätze und Kreisverkehre auswählen.
- Die Pflanzungen entwickeln sich erst im Laufe der Saison und müssen auch teilweise nachgepflanzt werden, da zum Teil Vögel oder Pflanzenliebhaber die Stauden wieder aus den Beeten entfernen.

KOSTEN

Circa 500.000 Euro für 50.000 Pflanzen auf 8.000 m² Fläche, inklusive der Pflege und Nachpflanzungen in der ersten und zweiten Saison

Fotos: Jochen Tack, Frank Vinken

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

PARADIESE UND UTOPIEN

STICHWORTE

Park / Upcycling / Recycling / Fest / Mitmachen

PROJEKTZIEL

- Upcycling erlebbar machen.
- Spaß an grünen Themen vermitteln und zum Mitmachen anregen.
- Nutzung einer öffentlichen Parkanlage.

PROJEKTBETEILIGTE

Künstler, Universität, Produzenten Upcycling/Recycling, Kulturamt

ZIELGRUPPEN

Bevölkerung, Familien

TERMINE / LAUFZEIT

Zwei Tage im Sommer.
Ein Veranstaltungsformat, das jährlich wiederholt werden kann.

PROJEKTBESCHREIBUNG

Rund 10.000 Essenerinnen und Essener vergnügten sich an zwei Tagen im Juli beim Familien- und Upcycling-fest „Paradiese & Utopien“ im Essener Stadtgarten. Ob bei der Herstellung von Liegestühlen aus alten Bannern, von Turnbeuteln aus alten Jeans, von Treibhäusern aus PET-Flaschen oder bei Mitmach-Yoga und Silent Disco: Jung und Alt – sie zeigten sich begeistert von der vielfältigen Auswahl der grünen Projekte und Aktionen. Verschiedene Bands sorgten zudem für beste Stimmung, während beim Science Slam und beim ökumenischen Picknick-Gottesdienst auch aktuelle grüne Themen angesprochen wurden und zum Nachdenken anregten. Es war ein Fest für alle, mit kleinen Paradiesen und Utopiewelten zum Mitmachen und Erkunden.

HINTERGRUND

Fest der Grünen Hauptstadt zum Jahresmotto der Kulturschaffenden 2017 „Schöne Aussichten – Paradiese und Utopien“.

PROJEKTMANAGEMENT

Künstlerische Leitung und Veranstaltungsmanagement aus dem Projektbüro

SKALIERUNG

Die Veranstaltung ist hinsichtlich der Größe des Veranstaltungsgebietes, des Veranstaltungszeitraums und der Anzahl an Programmpunkten variabel. Auch die Präsentationen (Bühne, Marktstände etc.) sind für den Veranstaltungsort passend zu planen.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

- Die übergeordnete Kommunikationsarbeit (Projektmanagement Stadt/Projektbüro) sorgt für ein wiedererkennbares Erscheinungsbild (Key Visual) und übergeordnete Werbemaßnahmen, wie zum Beispiel Außenwerbung, Social Media Targeting, Anzeigen in Magazinen/Tageszeitungen, Bespielung der Kommunikationskanäle der Stadt/des Projektbüros.
- Werbematerialien wie Flyer und Poster wurden durch die Projektkoordination erstellt und verteilt.
- Eine übergeordnete Pressearbeit sorgte für das Bekanntwerden des Projektes und des Programms.
- Alle Partner/Beteiligten nutzten ihre eigenen Kommunikationskanäle.

TIPPS

- Einbeziehung von lokalen Partnern und Produzenten.
- Gastronomisches Angebot zum Beispiel mit Food Trucks.
- Auswahl eines offenen und zentralen Veranstaltungsgeländes wie eines Stadtparks.
- Verknüpfung mit anderen Projekten wie „Gemeinschaftsgärten“, „Volunteers“, „säen, ernten, Essen“.

KOSTEN

- 300.000 Euro einmalige Veranstaltungskosten inklusive Projektmanagement und künstlerische wie auch technische Leitung.
- Circa 10.000 Euro Marketing- und Mediabudget, zzgl. Sponsorenleistungen.

