

Aktionswoche "Wiesbaden Engagiert!"

Ihre Projektidee für Projektbörse und Online-Börse beschreiben

Wenn Sie die folgenden Hinweise beachten, sind Sie auf dem besten Weg zu passenden Unternehmenspartnern. Die Projektbörse ist der erfolgversprechendste Weg zu passenden Unterstützer*innen.

1. Verantwortliche*r

- Kontakt/Ansprechpartner: Wer hat auf Ihrer Seite für das Projekt "den Hut auf"?
- Sinnvoll sind mindestens 2 Personen

2. Der Titel des Projekts

- Geben Sie dem Projekt einen griffigen Titel, der neugierig macht - z.B. "Wir packen an im Treppenhaus" – ist attraktiver als "Renovierungsaktion"
- Der Titel sollte freundlich und nicht zu lang sein.

3. Die Projektidee beschreiben

- Was ist der Anlass bzw. das "Problem", das gelöst werden soll?
- Was ist das Ziel des Projekts was soll gemeinsam erreicht werden?
- Was können Sie als gemeinnütziger Partner beitragen? (Bestehende Partner, Know-how, selbst mit anpacken, finanzielle Ressourcen)
- Was ist an Ihrer Projektidee attraktiv für potenzielle Unterstützer*innen?
- Wie können die Zielgruppe bzw. Menschen aus der Einrichtung an dem Projekt beteiligt werden? Bitte beachten Sie: Begegnung und gemeinsame Arbeit bieten stets einen besonderen Mehrwert für die Beteiligten. Und es ist auch für Ihre Helfer*innen schön zu erleben, für wen sie sich einsetzen.

Zeigen Sie Ihre Projektbeschreibung vorab einem Außenstehenden: Wird deutlich genug, worum es in Ihrem Projekt gehen soll? Ist die Beschreibung des Bedarfs nachvollziehbar und bekommt man Lust, mitzumachen?

4. Welche Unterstützung wird gesucht?

Der Weg zur Umsetzung des Vorhabens kann bereits vorab konkret feststehen, muss aber nicht: Oft haben die Unternehmen selbst kreative Ideen und Vorschläge, wie das gemeinsame Ziel erreicht werden kann, und können bei Bedarf weitere Partner an Bord holen.

- Haben Sie schon konkrete Ideen für die Umsetzung?
- Welche Unterstützung wird genau benötigt? Welche Aufgaben werden anfallen?
- Wie viele Helfer*innen aus Unternehmen können sich engagieren?

- Wird vonseiten der Unterstützer*innen besonderes Know-how benötigt? (Wenn Sie ausschließlich Fachleute suchen, ist es schwieriger, für Ihr Vorhaben passende Partner zu finden.)
- Wird außer reiner "Man"-Power noch weiteres benötigt? (z.B. Beratung, Material, Werkzeug…)
- Mindestens ein Bild wird benötigt, um das Projekt zu präsentieren. Ein Foto, z.B. vom Einsatzort oder der Zielgruppe, hilft zu erfassen, worum es geht.
- Falls das Projekt nur mit finanzieller Unterstützung umsetzbar ist (was nicht ideal ist), dann kommunizieren Sie bitte auch diesen Bedarf von vornherein.

5. Termin & Zeitplan

- Wann kann Ihr Projekt stattfinden? Je flexibler Sie mit Ihrer Zeitplanung sind, desto besser können Sie auf potenzielle Partnerunternehmen eingehen.
- Ein Termin innerhalb der Aktionswoche ist attraktiver als ein Datum vor oder nach der eigentlichen Aktion.
- Erfahrungsgemäß sind Termine unter der Woche für die Unternehmen besser zu realisieren als eine Aktion am Wochenende.
- Ist das Projekt an einem Tag umsetzbar oder sind mehrere Tage nötig?
- Welche Uhrzeit schlagen Sie vor? Sinnvoll ist ein Beginn zwischen 08:00 und 09:00 Uhr und ein Ende zwischen 16:00 und 17:00 Uhr.

6. Ablauf der Aktion

- Eine genaue Planung hilft, dass am Aktionstag alles klappt. Wer macht was wann? Was wird gebraucht?
- Planen Sie einen gemeinsamen Start ein, um alle Helfer*innen über den Tagesplan zu informieren und Aufgaben zu verteilen.
- Nehmen Sie sich Zeit, um den engagierten Mitarbeiter*innen einen Einblick in die Arbeit Ihrer Organisation/Einrichtung zu geben.
- Planen Sie eine gemeinsame Mittagspause und ein Gruppenfoto ein.
- Falls die Arbeiten schneller vorangehen als geplant, sollten Sie Zusatz-Aufgaben in petto haben.
- Ein Abschluss mit Übergabe der Dankeschöntassen an die engagierten Helfer*innen rundet den Tag ab.

