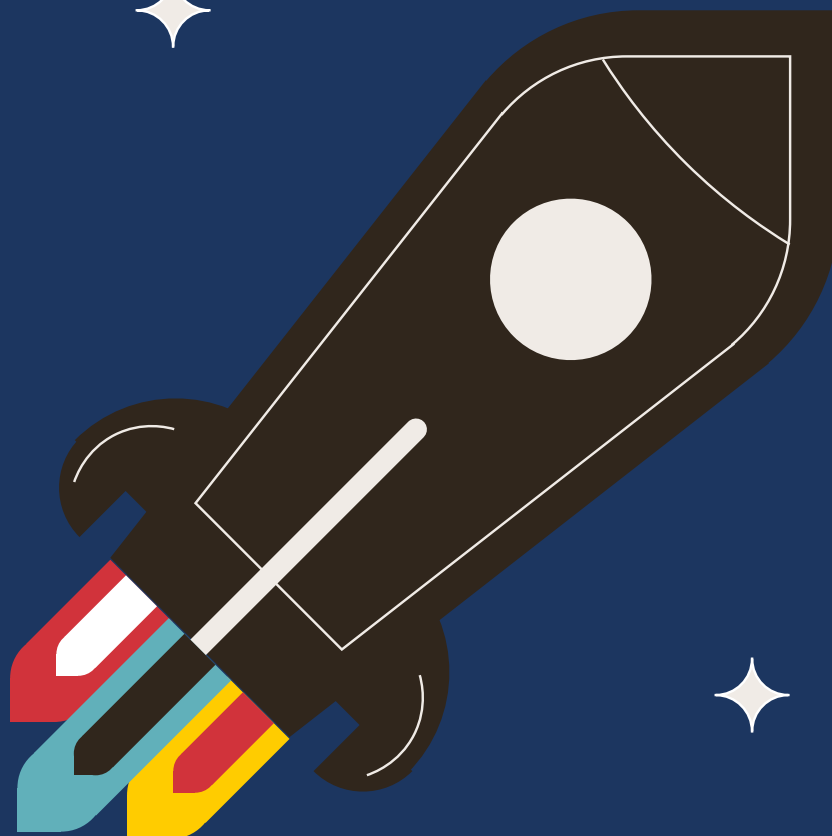




DEUTSCH-  
FRANZÖSISCHER  
BÜRGERFONDS  
FONDS CITOYEN  
FRANCO-ALLEMAND



# ZUKUNFTS PARTNERSCHAFTEN

WORKBOOK

*Heben Sie ab in die Zukunft, mit Ihrer  
Städtepartnerschaft und dem Bürgerfonds!*



Dieses Workbook ist Teil des **Programms „Zukunftspartnerschaften“**, mit dem der Deutsch-Französische Bürgerfonds Städtepartnerschaften dabei begleitet, an ihren Herausforderungen zu wachsen. 2024 fand der erste Programmzyklus mit 6 Webinaren statt, die die Grundlage für dieses Workbook gebildet haben.

Es richtet sich an alle, die ihre Städtepartnerschaft weiterentwickeln möchten, soll Ideen und Denkanstöße liefern und dabei helfen, in die Umsetzung zu kommen.

Zu jedem Thema gibt es einen Input-Teil und einen Praxis-Teil: **Versuchen Sie, das Thema auf Ihre Städtepartnerschaft anzuwenden und konkrete Handlungsschritte für sich festzulegen!**

Noch detaillierter können Sie die verschiedenen Themen mit den Leitfäden der Vereinigung Deutsch-Französischer Gesellschaften für Europa (VDFG) bearbeiten:



<b>EDITO</b>	5
<b>WISSENSMANAGEMENT</b>	6
<b>JUNGE ZIELGRUPPEN ANSPRECHEN</b>	8
<b>AKTIVE MITGLIEDER GEWINNEN</b>	10
<b>KOOPERATIONEN VOR ORT AUSBAUEN</b>	12
<b>ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN PARTNERSCHAFTSVEREIN UND STADTVERWALTUNG VERBESSERN</b>	14
<b>ZUKUNFTSTHEMEN ANGEHEN</b>	16
<b>DIGITALE KOMMUNIKATION UND VERANSTALTUNGEN</b>	18
<b>FÖRDERMÖGLICHKEITEN</b>	20





