

# Abschlussbericht des Projekts: „Neue Zugänge zu schwer erreichbaren Zielgruppen finden“

Ein Kooperationsprojekt der Stadt Bielefeld, der Diakonie für Bielefeld  
gGmbH und des AWO Kreisverband Bielefeld e.V.



Kreisverband  
Bielefeld e.V.

## Inhaltsverzeichnis

<b><u>1.</u></b>	<b><u>EINLEITUNG UND PROJEKTIDEE.....</u></b>	<b><u>1</u></b>
<b><u>2.</u></b>	<b><u>AUSGANGSLAGE.....</u></b>	<b><u>2</u></b>
<b><u>3.</u></b>	<b><u>ZIELGRUPPEN.....</u></b>	<b><u>3</u></b>
<b><u>4.</u></b>	<b><u>PROJEKTZIEL.....</u></b>	<b><u>4</u></b>
<b><u>5.</u></b>	<b><u>VORGEHEN UND ZAHLEN.....</u></b>	<b><u>5</u></b>
	<b><u>5.1 BIELEFELD-GELLERSHAGEN.....</u></b>	<b><u>7</u></b>
	<b><u>5.2 BIELEFELD-STIEGHORST.....</u></b>	<b><u>11</u></b>
<b><u>6.</u></b>	<b><u>WICHTIGE ERKENNTNISSE.....</u></b>	<b><u>15</u></b>
<b><u>7.</u></b>	<b><u>EMPFEHLUNGEN.....</u></b>	<b><u>16</u></b>
	<b><u>KONTAKTINFORMATIONEN.....</u></b>	<b><u>18</u></b>
	<b><u>QUELLENVERZEICHNIS.....</u></b>	<b><u>19</u></b>
	<b><u>ANHANG.....</u></b>	<b><u>20</u></b>

## 1. Einleitung und Projektidee

Das Projekt „Neue Zugänge zu schwer erreichbaren Zielgruppen finden“ ist ein Kooperationsprojekt zwischen der Stadt Bielefeld, der Diakonie für Bielefeld gGmbH und dem AWO Kreisverband Bielefeld e.V. Das Projekt wurde im Zeitraum vom 01.07.2022 bis zum 31.12.2022 durchgeführt.

Im Zuge der Corona-Pandemie haben die Menschen weltweit und somit auch in Bielefeld verschiedene soziale, berufliche und persönliche Einschränkungen erlebt. Darunter leiden besonders Menschen, die schon zuvor zurückgezogen lebten, nur sehr wenige soziale Kontakte pflegen und dadurch gefährdet sind, zu vereinsamen. Als mögliche Gründe hierfür können z.B. Armut, Zuwanderungsgeschichte, niedriger Bildungsstand oder andere Lebensherausforderungen vermutet werden. Die Gruppen einsamkeitsgefährdeter oder bereits einsamer Menschen in Bielefeld werden über die bisherigen sozialen Angebote, Leistungen und Bemühungen nicht erreicht. Aus diesem Grund rückte die Frage: „Wie können Menschen erreicht werden, die sich aus der Gesellschaft zurückgezogen haben“, in den Fokus der Sozialen Arbeit Bielefelds.

Um dieser Frage gezielt nachzugehen und mögliche, bisher unerprobte Zugänge zu eruieren, wurde im Rahmen des 2021 beschlossenen Corona-Aktionsplans, unter anderem das Projekt „Neue Zugänge zu schwer erreichbaren Zielgruppen finden“ geplant und umgesetzt. Der Corona-Aktionsplan vereint verschiedene Maßnahmen für Menschen in jeder Lebensphase und Lebenslage, um die negativen Folgen der Corona-Pandemie abzumildern.

Die Idee im Rahmen des Projektes war es, Zugänge zu erproben, die nicht auf die klassisch-sozialarbeiterischen Methoden zurückgreifen. So war ein Ansatz, Personen der Zielgruppe über Multiplikator\*innen anzusprechen. Dazu zählen unter anderem Ärzt\*innen, Angestellte von Apotheken, Supermärkten oder Mitarbeiter\*innen in Freizeitzentren und weitere Personen. Bei diesen Anlaufstellen wurden vordergründig die Multiplikator\*innen angesprochen und um ihre Mithilfe gebeten. Sie sollten den Kontakt zur Zielgruppe herstellen und auf das Projekt hinweisen. Im Anschluss daran und nach Zustimmung der jeweiligen Personen aus der Zielgruppe wurde das Gespräch zwischen den Projektmitarbeiter\*innen und der Zielgruppe gesucht. Durch das Gespräch sollten Gründe für eine Isolation seitens der vermeintlich einsamen Personen erfragt werden. Gleichzeitig wurde erprobt, welche Zugänge es zu diesen

Menschen gibt und welche davon sich als geeignet erweisen, um in Kontakt mit den Menschen zu treten.

## 2. Ausgangslage

Das Gefühl von Einsamkeit ist subjektiv und kann in jedem Lebensalter und in jeder Situation auftreten. Es betrifft viele Menschen. Vor der Corona-Pandemie waren 14 % der in Deutschland lebenden Menschen einsam. Dieser Wert erhöhte sich im Verlauf der Pandemie im Jahr 2021 auf 42 % (Entringer, 2022).