Fotos: Jochen Tack, Frank Vinken, Sascha Kreklau

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

SÄEN, ERNTEN, ESSEN

STICHWORTE

Ernährung / Stadtraum / Gärtnern / Gemeinschaft / Nachbarschaft / Radtouren / Landwirtschaft

PROJEKTZIEL

- Vernetzung und Bekanntmachen von Kleingartenanlagen, Gemeinschaftsgärten und lokalen Lebensmittel-Produzenten.
- Motivation zum Gärtnern.
- Bewusstsein/Sensibilisierung für (lokale, saisonale) Lebensmittel/Pflanzen/Grün.
- Spaß am Erkunden der grünen Stadt.
- Anreize zum Radfahren geben.

PROJEKTBETEILIGTE

- Klein- und Gemeinschaftsgärten sowie Landwirtschaftsbetriebe und Direktvermarkter (als Veranstalter).
- Gästeführer, ADFC, Volunteers, Initiativen und Vereine.

ZIELGRUPPEN

Nachbarschaft, Hobbygärtner, Familien, Radfahrer, Stadtinteressierte, Aktive, ökologisch Interessierte, ernährungs- und umweltbewusste Städter

TERMINE / LAUFZEIT

Analog zum Titel gab es drei Veranstaltungen, das heißt jeweils ein Tag im Frühjahr, Sommer und Herbst.

PROJEKTBESCHREIBUNG

Unter dem Motto „säen, ernten, Essen“ machte die Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017 auf lokal produzierte Lebensmittel aufmerksam. Dazu öffneten Kleingartenanlagen und Gemeinschaftsgärten, Landwirtschaftsbetriebe, Hofläden und andere in Essen beheimatete Produzenten und Gärten an drei Tagen im Frühjahr, Sommer und Herbst ihre Tore und boten vielfältige Aktionen an. Diese reichten von interessanten Einblicken in die Welt der Bienen über Pflückgärten bis zur Schnippeldisko auf dem Bauernhof. Die Orte, die sich an dem Programm beteiligten, waren durch Fahrradrouten miteinander verbunden. Tourguides der kostenlosen Entdeckungsfahrten waren geschulte Volunteers und ADFC-Mitglieder. Natürlich konnten alle Interessierten die Strecken auch auf eigene Faust mit dem Fahrrad erkunden.

Klein- und Gemeinschaftsgärten sowie Landwirtschaftsbetriebe und Direktvermarkter präsentierten sich und ihre Produkte und boten kreative Aktionen, Spiele, Erlebnisse zum Gärtnern, Säen, Ernten, Kochen und Essen.

HINTERGRUND

In Essen gibt es zahlreiche Klein- und Gemeinschaftsgärten, die im privaten Rahmen Flächen in der Stadt nutzen, um Lebensmittel anzubauen und zu gärtnern. Diese artenreichen Grünflächen verbessern das Stadtklima und dienen den Anwohnern als Ort der Erholung und Kommunikation. Es sind fast 9.000 Essener Bürgerinnen und Bürger aus über 40 Nationen seit vielen Generationen in Kleingartenvereinen aktiv. Neu hinzugekommen sind in den letzten Jahren 17 Gemeinschaftsgärten: Dort treffen sich Menschen mit unterschiedlichen sozialen und kulturellen Hintergründen zum Gärtnern, tauschen ihr Wissen aus und bauen Obst und Gemüse zum allgemeinen Nutzen an.

Neben den Hobby-Gärtnern ist auch die Landwirtschaft in der Stadt breit aufgestellt: Die 70 ansässigen Betriebe in Essen bewirtschaften eine Fläche von insgesamt 3.000 Hektar. Die meisten Erzeugnisse können direkt bei den Landwirten gekauft werden.

PROJEKTMANAGEMENT

Ein/-e Projektmanager/-in in Teilzeit.
Die Stadt Essen sorgte mit dem Projektbüro für die übergeordnete Veranstaltungskoordination: Auswahl der Orte, Festlegung der Veranstaltungsdaten und -zeiten, Kommunikation mit den Veranstaltern, Unterstützung bei der Programmgestaltung, Tipps zur Besucherlenkung, übergeordnete Presse- und Marketingaktivitäten, Einsatz und Briefing von Volunteers, Kennzeichnung der Orte, Erstellung und Beschreibung der Radtouren (geführte und individuelle), Redaktion, Netzwerkarbeit.