Deutschland und Frankreich verbindet ein **weltweit einzigartiges Netzwerk** von über 2.300 Städtepartnerschaften. Viele von ihnen sind in der Nachkriegszeit mit dem Ziel der Versöhnung entstanden und werden mit einer langen Tradition gepflegt – aber auch heute noch werden neue Partnerschaften geschlossen, zum Beispiel zwischen Leinsweiler und Noyers (2024) oder zwischen Oldenburg (Holstein) und Blain (2017). Die Herausforderungen für Städtepartnerschaften haben sich im Laufe der Zeit gewandelt, **ihre Bedeutung aber ist gerade heute unverändert groß:**

- Wo Grenzen wieder spürbarer werden, lassen sie **Freundschaften** entstehen.
- Wo nationale Narrative lauter werden, machen sie **Europa** erfahrbar.
- Wo Vorurteile herrschen, stellen sie **Gemeinsamkeiten** in den Mittelpunkt.
- Wo Kommunen vor Herausforderungen stehen, schaffen sie Gelegenheit zum **Austausch**.

Dieser wichtigen Rolle trug auch der **Aachener Vertrag** Rechnung, der am 22. Januar 2019 unterzeichnet wurde und die bilaterale Zusammenarbeit auf allen Ebenen, und auch zwischen der Zivilgesellschaft stärken sollte: „Beide Staaten richten einen gemeinsamen Bürgerfonds ein, der Bürgerinitiativen und Städtepartnerschaften fördern und unterstützen soll, um ihre beiden Völker einander noch näher zu bringen.“

Seit seinem Start im April 2020 kommt der Bürgerfonds dieser Aufgabe nach: Von über **3.000 geförderten Projekten** fanden 60% im Rahmen einer Städtepartnerschaft statt. Doch finanzielle Unterstützung ist nicht alles. Es geht auch darum, Städtepartnerschaften auf ihrem Weg in die Zukunft zu begleiten, Impulse zu geben und Austausch zu ermöglichen.

Das vorliegende Workbook soll dabei eine praktische Hilfe sein. In **6 Kapiteln** bekommen Sie nicht nur Denkanstöße zu Themen wie Mitgliedergewinnung oder Kooperationen, sondern Sie können auch **gleich mit der Umsetzung loslegen!**

Wir wünschen Ihnen viel Freude und Erfolg auf dem Weg zur „Zukunftspartnerschaft“!



**Benjamin Kurc**  
Leiter des Deutsch-  
Französischen Bürgerfonds  
Paris, März 2025





## DIE FAKTENLAGE

Wissensmanagement ist das **Bewahren, Strukturieren und Teilen von Wissen** und Erfahrungen einer Organisation: Beides soll für alle Mitglieder auffindbar sein, sodass sie damit arbeiten und neues Wissen schaffen können.

### Explizites Wissen:

- Kann formuliert, reproduziert, gespeichert werden
- z. B. Kontakte, Handbücher, Anleitungen

### Implizites Wissen:

- Basiert auf Erfahrungen, Kontext, subjektiver Wahrnehmung
- Lässt sich nicht ohne Weiteres ablegen, sondern muss vermittelt werden
- z. B. historisches Vereinswissen

## WIE IST UNSERE AKTUELLE SITUATION?



## WARUM IST DAS WICHTIG?

- **Zeit & Ressourcen sparen**, weil Mitglieder wissen, wo oder bei wem sie die für ihre Aktivitäten notwendigen Informationen finden
- **Produktivität steigern**, weil Mitglieder sich auf ihre Aufgaben konzentrieren und Selbstwirksamkeit erfahren können
- Zugehörigkeitsgefühl stärken, weil sich alle als Teil der Gesamtorganisation verstehen
- **Innovation erleichtern**, denn die Kombination aus vorhandenem Wissen und neuen Ideen führt meist zu einer Weiterentwicklung der Organisation