Bestimmte Risikofaktoren können das Einsamkeitsgefühl hervorrufen oder verstärken. Besonders betroffen sein können vor allem: Alleinlebende, Alleinerziehende, Singles, pflegende Angehörige, Menschen mit Migrationshintergrund, Menschen mit eingeschränkter Mobilität, gesundheitlichen Problemen und geringen finanziellen Möglichkeiten (Bundesministerium für Frauen, Senioren, Familie und Jugend (BMFSFJ), 2022).

Vor der Corona-Pandemie waren besonders Menschen mit niedrigem Bildungsstand, geringem Einkommen oder arbeitssuchende Menschen von Einsamkeit betroffen. Im Zuge der Pandemie waren es vor allem Frauen und jüngere Menschen (Entringer, 2022).

Generell bezeichnen sich seit der Corona-Pandemie mehr jüngere Menschen unter 30 Jahren als einsam, während dies zuvor vor allem auf ältere Menschen über 75 Jahren zutraf. Auch Übergangssituationen im Leben können zu Einsamkeit führen. Dazu zählen der Beginn eines Studiums oder einer Ausbildung, berufliche Veränderungen, Renteneintritt oder Schicksalsschläge wie der Verlust eines Partners/einer Partnerin oder ähnliches (BMFSFJ, 2022).

Auch in der praktischen Sozialen Arbeit Bielefelds kann festgestellt werden, dass besonders einsame Menschen nicht durch die bestehenden sozialen Angebote und Leistungen erreicht werden können. Auch die gängigen Informationsquellen und -medien wie Tageszeitung, Fernsehen, Radio oder Social Media scheinen sie nicht oder nur unzureichend zu konsumieren. Dementsprechend ist es wichtig herauszufinden, wie Menschen begegnet werden kann, die sich aus der Gesellschaft zurückgezogen haben. Durch die Pandemie und die damit verbundenen Hygiene-Bestimmungen, die Kontaktbeschränkungen etc. zur Folge hatten, hat sich die Problematik zunehmend verstärkt. Infolge dessen vereinsamen viele Menschen (weiter) oder nehmen für sie wichtige Hilfen, wie etwa Sozialleistungen nicht in Anspruch.

Das ist für die Menschen problematisch, zumal es durch die Vielzahl an sozialen und Freizeitangeboten in Bielefeld im Grunde für jede Person eine Möglichkeit gibt, mit anderen Menschen in Kontakt zu treten und somit das Risiko einer Vereinsamung zu verringern.

Bestimmte Personengruppen nutzen ausschließlich die bekannten Wege, wenn sie ein Angebot etc. wahrnehmen möchten: Sozialarbeit oder klassische Werbung. Dadurch fallen aber Personen aus dem Raster, die wie oben aufgegriffen, nicht auf diese Optionen zurückgreifen.

Um diese Menschen trotz möglicher Widrigkeiten erreichen zu können, wurde dieses Projekt ins Leben gerufen. Über die bekannten Zugänge hinaus sollten neue Wege gefunden werden und auf ihre Praktikabilität hin überprüft werden.

### 3. Zielgruppen

Die primäre Zielgruppe des Projektes sind Menschen, die ungewollt, entweder bereits vereinsamt sind oder von akuter Vereinsamung betroffen sind. Hinsichtlich Alter, Geschlecht, sozialem Status, Herkunft oder ähnlichen Kriterien wurde keine weitere Auswahl bzw. Eingrenzung vorgenommen. Vielmehr wird davon ausgegangen, dass prinzipiell jeder Mensch von Vereinsamung betroffen sein kann. Es gibt dazu förderliche und verhindernde Faktoren (Resilienz-Faktoren).

Jedoch wird zwischen Alleinsein, einsam sein (tatsächliche Einsamkeit) und chronifizierter Vereinsamung unterschieden.

Alleinsein, beschreibt einen vorübergehenden Zustand. Es handelt sich um eine momentane Abwesenheit anderer Menschen, nicht um eine soziale Isolation. Dieser Zustand kann je nach betreffender Person und Situation entweder als angenehm oder unangenehm empfunden werden (Luhmann, 2022).

Einsamkeit kann die Folge unerfüllter sozialer Beziehungen sein oder die wahrgenommene Diskrepanz zwischen gewünschten und vorhandenen sozialen Beziehungen. Es handelt sich um einen negativ wahrgenommenen Zustand. Besteht das Gefühl von Einsamkeit über einen längeren Zeitraum (mindestens 2 Jahre), kann es zu einer Chronifizierung, also anhaltender Einsamkeit, kommen (Luhmann, 2022).

Die Zielgruppe dieses Projektes sind einsame und chronisch einsame Menschen.

Dabei ist Einsamkeit ein subjektiv empfundener, multidimensionaler Zustand, der von jeder vermeintlichen Person der Zielgruppe selbst individuell wahrgenommen und benannt werden muss.

Mögliche Multiplikator\*innen stellen die sekundäre Zielgruppe dar. Sie werden zunächst im Vorfeld angesprochen, um einen Kontakt zur primären Zielgruppe (möglicher) vereinsamter Menschen herzustellen. Multiplikator\*innen können Ärzt\*innen, Mitarbeiter\*innen von Apotheken, Supermärkten, Freizeitzentren, Wohngenossenschaften, Kirchengemeinden etc. oder private Personen sein. Diese Ansprechpartner\*innen haben vermutlich Kontakt zur Zielgruppe, sind aber nicht im klassisch-sozialarbeiterischen Milieu zu finden und werden deshalb in das Projektvorhaben einbezogen. Bei den Multiplikator\*innen gibt es ebenfalls keine Einschränkungen hinsichtlich Alter oder Geschlecht.