SKALIERUNG

In Essen gab es drei Veranstaltungen im Frühjahr, Sommer und Herbst. Denkbar ist auch nur eine Veranstaltung im Jahr.

Zu jeder Veranstaltung gab es fünf unterschiedliche Fahrradrouten zwischen acht und 21 Kilometern Länge. Diese konnten individuell mit dem Rad oder als geführte Tour erkundet werden. Die Anzahl der Routen, wie auch die Anzahl der Touren, ist abhängig von den beteiligten Veranstaltern bzw. den Fahrrad-Gästeführern und kann beliebig skaliert werden.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

- Die übergeordnete Kommunikationsarbeit (Projektmanagement Stadt/Projektbüro) sorgt für ein wiedererkennbares Erscheinungsbild (Key Visual) und übergeordnete Werbemaßnahmen, wie zum Beispiel Außenwerbung, Social Media Targeting, Anzeigen in Magazinen/Tageszeitungen, Bespielung der Kommunikationskanäle der Stadt/des Projektbüros.
- Es wurde eine Übersichtskarte mit den Radrouten erstellt.
- Werbematerialien wurden durch das Projektbüro zentral erstellt und verteilt sowie den teilnehmenden Orten zur Verfügung gestellt. Auch ein Branding der Orte (Beachflags, Hocker, Plakate) wurde zentral koordiniert.
- Eine übergeordnete Pressearbeit sorgte für das Bekanntwerden des Projektes und des Programms.
- Alle Partner/Beteiligten nutzten ihre eigenen Kommunikationskanäle.

TIPPS

- Den an diesem Projekt beteiligten Orten ist die Rolle als Veranstalter zum größten Teil neu. Daher braucht es Unterstützung durch die Projektkoordination (Stadt/Projektbüro).
- Die Auswahl der Veranstaltungsorte wird kuratiert.
- Die Teilnahme als Veranstalter und als Besucher an dem Projekt/Programm ist kostenlos.
- Flyer mit Kartenmaterial (Print, Web, Social Media, Presse) hilft, über das Programm und die Lage/Verbindung der Orte einen Überblick zu bekommen.
- Pressevertreter freuen sich über eine Vorab-Erkundungstour.
- Geführte Radtouren sollten nicht zu lang sein und möglichst flexibel starten können.
- Streckenvorschläge als Rundtouren ermöglichen einen individuellen Ein- und Ausstieg.
- Verknüpfung mit anderen Projekten wie „Freiraum Weberplatz“, „Gemeinschaftsgärten“, „Volunteers“, „Tag der guten Lebensmittel“.

KOSTEN

- Ein/-e Projektmanager/-in in Teilzeit.
- Circa 5.000 Euro für die Erstellung der Radtouren und der Radkarte pro Veranstaltung.
- Circa 20.000 Euro Marketing- und Mediabudget pro Veranstaltung, zzgl. Sponsorenleistungen.

Fotos: Sascha Kreklau, Frank Vinken

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

SAUBERZAUBER

STICHWORTE

Stadtraum / Sauberkeit / Engagement / Partizipation / Müll

PROJEKTZIEL

Gemeinsam mit möglichst vielen Essenerinnen und Essenern den Müll im öffentlichen Raum beseitigen und so die Stadt mit ihren Parks, Wäldern, Spielplätzen und Gewässern sauber zu zaubern, ist der jährliche Erfolg dieses Projektes. Dabei wird eine positive Aufmerksamkeit auf die Themen Müll und Entsorgung gelenkt und das Verantwortungsgefühl der Bürgerinnen und Bürger für die eigene Stadt gefördert.