## WAS IST UNSER ZIEL?



## TIPPS

### Wissensmanagement (ein-)führen

- Situation analysieren und Prioritäten setzen
- Strukturen und Vereinskultur schaffen, in der das Teilen von Wissen gefördert und honoriert wird
- Meetings: Wissensmanagement als fester Agendapunkt; kollaboratives und fortlaufendes Protokoll führen, das für alle jederzeit einsehbar ist
- Checklisten für wiederkehrende Prozesse, z. B. für On-/Offboarding

### Accounts

- Passwortmanager
- Keine individuellen, sondern Organisations-Accounts einrichten, z. B. [accounts@deineorganisation.org](mailto:accounts@deineorganisation.org)

### Dateien

- Gemeinsame Entwicklung einer Struktur für das Dateiablage-system
- Datenablage-Tools: Nextcloud\*, Google Drive, Sharepoint

### Kommunikation

- Kommunikationstools statt Mails: Slack, Teams, Rocket.Chat\*, Trello, Wekan\*
- Kollaborative Plattform mit mehreren Funktionen für Kommunikation und Organisation: WeChange\*

\* Open Source

## WIR LEGEN LOS!



WAS?	WIE?	WER?	WANN?

## WEITERE ANLAUFSTELLEN

Webinarreihe auf Youtube der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt:

- Übergänge im Vorstand gut organisieren
- Wissensmanagement für Vereine
- Prozesse und Methoden im Wissensmanagement
- Tools und Software für effektives Wissensmanagement

## KONTAKT



**mediale pfade e. V.-  
Katrin Hünemörder**  
[katrin.huenemoerder@medialepfade.org](mailto:katrin.huenemoerder@medialepfade.org)  
[medialepfade.org](http://medialepfade.org)



## DIE FAKTENLAGE

- **42 %** der 18- und 30-Jährigen engagieren sich ehrenamtlich: Jetzt müssen sie nur noch für Städtepartnerschaften begeistert werden!
- Am meisten beschäftigen junge Menschen die **Themen** Umwelt, Wirtschaft und Frieden.
- Wenn sich Jugendliche im Verein engagieren, wollen sie dabei **Spaß** haben, **Gemeinschaft** erleben und etwas Sinnvolles für die Gesellschaft tun. Der beste Anstoß für Engagement sind **Familie und Freunde**.
- **Hindernisse** sind fehlende Zeit, zu wenig flexible Möglichkeiten und fehlende Vereinsangebote in der Nähe.

## WIE IST UNSERE AKTUELLE SITUATION?



## WARUM IST DAS WICHTIG?

- Städtepartnerschaften sind oft historisch gewachsen und brauchen Nachwuchs, der sich engagiert oder an Angeboten teilnimmt, um die grenzüberschreitende Verständigung in die **Zukunft** zu tragen.
- Wer junge Menschen im Verein hat, zieht weitere an: Jugendliche wissen am besten, wie man bei **Gleichaltrigen** Interesse wecken kann.
- **Digitalisierung, thematische Weiterentwicklung, neue Kooperationen:** Wenn man sie lässt, können junge Menschen frischen Wind in die Partnerschaftsarbeit bringen und wichtige Kompetenzen beisteuern.

## WAS IST UNSER ZIEL?



## TIPPS

- Passende Angebote:** Nur, wenn jungen Menschen attraktive Angebote gemacht und spannende Themen angesprochen werden, werden sie sich langfristig interessieren.
- Vereinsstrukturen anpassen:** Verantwortung abgeben, Neues ausprobieren lassen, projektbasiertes Engagement ermöglichen, offene Mitgliederkommunikation
- Kommunikation:** Wenn Social-Media-Plattformen nicht regelmäßig bespielt werden können, sollte der Fokus auf einer modernen, gepflegten Website liegen.
- Vernetzung:** Für mehr Sichtbarkeit lohnt es sich, auch mit nicht-deutsch-französischen Organisationen zu kooperieren!