Für das Projekt sind die Eindrücke und Aussagen beider Zielgruppen zum Thema Einsamkeitserfahrung entscheidend und werden in den weiteren Entwicklungen zum Thema berücksichtigt. Während die primäre Zielgruppe sehr persönliche und subjektive Erzählungen schildert, die auf mögliche Ursachen einer Einsamkeitsempfindung hindeuten können, sind es bei der sekundären Zielgruppe vor allem Eindrücke und Schilderungen aus der Außensicht auf einsame Menschen, die für die Ansprache, den Zugang und die Erreichbarkeit von Bedeutung sind.

#### 4. Projektziel

Ziel des Projektes war es, neue, bisher nicht genutzte, ungewöhnliche Zugänge zur Zielgruppe vereinsamter Menschen zu finden und zu erproben. Dabei sollte es sich vor allem um Zugänge handeln, die in den Alltag der Menschen eingebettet sind, wie z.B. der Besuch beim Arzt/der Ärztin oder der Apotheke, des Supermarktes und weitere. Menschen, die keine sozialen Angebote nutzen und über die gängigen Wege nicht erreicht werden, müssen trotzdem ihren Alltag bewältigen. Darunter fallen z.B. der Arztbesuch oder das Einkaufen von Lebensmitteln. Besonders ältere oder chronisch erkrankte Menschen suchen häufig einen Arzt/eine Ärztin auf und beginnen dort möglicherweise ein Gespräch, in dem sie von ihrer persönlichen Lage in Bezug auf die Einsamkeitserfahrung berichten.

Über die Multiplikator\*innen wird also ein möglicher Zugangsweg erprobt, der in den Alltag der Menschen integriert ist, welcher gleichzeitig von der Sozialen Arbeit bisher nicht oder nicht näher einbezogen wurde. Auf diese Weise können sich Zugangswege und Kontakte für die zukünftige Arbeit in diesem Bereich ergeben.

## 5. Vorgehen und Zahlen

Für die Umsetzung des Projektvorhabens wurde eine Projektgruppe ins Leben gerufen.

Die Beteiligten setzen sich aus Mitarbeiter\*innen der Stadt Bielefeld, der Diakonie für Bielefeld gGmbH und dem AWO Kreisverband Bielefeld e.V. zusammen.

Für den praktischen Feldzugang wurden zwei Mitarbeiterinnen mit jeweils einer halben Stelle akquiriert, die bei der Diakonie für Bielefeld gGmbH bzw. dem AWO Kreisverband Bielefeld e.V. beschäftigt sind.

Weiterhin wurden stellenweise mit den Mitarbeiter\*innen der Quartierssozialarbeit der Stadt Bielefeld gemeinsame Termine wahrgenommen und Aktionen umgesetzt. Das Projekt wurde exemplarisch in den Stadtteilen Gellershagen und Stieghorst erprobt. Beide Stadtteile unterscheiden sich hinsichtlich Größe, Struktur und Bevölkerung. Auf diese Weise sollte in dem kurzen Zeitrahmen des Projektes ein möglichst breites Bild ermittelt werden.

Die Mitarbeiterin der Diakonie war in Bielefeld-Stieghorst im Einsatz, die Mitarbeiterin des AWO Kreisverbandes war in Bielefeld-Gellershagen verortet.

Während des Projektzeitraums (Juli 2022 bis Dezember 2022) wurden sowohl verschiedene Multiplikator\*innen als auch eine Vielzahl an Einzelpersonen<sup>1</sup> in beiden Stadtteilen angesprochen.

Es wurden keine persönlichen Daten der angesprochenen und kontaktierten Personen erhoben oder explizit erfragt – weder von den verschiedenen Multiplikator\*innen noch von den Einzelpersonen. Alter, Geschlecht, Migrationshintergrund sowie Familienstand der Zielgruppe wurden entweder durch die Multiplikator\*innen oder die Mitarbeiterinnen geschätzt oder durch die freie Erzählung der angesprochenen Menschen erschlossen.

Zur Dokumentation der Gespräche bzw. der personenbezogenen Merkmale dienten zuvor ausgearbeitete Dokumentationsbögen, die von den Mitarbeiterinnen im Anschluss an die Gespräche ausgefüllt und um weitere, handschriftliche Notizen zu den Gesprächen ergänzt wurden. Die Kernaussagen dieser Notizen und Erfassungsbögen bilden die zentralen Erkenntnisse, die im Projektverlauf gesammelt werden konnten und unter Punkt 6 dargestellt werden.

---

<sup>1</sup> Einzelpersonen = Menschen, die im jeweiligen Quartier angesprochen worden sind und bei denen eine Zugehörigkeit zur Zielgruppe vermutet wird. Es handelt sich nicht um Multiplikator\*innen. Nachbar\*innen wiederum gelten als Multiplikator\*innen, wurden auch als solche angesprochen und entsprechend über das Projekt informiert.

Zudem wurde eine Zuordnung zur Zielgruppe einsamer Menschen immer durch die Zielgruppe selbst vorgenommen, nicht durch die Mitarbeiterinnen. Die betreffenden Personen äußerten selbst, dass sie sich einsam fühlen, auch wenn dies nur temporär empfunden wurde und inzwischen nicht mehr der Fall ist.