PROJEKTBETEILIGTE

Stadt Essen, Ehrenamt Agentur Essen e. V., Entsorgungsbetriebe Essen GmbH, Sponsoren, Institutionen, Initiativen und Vereine, Kitas und Schulen

ZIELGRUPPEN

Bevölkerung / Öffentlichkeit

TERMINE / LAUFZEIT

Jährlich eine Aktion

PROJEKTBESCHREIBUNG

Das Grüne-Hauptstadt-Jahr schaffte auch hier Rekorde: So nahmen am „SauberZauber“ mehr Menschen als je zuvor teil. Mit 17.000 Beteiligten wurde ein neuer Rekord erreicht. 4.000 Freiwillige mehr als im Jahr 2016 griffen in den Stadtteilen zu Zange und Müllsack, um ihr Essen ein wenig lebens- und liebenswerter zu machen. Jeder konnte sich beteiligen und allein oder als Team zum Beispiel eine Wiese, einen Parkplatz oder einen Bolzplatz säubern. Ein Tauchverein hat sich sogar den Baldeneysee vorgenommen, medienwirksam skurrilen Müll vom Grund ans Ufer geschafft und damit die neue Badestelle an der Ruhr sicher hergerichtet.

HINTERGRUND

Der „SauberZauber“ ist Essens seit vielen Jahren bestehende stadtweite Aufräumaktion, an der traditionell auch Politiker und der Oberbürgermeister tatkräftig mitwirken. Das Problem von illegal im Stadtgebiet abgelagertem Müll ist damit für einen Tag im Fokus der Aufmerksamkeit. Unter Einbeziehung von Politik, Vereinen, Schulen und Kindergärten wird eine große Zielgruppe mit dem Thema positiv erreicht.

PROJEKTMANAGEMENT

Stadt Essen, Ehrenamtsagentur und Entsorgungsbetriebe Essen

SKALIERUNG

Das Projekt wird in Essen einmal pro Jahr durchgeführt. Werbemaßnahmen und direkte Ansprache auch von Schulen, Kitas, Unternehmen, Vereinen etc. können die Anzahl der Teilnehmenden und damit den Erfolg des Projektes erhöhen.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

- Offizielle Aktions-Flyer und -Plakate zur Bewerbung.
- Öffentlichkeitsarbeit, Pressetermine, Berichterstattung vor Ort.

TIPPS

- Zentrale Organisation und Anmeldestelle.
- Handschuhe, Müllsäcke und Zangen werden zur Verfügung gestellt.
- Kostenlose Nutzung des ÖPNV für die Sammelteams.
- Kennzeichnung der Sammler mit Buttons oder Westen.

KOSTEN

Circa 10.000 Euro Zuschuss für die Ausstattung und andere Kosten im Jahr 2017 durch das Projektbüro Grüne Hauptstadt

Fotos: Dana Wegberg, Zeitlupe GmbH

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

ESSEN 2017 GRÜNE HAUPTSTADT EUROPAS

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

SPRÜCHE FÜR MÜLLEIMER

STICHWORTE

Sauberkeit / Müll / Bürgerbeteiligung / Stadtraum / Kommunikation

PROJEKTZIEL

Sensibilisierung für mehr Sauberkeit in der Stadt, Aufmerksamkeit für die Mülleimer steigern, Bürger beteiligen

PROJEKTBETEILIGTE

Entsorgungsbetriebe Essen GmbH und Essener Verkehrs AG (heute Ruhrbahn)

ZIELGRUPPEN

Bevölkerung

TERMINE / LAUFZEIT

Ganzjährig

PROJEKTBESCHREIBUNG

Papierkörbe helfen, die Stadt sauber zu halten. Damit diese stillen Helferlein in Essen noch stärker genutzt werden, wurden im Jahr 2017 rund 3.000 Papierkörbe der Entsorgungsbetriebe Essen GmbH (EBE) und der Essener Verkehrs AG (EVAG) (heute Ruhrbahn) sowie 27 große Mülltonnen in neun Essener Parks mit pfiffigen Aussagen beklebt. Diese Sprüche entstanden bei einem Bürgerwettbewerb, zu dem die Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017 und die EBE aufriefen. Bürgerinnen und Bürger schickten daraufhin insgesamt über 400 Vorschläge ein. Eine Jury wählte die besten acht Sprüche aus:

- Wat wech is is wech
- Dat kannste inne Tonne kloppen
- Bin für jeden Dreck zu haben
- Ihre Papiere bitte
- Ich fühle mich so leer
- Dein Coffee-to-go ist mir nicht Latte
- Mülltitalent
- Schluckspecht

HINTERGRUND

Müll bzw. Sauberkeit im Stadtbild und in den Parks ist ein wichtiges und immer wiederkehrendes Thema der Stadt. In Kooperation mit den Essener Entsorgungsbetrieben wurde dieses Projekt entwickelt, um „Müllentsorgung“ mit Humor zu vermitteln.