## GOOD-PRACTICE-BEISPIELE

Wie können junge Bürger\*innen für **Nachhaltigkeit in der Stadt** aktiv werden? Dazu tauschten sich 20 Jugendliche aus Frankfurt und Lyon aus.  
Organisationen: Stiftung Polytechnische Gesellschaft, Goethe-Institut Lyon, Umweltlernen in Frankfurt e.V., Maison des Européens Lyon, Lyon Métropole

- ✓ Aktuelles Thema
- ✓ Mehrwert durch interkulturellen Austausch
- ✓ Konkretes Ergebnis
- ✓ Unterstützung durch Expert\*innen

## WIR LEGEN LOS!



WAS?	WIE?	WER?	WANN?

## WEITERE ANLAUFSTELLEN

101 Ideen für die deutsch-französische Freundschaft  
Intergenerationelles Forum des DFJA als Austauschplattform zwischen den Generationen  
Leitfaden für Jugendbegegnungen (DFJW)

## KONTAKT

Deutsch-Französischer Jugendausschuss (DFJA)

Anna Eggeling: [anna.eggeling@dfja.eu](mailto:anna.eggeling@dfja.eu)

Sophie Hennrich: [sophie.hennrich@dfja.eu](mailto:sophie.hennrich@dfja.eu)





## DIE FAKTENLAGE

Wer sich für Ehrenamt engagiert, ist vor allem an **punktuellen Einsätzen** interessiert. Menschen Ü65 engagieren sich tendenziell etwas weniger im Verein (23 %), während der Anteil der Menschen U30, die sich für eine gute Sache einsetzen, ansteigt.

### 3 Motivationen treiben Ehrenamtler\*innen an:

- Etwas für eine gute Sache oder ihre Mitmenschen bewirken
- Ein Projekt mit Sinn
- Gemeinschaft und Geselligkeit

## WIE IST UNSERE AKTUELLE SITUATION?



## DIE 6 PFEILER, UM MITGLIEDER ZU FINDEN UND ZU BINDEN

- **Definition von Aufgaben:** von Menschen gefunden werden, die gezielt nach einem Engagement suchen
- **Aufnahme von Kandidat\*innen:** Zugehörigkeitsgefühl zum Verein und seinen Zielen und Geselligkeit vermitteln
- **Einbinden neuer Mitglieder:** einen guten Start ermöglichen, Gelegenheiten zum Kennenlernen und zum Vertrautwerden mit dem Verein schaffen
- **Ausbildung der Akteur\*innen:** alle sollen ihre Aufgaben im Sinne der Werte des Vereins ausüben
- **Teammanagement:** regelmäßige Kontakte mit jeder und jedem Einzelnen, gemeinsame Aktionen, gesellige Momente
- **Anerkennung und Wertschätzung:** Dank, Hervorheben des Einsatzes für den Verein, Verantwortung übertragen

## WAS IST UNSER ZIEL?



## TIPPS

- Für zukünftige Mitglieder Möglichkeiten schaffen, sich **projektweise und gemeinsam mit anderen** zu engagieren
- Jedem neuen Mitglied für den Anfang eine\*n „**Patin\*Paten**“ an die Seite stellen
- **Wertschätzung** für Mitglieder mit der Verleihung einer Auszeichnung o.ä. Ausdruck verleihen, ggf. bei einer Versammlung und Veranstaltung (z. B. eine feierliche und öffentliche Übergabe des Passeport bénévole®, nachdem der Fragebogen zuvor gemeinsam ausgefüllt wurde).

## GOOD-PRACTICE-BEISPIEL

Zum Welttag des Ehrenamts hat France Bénévolat Dijon mit dem regionalen Radiosender France Bleu Bourgogne eine **Medienpartnerschaft** vereinbart:

Jeden ersten Donnerstag im Montag stellt ein Verein in der Sendung „Zu Ihren Diensten“ am Mikrofon seine Aktivitäten vor und kann Hörer\*innen zum Mitmachen ermuntern.

So werden andere Menschen erreicht als jene, die üblicherweise in den Vereinsnetzwerken unterwegs sind.

## WIR LEGEN LOS!



WAS?	WIE?	WER?	WANN?

## WEITERE ANLAUFSTELLEN

Passeport bénévole®



## KONTAKT

France Bénévolat  
 François Marin  
 marinf@wanadoo.fr  
 francebenevolat.org







## WARUM IST DAS WICHTIG?

Durch die Einbindung und Zusammenarbeit lokaler Akteure (Vereine, Unternehmen, kommunale Organisationen) kann man

- die **Partnerschaft** stärken,
- neue **Zielgruppen** erreichen,
- **Sichtbarkeit** stärken,
- gemeinsame **Ziele** besser erreichen
- und **innovative** Projekte entwickeln.