Eine Auflistung der gesammelten Daten und Aussagen erfolgt anhand der beiden Stadtteile.



## 5.1 Bielefeld-Gellershagen

Im Stadtteil Bielefeld-Gellershagen wurden sowohl verschiedene Multiplikator\*innen als auch Einzelpersonen angesprochen. Der Kontakt zu den Einzelpersonen wurde bei Quartiersbegehungen in den Grünanlagen (Gellershagenpark und Meierteich) des Stadtteils sowie in verschiedenen Nachbarschaften aufgenommen. Nachbar\*innen wurden dabei als Multiplikator\*innen angesprochen und erfasst.

**Zeitraum vom 01.07.2022 bis zum 30.11.2022**

	<b>Gesamt</b>	<b>Multiplikator*innen (Personen)</b>	<b>Einzelpersonen</b>
<b>Angesprochene Personen   Stellen</b>	<b>117</b>	<b>30</b>	<b>87</b>
<b>Erreichte Personen</b>	<b>18</b>	<b>11</b>	<b>7</b>

Die Einzelpersonen, welche **zur Zielgruppe zählen**, weisen folgende Merkmale auf:

<b>Alter:</b>	<b>Männlich</b>	<b>Weiblich</b>
<b>20-30 Jahre</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>30-40 Jahre</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>40-50 Jahre</b>	<b>1</b>	<b>-</b>
<b>50-60 Jahre</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>60-70 Jahre</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>70-80 Jahre</b>	<b>-</b>	<b>1</b>
<b>80-90 Jahre</b>	<b>-</b>	<b>1</b>
<b>Gesamt</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

Die Zielgruppe nannte verschiedene Gründe für ihr Einsamkeitsempfinden:

- Die jüngere Zielgruppe (geschätztes Alter 20-35 Jahre) nannte vor allem die Kontaktbeschränkungen der Corona-Pandemie als Hauptgrund für das Erleben von Einsamkeit. Bei zwei Student\*innen fiel durch die Kontaktbeschränkungen die Begegnung mit Gleichaltrigen in der Universität oder über Freizeitangebote weg und

es kam zu einer temporären Einsamkeitserfahrung. Inzwischen fühlen sich diese Personen laut eigener Aussage nicht mehr einsam.

- Nach dem Studienabschluss ziehen viele ehemalige Student\*innen in andere Städte und angestammte Freundeskreise lösen sich auf. Durch diese Umbruchsituationen wird stellenweise Einsamkeit empfunden. Neue Kontakte müssen erst gefunden werden und es besteht eine Unsicherheit, auf bereits etablierte Gruppen in Sportvereinen o.Ä. zuzugehen.
- Ein Ehepaar (ca. 30-45 Jahre) fühlte sich durch den Umzug nach Deutschland zunächst isoliert und einsam. Sprachbarrieren und die Eingewöhnung in Deutschland erschwerten zunächst die Kontaktaufnahme mit anderen Menschen. Durch Sprachkurse und über die jeweiligen Arbeitsplätze konnten beide das Problem lösen.
- Bei der älteren Zielgruppe (geschätztes Alter ab 70-90+ Jahre) entsteht das Gefühl von Einsamkeit vor allem, wenn der oder die Ehepartner\*in oder nahe Angehörige, enge Freunde und Bekannte versterben. Häufig leben Kinder und Enkelkinder nicht im selben Ort oder gar im selben Land, weshalb sich Familien selten sehen oder miteinander kommunizieren. Auch Immobilität infolge von Erkrankungen kann Einsamkeit zur Folge haben oder begünstigt diese.

Zusätzlich zu den Aussagen der Zielgruppe wurden verschiedene Multiplikator\*innen angesprochen, um über ihre Eindrücke zur Zielgruppe und möglichen Kontakt zu dieser zu sprechen. Aus den verschiedenen Gesprächen und Kontakten ließ sich folgende Kategorisierung der verschiedenen Multiplikator\*innen festlegen:

**1. Multiplikator\*innen, mit denen aus unterschiedlichen Gründen eine weitere Zusammenarbeit nicht zustande kam:**

- Wohnungsgenossenschaft BGW mbH
- Apotheke an der Voltmannstraße
- Sportbund Bielefeld
- Arztpraxen: Dr. Winter, Dr. Wolfes, Gemeinschaftspraxis Müller und Ratsch
- Heimatverein Schildesche

**2. Multiplikator\*innen, die zunächst an einer Zusammenarbeit interessiert waren, dann jedoch nach mehreren Gesprächen aus verschiedenen Gründen nicht mehr weiterhelfen konnten:**

- Friseurgeschäft Spiegelschnitt

- Wohnungsgenossenschaft Freie Scholle
- Bethel: Werkstatt am Meierteich
- Eiscafé Dolomiti
- Angestellte des Lebensmittelgeschäfts „Penny“
- Bäckerei Lechtermann
- AWO-Ortsverein Schildesche
- Postbotin

Bei den Multiplikator\*innen, mit denen eine Zusammenarbeit nicht zustande kam, wurde neben dem Datenschutz, der für eine Kooperation aus ihrer Sicht nicht ausreichend war, darauf verwiesen, dass es sich um ein sensibles, tabuisiertes Thema handelt oder die Kontakte zur Zielgruppe bei diesen Multiplikator\*innen zu kurzweilig und unpersönlich sind. Aus diesem Grund können einsame oder vermeintlich einsame Personen nicht als solche von den Multiplikator\*innen identifiziert werden.