PROJEKTMANAGEMENT

- Aufruf und Koordination des Bürgerwettbewerbs durch das Projektbüro.
- Beklebung und Umsetzung durch die EBE.

SKALIERUNG

Das Projekt war ein großer Erfolg und wird nun in Eigenregie von der EBE zusammen mit dem Presseamt der Stadt Essen weitergeführt. Die Anzahl der Papierkörbe und Mülltonnen ist variabel, auch können die Sprüche bei Bedarf neu überklebt werden. Eine Erweiterung auf Container, Müllwagen etc. als Kommunikationskampagne der Entsorgungsbetriebe ist denkbar.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

- Abgestimmte Pressearbeit zum Aufruf der Bürgerbeteiligung über alle Kommunikationskanäle und zur Verbreitung der Ergebnisse.
- Layout der Aufkleber im Design und mit dem Logo der Grünen Hauptstadt.

TIPPS

- Die Aktion ist kostengünstig und hat eine hohe Öffentlichkeitswirkung.
- Die Sprüche können einfach gewechselt werden, das ermöglicht es, auch Mülleimer herzurichten, die beschmiert oder beklebt wurden. Es kann damit ein positives Image für die Müllentsorgung erzeugt werden.

KOSTEN

5.000 Euro für Design, Druckkosten und Montage der Aufkleber

Fotos: Sascha Kreklau

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

TAG DER GUTEN LEBENSMITTEL

STICHWORTE

Ernährung / Lokale Produktion / Umweltgifte

PROJEKTZIEL

Ein Markt und Aktionstag sollte eine Präsentationsplattform für gute Lebensmittel und Ernährung bieten, für regionale und saisonale Lebensmittel sensibilisieren sowie Aktionen und Akteure aus Produktion, Verarbeitung und Handel bekannt machen.

Mögliche Alternativen zum aktuellen Konsumverhalten und Lebensstil sollten auf unterhaltsame Weise entdeckt werden.

PROJEKTBETEILIGTE

Slow Food, Transition Town, Händler und Landwirte, Initiativen und Vereine

ZIELGRUPPEN

Händler, Fachpublikum, interessierte Besucherinnen und Besucher

TERMINE / LAUFZEIT

Tagesveranstaltung. Aufgrund des großen Erfolges wurde diese Veranstaltung im Jahr 2018 wiederholt.

PROJEKTBESCHREIBUNG

Wo gibt es regionale Lebensmittel zu kaufen? Mit welchen Problemen kämpfen unsere Landwirte? Und was bedeutet eigentlich Slow Food? Am Tag der guten Lebensmittel ging es um regionale und saisonale Lebensmittel und die Beantwortung genau dieser Fragen. An rund 30 Marktständen auf dem Weberplatz wurden den Besucherinnen und Besuchern Produkte zum Kauf und zum Probieren angeboten. Es gab Vorträge, Diskussionsrunden, Filmvorführungen und Workshops, begleitet von einem kulinarischen und musikalischen Programm.

Das kulinarische Angebot reichte von Obst, Gemüse, Gebäck, Fleisch- und Wurstwaren über Gewürze und Kräuter bis hin zu Süßwaren und Honig aus der Region. Interessierte konnten sich zudem an den Marktständen über die Herstellung der jeweiligen Produkte informieren. Wer Wert auf faire Herstellung, saubere Produktion und hohe Lebensmittelqualität legt, der hatte vor Ort zudem die Gelegenheit, einen Blick in den Online-Einkaufsführer von „Gute Lebensmittel im Revier“ zu werfen. Transition Town nutzte den Festivaltag auch, um die Neuauflage des Lebensmittelführers „Gutes Essen in Essen“ vorzustellen.