Alle Partner sollen aus der Kooperation einen Mehrwert ziehen können.

## WIE IST UNSERE AKTUELLE SITUATION?

## SCHLÜSSELFAKTOREN

- Beteiligte Akteure sollten **durch gemeinsame Ziele motiviert** sein.
- Durch **offene, regelmäßige und klare Kommunikation** und fachlichen sowie persönlichen Austausch wird Vertrauen aufgebaut und Missverständnissen vorgebeugt.
- Die Einbindung **unterschiedlicher Perspektiven** und Fähigkeiten fördert kreative Lösungen und die nachhaltige Entwicklung der Partnerschaft.
- Strukturen müssen **flexibel** sein, um sich an veränderte Bedingungen anpassen zu können.
- Dank **klarer Rollenverteilung und zentraler Koordination** werden Aufgaben gerecht verteilt und effizient umgesetzt.
- Wichtige **Entscheidungen sollten im Konsens getroffen werden**, um das Engagement aller Beteiligten zu sichern und eine gleichberechtigte Zusammenarbeit zu fördern.

## WAS IST UNSER ZIEL?



## TIPPS

**Situationsanalyse:** Was ist das Ziel unserer Städtepartnerschaft? Welche Themen sind für uns bzw. in unseren jeweiligen Städten gerade besonders relevant?

**Netzwerkanalyse,** relevante Akteure (z. B. Vereine, Schulen, Unternehmen, ...) sowie ihre Stärken, Ressourcen und Interessen identifizieren.

**Kick-off-Veranstaltung:** Alle Partner sollten aktiv eingebunden werden, um ihre Perspektiven zu den gemeinsam festgelegten Themen einzubringen und Ziele zu definieren.

**Öffentlichkeitsarbeit:** Aktivitäten und Erfolge der Kooperation sichtbar machen, um neue potenzielle Partner zu erreichen. Gezielte Veranstaltungen oder informelle Treffen mit neuen Akteuren organisieren.

## GOOD-PRACTICE-BEISPIELE

**Synergien schaffen:** Der Verein Europe échanges mit Sitz in Bois-Guillaume trägt die Städtepartnerschaftsarbeit für 7 kleine Kommunen aus der Region. So werden Kräfte gebündelt, Erfahrungen geteilt und vielfältige Projekte organisiert.

**Städtepartnerschaft „plus Eins“:** Die Stadtverwaltungen von Poissy und Pirmasens stellen jede Begegnung unter einen thematischen Schwerpunkt und bringen entsprechende Akteure beider Städte zusammen (z. B. Thema Inklusion – Austausch von Werkstätten für Menschen mit Behinderung). So werden grenzüberschreitende Verbindungen vervielfacht und institutionalisiert.

## WIR LEGEN LOS!



WAS?	WIE?	WER?	WANN?

## KONTAKT

**Tobias Döppe**  
[tobias.doeppe@prozess-begleiter.de](mailto:tobias.doeppe@prozess-begleiter.de)  
[tobias-doeppe.de](http://tobias-doeppe.de)



# ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN PARTNERSCHAFTSVEREIN UND STADTVERWALTUNG VERBESSERN



## WARUM IST DAS WICHTIG?

Für eine gute Zusammenarbeit zwischen Stadtverwaltung (Akteur der öffentlichen Hand) und Verein (Menschen, die sich ehrenamtlich für die Partnerschaft engagieren möchten) ist es wichtig, eine **gemeinsame Grundlage** zu schaffen und die Bestandteile und Prinzipien der Kooperation festzulegen.