Die Institutionen, die das Projekt nach einiger Zeit nicht mehr inhaltlich unterstützen konnten, wünschten sich beispielsweise eine wissenschaftliche Projektbegleitung zur Datenerhebung. Es wurde sich auch mehrfach nach Werbematerial zur Auslage in Geschäften etc. erkundigt, auf welches bewusst verzichtet wurde, da persönliche, neue Zugänge über verschiedene Multiplikator\*innen im Vordergrund des Projektvorhabens standen. Teilweise konnten die Multiplikator\*innen während der Projektlaufzeit keine Person aus der Zielgruppe ermitteln oder von einem Gespräch mit der Projektmitarbeiterin überzeugen, auch wenn sie persönlich dem Projekt gegenüber aufgeschlossen und an einer Zusammenarbeit interessiert waren.

### **3. Multiplikator\*innen, die sehr interessiert waren und/oder die ggf. ein Folgeprojekt unterstützen möchten:**

- Mitarbeiterin, Projekt „Liederschätze“
- Ehrenamtliche Nachbarschaftshilfe bei der Freien Scholle e.V.
- Baugenossenschaft Freie Scholle eG
- Arztpraxis Dr. Friesen
- Apothekerin Neue Apotheke & Rosenapotheke
- Nachbar\*innen: Schuckertstraße, Voltmannstraße, Horstheider Weg, Schloßhofstraße
- Lydia-Kirchengemeinde
- Mitarbeiterin des Förderkreises für soziale Stadtteilarbeit der Evangelischen Dietrich-Bonhoeffer-Kirchengemeinde Bielefeld

Mit diesen Multiplikator\*innen war ein Austausch im Sinne der Projektziele möglich und erfolgreich. Bei der Baugenossenschaft Freie Scholle eG tritt ein Sonderfall auf: sie konnten dieses Projekt aus den oben genannten Gründen der ersten beiden Gruppen nicht unterstützen, sind aber an einer Zusammenarbeit im Rahmen eines Folgeprojektes interessiert und zeigten sich während der gesamten Kommunikation kooperativ.

Darüber hinaus bestand Kontakt zu oder eine Zusammenarbeit mit folgenden Stellen:

- Stadt Bielefeld: Mitarbeiter\*innen der Quartierssozialarbeit
- Mitfahrt mit dem Infomobil „Hilde“ am Lohmannshof (Frau Duwe, Quartierssozialarbeit der Stadt Bielefeld) und am Oberlohmannshof (Frau Pietsch, Sozialarbeiterin der Stadt Bielefeld)
- Teilnahme am Treffen der „Stadtteilkonferenz Gellershagen“ im AWO-Mehrgenerationenhaus
- Teilnahme an der öffentlichen Veranstaltung des Seniorenrates der Stadt Bielefeld
- AWO-Mehrgenerationenhaus Bielefeld

Durch die Aussagen der verschiedenen Multiplikator\*innen konnte ermittelt werden, dass einsame Personen am besten über einen persönlichen, vertrauten Kontakt sowie ein Thema, welches sie interessiert, zu erreichen sind. Durch das Projekt „Liederschätze“ konnten Menschen über das gemeinsame Thema „Singen“ angesprochen und zur Teilnahme motiviert werden. Ähnlich verhält es sich, wenn Menschen in nachbarschaftliche Kontexte und Strukturen einbezogen werden. Ferner wurde der Hinweis gegeben, dass einsame Menschen nicht nur Hilfe empfangen möchten, sondern selbst auch etwas zurückgeben und sich gebraucht fühlen möchten. Dies kann unter anderem über ein Ehrenamt erfolgen.

Die Quartiersbegehungen führte die Mitarbeiterin zum Teil alleine und teilweise mit dem eigenen Hund durch. Dabei stellte sich heraus, dass sich das Tier für einen Zugang und darauffolgendes Gespräch als hilfreich erwies, da hier ein gemeinsames Thema, in diesem Fall der Hund, die Kontaktaufnahme erleichterte und die Menschen größtenteils von alleine auf die Mitarbeiterin zugingen. Bei den Einzelbegehungen war es währenddessen anders herum und der aktive Zugang erfolgte ausschließlich durch die Mitarbeiterin. Somit sind gemeinsame Anknüpfungspunkte, die nicht an das Thema „Einsamkeit“ gekoppelt sind, wichtig, um ein Gespräch zu eröffnen und das Interesse sowie bei längerem Zeitverlauf auch das Vertrauen der Menschen, zu gewinnen.

## 5.2 Bielefeld-Stieghorst

Im Stadtteil Bielefeld-Stieghorst wurden ebenfalls sowohl Einzelpersonen als auch Multiplikator\*innen angesprochen. Die Kontaktaufnahme zu den Einzelpersonen erfolgte im Rahmen von Quartiersbegehungen in Parkanlagen, in einer Eisdielen, während des Wochenmarktes, in verschiedenen Cafés und Lebensmittelgeschäften.