HINTERGRUND

Die 70 ansässigen Landwirtschafts-Betriebe in Essen bewirtschaften eine Fläche von insgesamt 3.000 Hektar. Zahlreiche Bio- und Hofläden bieten in Essen regionale und saisonale Lebensmittel an. Darüber hinaus gibt es viele Geschäfte, die auf nachhaltig produzierte und fair gehandelte Produkte in ihrem Sortiment achten. Mit 9.000 Kleingärtnern, 17 Gemeinschaftsgärten und 14 Hofläden hat die Stadt Essen eine gewachsene Tradition beim urbanen Gärtnern.

PROJEKTMANAGEMENT

Ein/-e Projektmanager/-in in Teilzeit

SKALIERUNG

Die Größe der Veranstaltung ist mit der Anzahl der Partner und dem Rahmenprogramm variabel. Denkbar sind auch mehrere kleinere Veranstaltungen an unterschiedlichen Orten (zum Beispiel Marktflächen) der Stadt.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

- Die übergeordnete Kommunikationsarbeit (Projektmanagement Stadt/Projektbüro) sorgt für ein wiedererkennbares Erscheinungsbild (Key Visual) und übergeordnete Werbemaßnahmen, wie zum Beispiel Außenwerbung, Social Media Targeting, Anzeigen in Magazinen/Tageszeitungen, Bespielung der Kommunikationskanäle der Stadt/des Projektbüros.
- Werbematerialien wie Flyer und Poster wurden durch die Projektkoordination erstellt und verteilt.
- Eine übergeordnete Pressearbeit sorgte für das Bekanntwerden des Projektes und des Programms.
- Alle Partner/Beteiligten nutzten ihre eigenen Kommunikationskanäle.

TIPPS

- Der Veranstaltungsort sollte zentral liegen und gut erreichbar sein.
- Ein Rahmenprogramm erhöht die Attraktivität.
- Das Projekt ermöglicht eine Vernetzung der Akteure in der Stadt.
- Verknüpfung mit anderen Projekten wie „Freiraum Weberplatz“, „Gemeinschaftsgärten“, „Volunteers“, „säen, ernten, Essen“.

KOSTEN

- 14.000 Euro für die Veranstaltungsorganisation mit Genehmigungen und Materialkosten.
- Circa 15.000 Euro Marketing- und Mediabudget, zzgl. Sponsorenleistungen.

Fotos: Jochen Tack

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

VOLUNTEERS

STICHWORTE

Partizipation / Ehrenamt

PROJEKTZIEL

Durch die Begeisterung und das Engagement von Freiwilligen, die aus Überzeugung dabei sind und sich voll einsetzen, stecken sie andere mit an.

Das Gesicht einer Veranstaltung wird „sympathischer“ und Gäste fühlen sich willkommen.
Das Volunteersprogramm schafft einen Rahmen und eine Gemeinschaft, um sich unkompliziert und nach eigenem Ermessen zu engagieren.

PROJEKTBETEILIGTE

Sponsoren, Ehrenamtsagentur, Volunteersnetzwerk der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010

ZIELGRUPPEN

Bürgerinnen und Bürger der Region.
Die Motivation der Ehrenamtlichen: das Interesse an grünen Themen, der Wunsch, die Heimatstadt nachhaltig und lebenswert mitzugestalten, und das eigene Umweltbewusstsein. So fanden sich beispielsweise Hobbygärtner, Radfahrer und Studierende im Umweltbereich, die praktische Erfahrungen sammeln, Kontakte knüpfen und auch bereits erworbenes Wissen weitergeben wollten.

TERMINE / LAUFZEIT

Ganzjährig.
Das Programm wird fortgeführt.

PROJEKTBESCHREIBUNG

Ansprechpartner, die immer ein offenes Ohr haben und alle Fragen rund um die Grüne Hauptstadt beantworten können – das waren die „Grüne-Hauptstadt-Volunteers“. An touristischen Sehenswürdigkeiten oder bei Veranstaltungen leisteten sie einen wichtigen Beitrag zum Gelingen der Grünen Hauptstadt Europas.
Die Aufgabenbereiche der Freiwilligen lagen vor allem in der Veranstaltungsunterstützung („helping hands“) und dem „Welcome“. Die Volunteers sollten keine bezahlten Kräfte ersetzen, sondern den Veranstaltungen „ein Gesicht“ geben, die Organisation unterstützen und allgemein zur Entlastung der Veranstalter beitragen. Dabei konnten natürlich persönliche Fähigkeiten wie Sprachkenntnisse oder berufliche Fähigkeiten durchaus mit eingebracht werden.