## WIE IST UNSERE AKTUELLE SITUATION?



DIE KONTEXTE	DIE KOMMUNE KANN <i>je nach Zuständigkeiten</i>	DAS KOMITEE KANN <i>je nach Kapazitäten</i>
<b>Städtische Zusammenarbeit</b>	Entscheiden, Organisieren Finanzieren, Mit anderen Verwaltungsebenen zusammenarbeiten	Vorschlagen Unterstützung anbieten
<b>Formeller Bildungskontext (Schule, Ausbildung)</b>	Vorschlagen Begleiten Finanziell unterstützen	Vorschlagen Unterstützen Finanziell unterstützen
<b>Informeller Bildungskontext (Jugendarbeit)</b>	Entscheiden Organisieren Direkt finanzieren Finanziell unterstützen	Entscheiden Organisieren Unterstützen Direkt finanzieren Finanziell unterstützen
<b>Freizeit und Vereinslandschaft</b>	Entscheiden Organisieren Direkt finanzieren Finanziell unterstützen	Entscheiden, Organisieren Ermutigen, Unterstützen Direkt finanzieren Finanziell unterstützen

## TIPPS

**Es ist hilfreich, Zuständigkeiten und Ansprechpartner\*innen zu verschiedenen Themen festzulegen, zum Beispiel im Rahmen einer Vereinbarung:**

- Beziehungen zur Stadtverwaltung der Partnerstadt pflegen
- Externe Kommunikation (Kalender, Kanäle) und Städtepartnerschaft vor Ort bewerben
- Partnerstadt und -land bekannt machen
- Zu Austauschprojekten einladen
- Für die Partnersprache werben
- Initiativen im Rahmen der Städtepartnerschaft koordinieren und fördern
- Die Stadt bei Austauschprojekten repräsentieren
- Für eine dauerhafte Zusammenarbeit sorgen, auch bei politischen Wechseln

Beide Seiten sollten sich regelmäßig und rechtzeitig über Neuigkeiten informieren, z. B. in Form eines Jour fixe oder durch digitale Formate, wie einen Newsletter.

## WIR LEGEN LOS!

WAS?	WIE?	WER?	WANN?

## WEITERE ANLAUFSTELLEN

[jumelage.eu](http://jumelage.eu)



## KONTAKT

**AFCCRE**  
**Philippe Tarrisson**  
[philippe.tarrisson@afccre.org](mailto:philippe.tarrisson@afccre.org)  
[afccre.org](http://afccre.org)







## DIE FAKTENLAGE

Die **Agenda 2030 für eine nachhaltige Entwicklung** wurde im September 2015 von den Vereinten Nationen verabschiedet, unterschrieben von 193 Mitgliedsstaaten. Sie bezieht sich auf 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Die SDGs gelten für Industrie-, Entwicklungs- und Schwellenländer.

Mit den 17 SDGs und ihren 169 Unterzielen wird eine nachhaltige Entwicklung als eine **dauerhaft tragfähige Entwicklung** betrachtet, die **auf alle relevanten Dimensionen** (Ökonomie, Ökologie und Soziales) und Ebenen (national, regional und lokal) ausgerichtet ist.

Im Mittelpunkt stehen 5 Ps: **People, Planet, Prosperity, Peace und Partnership.**

## WIE IST UNSERE AKTUELLE SITUATION?



## WARUM IST DAS WICHTIG?

Nicht nur Staaten, sondern wir alle müssen jetzt handeln, um Herausforderungen wie Armut, Hunger, Umweltzerstörung, Klimawandel, Ungleichheit, Kriege, usw. zu bewältigen und **nachkommenden Generationen eine lebenswerte Welt zu hinterlassen.**

Es gilt, unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern, aber auch unseren Handabdruck zu vergrößern, um die Situation von mehr Menschen zu verbessern. **Auch Städtepartnerschaften können hier einen Beitrag leisten.**

## WAS IST UNSER ZIEL?



## TIPPS

- In der Städtepartnerschaft ein **Bewusstsein** schaffen für Nachhaltigkeitsziele
- SDGs in den Kontext der Städtepartnerschaften **einordnen**: Ideenvielfalt zulassen & von anderen lernen
- SDGs in **Projektziele und -inhalte** integrieren: Etabliertes ggf. modifizieren, neue Inhalte schaffen
- **Partnerschaften** und Ressourcen mobilisieren: Menschen begeistern und Mitstreitende finden (Einzelakteur\*innen, andere Organisationen)
- **Umsetzung und Monitoring**: aus Erfahrungen lernen, Wirkung messbar machen
- **Ergebnisse dokumentieren** und kommunizieren: Gutes verbreiten, zur Nachahmung anregen, in Austausch gehen