**Zeitraum vom 01.07.2022 bis zum 27.10.2022**

	<b>Gesamt</b>	<b>Multiplikator*innen</b>	<b>Einzelpersonen</b>
<b>Angesprochene Personen/Multiplikator*innen</b>	<b>173</b>	<b>28</b>	<b>145</b>
<b>Erreichte Personen</b>	<b>21</b>	<b>10</b>	<b>11</b>

Einzelpersonen, **die zur Zielgruppe zählen**, weisen folgende Merkmale auf:

<b>Alter:</b>	<b>männlich</b>	<b>weiblich</b>
<b>bis 50 Jahre</b>	<b>2</b>	<b>-</b>
<b>bis 60 Jahre</b>	<b>1</b>	<b>-</b>
<b>bis 70 Jahre</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>bis 80 Jahre</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>bis 90 Jahre</b>	<b>-</b>	<b>1</b>
<b>über 90 Jahre</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Für die vorliegende Einsamkeit dieser Personen wurden verschiedene Gründe benannt:

- Verstorbene Ehepartner\*in, Freunde oder Bekannte. Durch den erlittenen Verlust fehlt diesen Menschen die Motivation, ihr Leben noch einmal um oder neu zu gestalten.
- Wenn es eigene Kinder gibt, besteht wenig bis gar kein Kontakt zu ihnen. Die Kinder leben meist weiter entfernt und/oder konzentrieren sich auf die eigene Kernfamilie.

- Körperliche Beeinträchtigungen mit Immobilität als Folge veranlasst Personen dazu, den Alltag in der Häuslichkeit zu verbringen. Sie fühlen sich isoliert und ausgeschlossen.
- Durch die Corona-Pandemie mussten viele Kontakte eingeschränkt werden. Dadurch haben viele Menschen die Motivation verloren, wieder an bestehende Kontakte anzuknüpfen oder neue aufzubauen. Teilweise haben sich diese Menschen unwissentlich, auch nach den Pandemie-Beschränkungen, weiter selbst isoliert, was die Einsamkeitserfahrung ausgelöst oder zusehends verstärkt hat.

Neben den Selbstauskünften der Einzelpersonen wurden zahlreiche Multiplikator\*innen angesprochen und über das Projekt informiert. Einige zeigten sich kooperativ, andere lehnten die Zusammenarbeit im Rahmen des Projektes direkt oder nach einiger Zeit ab.

**1. Multiplikator\*innen, mit denen aus unterschiedlichen Gründen eine weitere Zusammenarbeit nicht zustande kam:**

- Gemeinde Stieghorst
- Café Lechtermann

**2. Multiplikator\*innen, die zunächst an einer Zusammenarbeit interessiert waren, dann jedoch aus verschiedenen Gründen nicht mehr weiterhelfen konnten:**

- Apotheke
- Friseurgeschäft
- Café Kriemelmann
- Eisdielen
- Bezirksbeamter Frank Lankkamp, Polizeibezirksdienst Stieghorst
- Briefträger
- Sparkasse
- Lottoannahmestelle
- BGW, Hausmeister Herr Müller
- BKK Dürkopp Adler
- Blumenladen Oldentrup (beim Marktkauf)
- Ekos Mittagstisch Oldentrup (beim Marktkauf)

- Vita-Apotheke Oldentrup (beim Marktkauf)
- Lottoannahmestelle Oldentrup (beim Marktkauf)

Bei den Multiplikator\*innen mit denen eine Zusammenarbeit nicht zustande kam, wurde neben dem Datenschutz auch hier darauf verwiesen, dass es sich um ein sensibles Thema handelt und die Kontakte zur Zielgruppe zu unpersönlich sind. Daher können einsame oder vermeintlich einsame Personen nicht klar erkannt bzw. identifiziert werden.

Die Multiplikator\*innen, die aus verschiedenen Gründen eine Zusammenarbeit im Projektverlauf nicht mehr inhaltlich unterstützen konnten, hatten, ähnlich wie in Gellershagen, Schwierigkeiten konkrete Personen aus der Zielgruppe zu benennen oder diese zu einem Gespräch mit der Projektmitarbeiterin überzeugen.

Neben diesen verschiedenen Kontakten, wurden weitere Multiplikator\*innen angesprochen, mit denen die Zusammenarbeit erfolgreich verlief.

### **3. Multiplikator\*innen, die sehr interessiert waren und ggf. ein Folgeprojekt unterstützen möchten:**

- Kath. Kirche
- Ev. Kirche
- Gespräch mit Frau Kooper, Vorsitzende der Siedlergemeinschaft
- Rehasentrum/Fitnessstudio Thomas Fischer
- Wohnstift Salzburg, Pflegeberater Herr Dirk Althoff
- Freie Scholle, Sozialmanagement Frau Lichte
- Freie Scholle, Fit und mobil im Alter, ein Angebot der Nachbarschaftshilfe
- Quartiersmanagement Stieghorst, SkF, Sozialdienst kath. Frauen
- Sportbund Bielefeld
- Martini Gemeinde
- Begegnungszentrum KUNZ

Darüber hinaus bestand während des Projektzeitraums ein Kontaktaustausch mit folgenden Institutionen:

- Begegnungszentrum Cafe Kuntz, Pellahöhe, Kreuzstraße
- Stadtteileinrichtung Lipper Hellweg

- Mitarbeiter\*innen der Quartierssozialarbeit der Stadt Bielefeld
- Mitfahrt mit dem Infomobil „Hilde“ (Frau Lahr, Quartierssozialarbeit der Stadt Bielefeld)
- Teilnahme am Treffen der „AG Quartiersaktive“ im Rathaus Bielefeld
- Teilnahme an der öffentlichen Veranstaltung des Seniorenrates der Stadt Bielefeld
- Begleitung von Frau Gerstenberger, Pflegeberatung Stieghorst

Abschließend lassen sich die genannten Eindrücke und Informationen, die in den Einzelgesprächen und durch den Austausch mit den Multiplikator\*innen gewonnen werden konnten, in einige Schwerpunkte zusammenfassen.