- 158 Volunteers
- Von 18 bis 76 Jahren, vom Schüler bis zum Rentner, vom Arbeiter bis zum Akademiker und von Arm bis Reich, bunt gemischt.
- Es waren 21 Nationalitäten vertreten und nicht nur Essener, sondern Menschen aus 26 Orten rund um Essen und selbst von außerhalb des Ruhrgebiets wollten Teil der Grünen Hauptstadt sein.
- Der Hauptanteil der Volunteers war berufstätig (57 %), der Rest drittelt sich auf in Schüler/Studierende/Auszubildende, Ruheständler und nicht berufstätige Personen.
- Volunteer-Einsätze gesamt: 1.386

Unter den Volunteers sind neue Freundschaften entstanden und nebenbei haben sie die Stadt Essen besser kennengelernt.

HINTERGRUND

Hintergrund war das Konzept der Volunteers aus der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010, das eine fundierte Schulung, Betreuung und die Verwaltung durch eine Datenbank beinhaltete. Dies wurde 2017 neu aufgelegt. Auch über den Verein ruhrVOLUNTEERs e. V., der sich als Folge des RUHR.2010-Volunteerprogramms gegründet hatte, konnten Ehrenamtliche für 2017 gewonnen werden.

PROJEKTMANAGEMENT

Ein/-e Projektmanager/-in zur Koordination und als festen Ansprechpartner in Teilzeit

SKALIERUNG

Das Projekt kann beliebig dem Bedarf und dem Engagement angepasst werden. Kontinuität hilft, das Engagement auch am Leben zu halten.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

- Öffentlichkeitsarbeit und ein Flyer.
- Einfacher Zugang zum Programm und zum Engagement über eine Online-Plattform.

TIPPS

- Nach der Bewerbung werden Interviews und schließlich Schulungen durchgeführt, um die Volunteers auf ihren Einsatz vorzubereiten.
- Ehrenamtliche engagieren sich und setzen sich mit Herzblut ein, solange es ihnen Spaß macht, ihre Erwartungen erfüllt werden und sie mit den Bedingungen vor Ort zufrieden sind. Sie wollen hinter einem Projekt stehen können. Mit einer verbindlichen Volunteer-Vereinbarung können Verhaltensregeln festgelegt werden, aber das Wichtigste ist, dass man die Voraussetzungen für die Zufriedenheit und die Wertschätzung der Volunteers schafft.
- Ein fester Ort als Anlaufstelle und einen Ansprechpartner, um die Gemeinschaft zu pflegen.

KOSTEN

Circa 100.000 Euro für das erste Jahr.

- Ein/-e hauptamtliche/-r Koordinator/-in (Honorarkraft).
- Online-Plattform.
- Alle Ehrenamtlichen wurden versichert.
- Fahrtkosten wurden erstattet und die Verpflegung gestellt.
- Als (Wieder-)Erkennungszeichen, Anreiz und auch zum Zeichen der besonderen Gemeinschaft erhielten alle Volunteers eine funktionale Ausstattung (Jacken, Shirts, Tasche, Kappe und Schirm).

Weitere Informationen:
https://youtu.be/9YfRwqb_gms

Fotos: Jochen Tack, Sascha Kreklau, Sebastian Schlecht, Frank Vinken

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube

PROJEKTSTECKBRIEF

ALS INSPIRATION, ZUM ABGUCKEN UND NACHMACHEN

WILLST DU MIT MIR GEH'N?

STICHWORTE

Senioren / Stadtteil / Spaziergang / Bewegung / Nachbarschaft / Soziale Kontakte / Ehrenamt / Teilhabe

PROJEKTZIEL

- Mehr Bewegung in den Alltag von Senioren integrieren und ihre vielfältigen positiven Auswirkungen nutzen.
- Die Themen der Grünen Hauptstadt vor Ort sichtbar machen.
- Vertrautheit mit dem Stadtteil erhalten bzw. schaffen.
- Soziale Kontakte fördern.
- Mobilisierung von bürgerschaftlichem Engagement „von Senioren für Senioren".