## GOOD-PRACTICE-BEISPIELE

- Fact-Sheets der Servicestelle Kommunen in der Einen Welt (SKEW) mit Aktivitäten auf kommunaler Ebene zu jedem SDG
- SDG-Partnerschaftskonferenzen der SKEW
- Ideen und Best Practice-Beispiele für den fairen Handel (Fairtrade-Towns)
- Inspirationen im Netzwerk Immovielien
- Die Stadt Köln hat eine eigene Förderung für Städtepartnerschaftsprojekte mit Schwerpunkt „globale Nachhaltigkeit“.

## WIR LEGEN LOS!



WAS?	WIE?	WER?	WANN?

## WEITERE ANLAUFSTELLEN

Das Klima-Handbuch für Kommunen. Den solidarisch-ökologischen Wandel erfolgreich gestalten. Berichtsrahmen NACHHALTIGE Kommune. 17 Ziele – Tu Du / SDG-Portal (Deutschland) Konkrete Ideen für Handabdruck-Aktionen bietet dieser Test.

## KONTAKT

**Miriam Venn**  
[info@miriam-venn.de](mailto:info@miriam-venn.de)  
[miriam-venn.de](http://miriam-venn.de)





## DIE FAKTENLAGE

Es gibt **5 Kanäle** in der digitalen Öffentlichkeitsarbeit:

- Webseite
- Long Form Content (z. B. Blogartikel, Podcast)
- Short Form Content auf Social Media (z. B. Facebook, Instagram)
- Newsletter (per E-Mail oder Messenger)
- Digitale Veranstaltungen (z. B. Online-Infoabend, Workshop, Spieleabend)

## WARUM IST DAS WICHTIG?

Für gute Öffentlichkeitsarbeit reicht es nicht, sich auf die Presse und andere Multiplikator\*innen zu verlassen. **Nehmen Sie Ihre Kommunikation selbst in die Hand** und nutzen Sie die Vorteile der verschiedenen Kanäle:

- Die **Webseite** dient als digitaler Anlaufpunkt. Sie wird verlinkt und über Suchanfragen gefunden. Interessierte finden hier die wichtigsten Infos und Kontaktmöglichkeiten.
- Mit **Long Form Content** können wir ausführlich über uns, unsere Gründungsgeschichte, unsere Ziele, unsere Projekte und Visionen berichten.
- Auf den **sozialen Medien** können wir von neuen Menschen gefunden werden. Content mit Mehrwert (z. B. praktische Tipps oder humorvolle Anekdoten) bietet einen Einstiegspunkt und eine niedrighschwellige Kontaktmöglichkeit.
- Ein **Newsletter** dient dazu, mit Unterstützer\*innen im direkten Kontakt zu bleiben und regelmäßig über Angebote und Veranstaltungen zu informieren.
- **Digitale Veranstaltungen** sind ein Weg, niedrighschwellig und ohne hohen Reiseaufwand auch grenzüberschreitend in Kontakt zu bleiben.

## WIE IST UNSERE AKTUELLE SITUATION?



## WAS IST UNSER ZIEL?



## TIPPS

- **Starten Sie mit dem Long Form Content** bzw. Veranstaltungsaufzeichnungen und erstellen Sie daraus die Kurzversionen für Social Media und Newsletter. Mit Aufzeichnungen geben Sie auch Menschen, die den Termin verpasst haben, die Chance, sich über Ihre Arbeit zu informieren.
- Erfinden Sie das Rad nicht neu! **Nutzen Sie bestehende Inhalte** (z. B. Webseitexte, Präsentationen, Berichte, Broschüren, ...).
- **Schaffen Sie Synergien:** Teilen Sie Kanäle oder Inhalte mit der Partnerstadt und teilen Sie die Kommunikationsarbeit zwischen Komitee und Stadtverwaltung auf.
- Berichten Sie nicht nur über Vergangenes, sondern setzen Sie auf ein **zukunftsorientiertes Narrativ** und begeistern Sie die Menschen von Ihren Plänen, Visionen und Werten!