Generell scheint eine wahrnehmbare Vereinsamung im Stadtteil Stieghorst stark ausgeprägt zu sein. Dies ist teilweise durch die Struktur des Stadtteils mitbedingt.

In Stieghorst leben viele ältere Menschen, deren Ehepartner\*in, Freunde oder Bekannte mit der Zeit versterben. Trotz der Verluste nahestehender Personen werden oftmals keine neuen Kontakte oder Beziehungen gesucht und aufgebaut.

Ein Teil der älteren Menschen gehört zur Kriegs- und Nachkriegsgeneration. Zur damaligen Zeit gab es kaum oder gar keine sozialen Projekte, Unterstützung oder psychologische Beratungs- und Hilfsangebote. Diese Menschen haben sich vor allem auf den Kreis der Familie beschränkt, was ihnen nach eigener Aussage genügt. Weitere soziale Kontakte werden nicht oder kaum angestrebt.

Durch die Corona-Pandemie sind viele der sozialen Angebote vor Ort ausgefallen und die Wiederaufnahme dieser nach den Kontaktbeschränkungen gestaltet sich schwierig. Teilweise entsprechen die Angebote nicht den Interessen der Menschen (z.B. digitale Angebote für ältere Menschen) oder sind nicht hinreichend bekannt. Durch die Beschränkungen haben sich viele Menschen scheinbar an ihre Einsamkeit „gewöhnt“ – eine Loslösung aus der sozialen Isolation scheint für sie nicht möglich bzw. aus eigener Kraft nicht realisierbar.

Bei jungen Menschen lässt sich eine digitale Vereinsamung feststellen. Diese ist ebenfalls durch die Pandemie (mit)bedingt. Viele junge Menschen kommunizieren ausschließlich digital mit dem Smartphone oder anderen Geräten mit ihren Freunden und Mitmenschen und haben so verlernt, real auf diese zuzugehen. Den jungen Menschen selbst wird ihre Situation oft erst später bewusst. Durch das Internet ergeben sich viele Möglichkeiten der Kontaktaufnahme, selbst Lebensmittel lassen sich liefern. Auf diese Weise fehlt ihnen zunächst nichts, die eigentliche soziale Isolation wird erst im Nachhinein bemerkt.

Zudem lebt in Stieghorst ein hoher Anteil an Menschen mit Zuwanderungsgeschichte und Migrationshintergrund.



Die Menschen mit Migrationshintergrund und Zuwanderungsgeschichte scheinen untereinander gut vernetzt zu sein und leben in sorgender Gemeinschaft. Kontakte außerhalb dieser Gemeinschaft sind selten für Außenstehende sichtbar.

In den Einzelgesprächen gaben manche Menschen an, sich ihrer Einsamkeit bewusst zu sein, an der Situation aber nichts aktiv verändern zu wollen. Diese Personen sagten sie seien mit ihrer Situation zufrieden und ihnen fehle der Kontakt zu anderen Menschen nicht.

## 6. Wichtige Erkenntnisse

Durch die praktische Erprobung möglicher neuer Zugänge im Projektzeitraum konnten folgende Erkenntnisse herausgearbeitet werden:

1. Vereinsamte Menschen können nur durch eine aufsuchende Arbeit (Angebote & direkte Ansprache) erreicht werden.
2. Die Ursachen der Vereinsamung sind in den meisten Fällen vielfältig und nicht monokausal. Die jeweilige Situation ist immer von der jeweiligen Person, ihren individuellen Ressourcen sowie der subjektiven Wahrnehmung von Einsamkeit abhängig.
3. Vereinsamung ist altersunabhängig.
4. Für die Zielgruppenansprache bedarf es einen anderen thematischen Einstieg als „Einsamkeit“ oder „Vereinsamung“. Besonders gut als Zugangsweg eignen sich gemeinsame Interessen, andere Menschen oder Tiere.
5. Stark vereinsamte Personen aus der „Einsamkeitsspirale“ zu holen, in der sie sich befinden, ist äußerst schwierig. Je nachdem, wie lange der Zustand bei ihnen bereits anhält, kann häufig eine Art „erlernte“ Einsamkeit oder auch soziale Entwöhnung festgestellt werden, die bei der Planung von Maßnahmen, Aktionen etc. berücksichtigt werden muss. Diese Menschen sind bereits über einen (subjektiv) so langen Zeitraum einsam, dass sie sich an diesen Zustand gewöhnt haben und somit verlernt haben, mit anderen Menschen in Kontakt zu treten oder um Hilfe zu bitten usw. Durch den

andauernden Zustand verstärkt sich die Einsamkeit weiter, gleichzeitig nehmen Sozialkompetenz und die Bereitschaft, sich mit anderen auszutauschen, sukzessive ab.