PROJEKTBETEILIGTE

Eine Initiative von dem Seniorenbeirat, dem Seniorenreferat des Amtes für Soziales und Wohnen sowie der Gesundheitskonferenz und deren Mitgliedsorganisationen der Stadt

ZIELGRUPPEN

- Senioren
- Inzwischen werden 34 wöchentliche, kostenlose Spaziergänge von über 120 Spaziergangspatinnen und -paten angeboten.
- An den Spaziergängen nehmen jeweils bis zu 35 ältere Menschen teil.

TERMINE / LAUFZEIT

Ganzjährig, wöchentliche Spaziergänge, je circa eine Stunde

PROJEKTBESCHREIBUNG

Woche für Woche kommen fast tausend spazierfreudige Seniorinnen und Senioren an 34 Treffpunkten zu Rundgängen zusammen. In Begleitung von Spaziergangspatinnen und -paten brechen sie zu einstündigen Rundgängen durch die sehenswerten Essener Stadtteile auf. Im Jahr der Grünen Hauptstadt erkundeten die Paten mit ihren Gruppen vor allem die grünen Orte der Stadt.

HINTERGRUND

- Das Spaziergangsprojekt „Willst du mit mir geh'n?“ besteht in der Stadt Essen seit dem Jahr 2012. Im Jahr der Grünen Hauptstadt wurde es auf 34 Stadtteile ausgeweitet.
- Über 20 % der Essener sind mindestens 65 Jahre alt.
- Viele ältere Menschen sind einsam, bewegen sich zu wenig und verlieren die Verbindung zu ihrem Stadtteil.
- Der Effekt von Alltagsbewegung auf die Gesundheit älterer Menschen wird unterschätzt. Dieses Projekt fördert die Präventionschancen.
- Es gibt viele ältere Menschen, die auch im Alter noch aktiv sein und sich ehrenamtlich engagieren möchten.

PROJEKTMANAGEMENT

Projektkoordination durch das Amt für Soziales und Wohnen – Seniorenreferat.
Es gibt halbjährliche Patentreffen im Rathaus, bei denen sich die Patinnen und Paten austauschen können und das Projekt weiterentwickelt wird.

SKALIERUNG

- Spaziergänge können in Stadtteilen oder auch zu Themen oder an besonderen Orten angeboten werden.
- Gemeinsame Rundgänge zum Beispiel mit benachbarten Einrichtungen wie Kitas oder Schulen bieten sich an.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

2017 wurde eine neue Broschüre gestaltet, die auch die Wege zu Stadtimkern, Gemeinschaftsgärten, Hofläden, Aussichtspunkten, neuen Wasserflächen und vieles mehr zeigt.

Die Werbung im Stadtteil (z. B. mit Postkarten und Plakaten) wird von den Patenteams selbst übernommen. Die Spaziergänge werden u. a. in der lokalen Tageszeitung (WAZ), in den Stadtteilzeitungen und im jährlich vom Seniorenreferat veröffentlichten Programm „Kultur-, Bildungs- und Freizeitangebote“ bekannt gemacht.

TIPPS

- Mit einem Anlass zum ersten Start eines Spaziergangs-Angebotes kann das Projekt klein starten und dann kontinuierlich ausgeweitet werden.
- Institutionen und Vereine mit einbinden.
- Den Oberbürgermeister oder andere bekannte Persönlichkeiten der Stadt zum Spaziergang einladen.

KOSTEN

4.600 Euro Unterstützung des Projektbüros Grüne Hauptstadt für die Erstellung der Broschüre mit den schönsten Spaziergängen

Foto: Lorenz

Ein Jahr Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017
Das Buch „LEBE DEIN GRÜNES WUNDER“ dokumentiert das komplette Grüne-Hauptstadt-Jahr und liefert interessante Hintergrundinformationen ausgewählter Autoren.
272 Seiten deutsch/englisch, Klartext Verlag, 24,95 Euro.
Herausgeber: Stadt Essen
Redaktion: Melanie Kemner, Markus Pließnig, Sebastian Schlecht

Dieses Buch und viele weitere Informationen gibt es auch online:
www.essen.de/ghe2017

Alle Videos auf dem Kanal „Heimatgrün TV“ auf YouTube