## GOOD-PRACTICE-BEISPIELE

### Website

- Deutsch-Französische Gesellschaft Magdeburg: aktuell und bebildert
- Partnerschaftskomitee Bègles: modern & ansprechend gestaltet
- Stadt Bonn: Gute Übersicht & Link, Kontakt zum Komitee

### Instagram

- Deutsch-Französische Gesellschaft Kiel: regelmäßige und informative Posts
- Deutsch-Französische Gesellschaft Freiburg: visuell einheitlich, regelmäßige und informative Posts

## WIR LEGEN LOS!



WAS?	WIE?	WER?	WANN?

## WEITERE ANLAUFSTELLEN



Weiterführende Tipps zu den einzelnen Kommunikationskanälen ([erzaehldavon.de](http://erzaehldavon.de))

## KONTAKT



**Katrin Gildner**  
[katrin@erzaehldavon.de](mailto:katrin@erzaehldavon.de)  
[erzaehldavon.de](http://erzaehldavon.de)





## SO FÖRDERT DER BÜRGERFONDS

### Förderfähige Projekte

Deutsch-französische Projekte, die uns einander näherbringen. Begegnungen über Generationen und Grenzen hinweg

### Wer kann einen Antrag stellen?

Gemeinnützige Vereine, gGmbH/gUG, Gebietskörperschaften, Wissenschaftliche Institute, Stiftungen, Bildungs- und Ausbildungszentren, Bürgerinitiativen & informelle Gruppen

### Was wird gefördert?

Der Bürgerfonds kann bis zu 80 % der förderfähigen Projektkosten übernehmen, z. B. für Reise, Aufenthalt, Organisation, Material, Fortbildungen, Honorare. Je höher die beantragte Summe, desto mehr Punkte muss ein Antrag erreichen.

### Förderkriterien

Projekte werden anhand von 11 Förderkriterien bewertet, für die jeweils max. 10 Punkte vergeben werden können, z. B.: Bürgernähe, Deutsch-französische Relevanz, Vernetzung, Diversität, Sichtbarkeit, Umweltfreundliche Ausgestaltung ...

## BÜRGERFONDS-TIPPS

### Ihr Projekt gewinnt an Qualität, wenn ...

... es sich an ein vielfältiges Publikum und explizit auch an Menschen, die nicht Mitglied sind oder die Städtepartnerschaft noch nicht kennen, richtet.

... es generationsübergreifend ist und Angebote für alle Altersgruppen anbietet.

... es einen oder mehrere externe Partner (anderer Verein, Schule, Unternehmen, Verwaltungsabteilung, ...) mobilisiert.

... es sich an neue Themen heranwagt, auch solche, die auf den ersten Blick vielleicht nicht klassisch „deutsch-französisch“ sind.

## HIER GIBT'S UNTERSTÜTZUNG

Ein Netzwerk von Regionalen Berater\*innen berät Interessierte und Projektträger\*innen individuell und kostenlos bei der Programmgestaltung, Partnersuche oder Antragsstellung.

Finden Sie Ihre Ansprechperson!



## MITMACHEN? SO GEHT'S:



Wir haben eine Idee für ein deutsch-französisches Projekt!



Wir kontaktieren eine Partnerorganisation in Frankreich und/oder unsere\*n Regionale\*n Berater\*in.



Spätestens 6 Wochen vor Projektstart reichen wir online den Förderantrag ein.



Der Bürgerfonds prüft den Förderantrag.



Das Projekt findet statt!



Spätestens 2 Monate nach Projektende reichen wir die Abrechnung ein.





**Herausgeber**

*Deutsch-Französisches Jugendwerk  
51 rue de l'Amiral Mouchez, 75013 Paris*

**Koordination**

*Johanna Haag*

**Gestaltung**

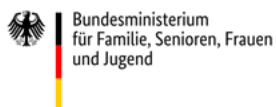
*Margaux Olivré*

**Druck**

*Parmentier Imprimeurs*

© DFJW, Berlin/Paris 2025

Eine Initiative von



Umgesetzt von

**OFAJ  
DFJW**