6. Die ursprünglich erwarteten Zugangswege haben sich weitestgehend als nicht hilfreich erwiesen. Dazu zählen die Kontaktaufnahme über Multiplikator\*innen wie Ärzt\*innen, Apotheken Mitarbeiter\*innen, Mitarbeiter\*innen von Supermärkten, Bäcker\*innen und dergleichen. Bei den Arztpraxen herrscht Zeit- und Personalmangel, was eine nähere Kommunikation mit den Patient\*innen verhindert. Bis auf wenige Ausnahmen konnten die jeweiligen medizinischen Fachangestellten oder die Ärzt\*innen keine Angaben dazu machen, ob sich ihre Patient\*innen einsam fühlen. Das gleiche Bild zeigt sich bei den Apotheken, Supermärkten und Bäckereien. Der Kontakt zu Kund\*innen beschränkt sich über den Verkauf der jeweiligen Waren, Gespräche sind oberflächlich und geben keinen Aufschluss über die jeweilige private Situation der Kund\*innen.

Aus den Erkenntnissen, die im Projektverlauf gewonnen werden konnten, wurden Empfehlungen für weitere Maßnahmen abgeleitet, auf die im nächsten Punkt weiter eingegangen wird.

## 7. Empfehlungen

Durch die Erkenntnisse, die im Rahmen des Projektes „Neue Zugänge zu schwer erreichbaren Zielgruppen finden“ gewonnen wurden, lassen sich im Wesentlichen zwei Empfehlungen für die weitere Arbeit im Themenfeld Einsamkeit aussprechen.

Zum einen ist es wichtig, seriös auftretende und vertrauenswürdige Menschen Kontakt zur Zielgruppe aufnehmen zu lassen. Auf diese Weise kann eine erste Barriere bei der Kontaktaufnahme durch ein freundliches, zugängliches Auftreten abgebaut werden. Diese Menschen müssen nicht zwingend eine formal sozialarbeiterische Expertise aufweisen, da es hier vorrangig um eine Kontaktaufnahme geht, nicht um konkrete Beratung. Auch die Projektmitarbeiterinnen, die den Zugang in Bielefeld-Gellershagen und Bielefeld-Stieghorst erprobt haben, sind keine ausgebildeten Sozialarbeiterinnen, was das Projektvorhaben allerdings nicht beeinträchtigt hat.

So individuell wie Einsamkeit sich bei einzelnen Personen äußert, so einzigartig muss auch die jeweilige Maßnahme sein, die zum Einsatz kommt. Diese sollte auf die Situation der

einsamen Person zugeschnitten sein. Das bedeutet allerdings auch das eine geringe Anzahl an begleiteten Menschen einen hohen Ressourceneinsatz fordert. Dies gilt es zu berücksichtigen.

Generell lassen sich Menschen der Zielgruppe gut über eine Vertrauensbasis erreichen. Hinzu kommen „Türöffner“ in Form von anderen Menschen, wie z.B. Nachbar\*innen oder über gemeinsame Interessen wie Sport oder singen. Für die Kontaktaufnahme können Tiere wie Hunde bei einigen Menschen hilfreich sein, um Hemmnisse abzubauen. Gleichzeitig ist ein Gesprächsthema vorhanden, zu dem man sich austauschen kann. Auch hier gibt es keine generelle Empfehlung, alle Vorschläge müssen individuell betrachtet werden, um den passenden Zugangsweg zu finden.

Ferner ergeben sich Fragen und Hypothesen, die im Rahmen eines Folgeprojektes geprüft werden könnten:

- Helfen Anlässe, die sich auf persönliche Interessen und Fähigkeiten beziehen, um die Spirale der Vereinsamung zu durchbrechen?
- (Wie) kann es helfen, Menschen nicht zum Leistungsempfänger\*innen sondern zu Akteur\*innen (z.B. Kuchenbäcker\*innen) zu machen?
- Wie kann der Aufbau von Vertrauen konkret aussehen und welche Wirkungen lassen sich durch eine Vertrauensbasis erzielen?
- Sind von der Person unabhängige positive „Zwangskontakte“ (z.B. Geburtstagsbesuche) hilfreich?

Das Thema „Einsamkeit“ ist vielschichtig und auch in Bielefeld in diversen Kontexten vorhanden. Durch eine weitere Annäherung an das Thema, zum Beispiel im Rahmen eines Folgeprojektes, können diese und weitere Fragen möglicherweise geklärt werden und die derzeitigen Prozesse und Maßnahmen, die bereits gegen Einsamkeit unternommen werden, zusätzlich gestärkt werden. Gleichzeitig kann ein Erkenntnisgewinn gefördert werden.

## Kontaktinformationen

**Projekt:** „Neue Zugänge zu schwer erreichbaren Zielgruppen finden“

## Kooperationspartner

Stadt Bielefeld  
Niederwall 25  
33602 Bielefeld

Diakonie für Bielefeld gGmbH  
Schildescher Straße 101  
33611 Bielefeld

AWO Kreisverband Bielefeld e.V.  
Mercatorstraße 10  
33602 Bielefeld



Kreisverband  
Bielefeld e.V.

Anfragen richten Sie bitte zentral an:

Lara Sommer

AWO Kreisverband Bielefeld e.V.

E-Mail: [l.sommer@awo-bielefeld.de](mailto:l.sommer@awo-bielefeld.de)

Tel: 0152 57415203

## Quellenverzeichnis

**Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.** (2022). Strategie gegen Einsamkeit. Verfügbar unter: <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/themen/engagement-und-gesellschaft/strategie-gegen-einsamkeit> (27.11.2022)

**Dr. Theresa Entringer.** (2022). Kompetenznetz Einsamkeit – KNE Expertise 4/2022. Epidemiologie von Einsamkeit in Deutschland.

**Prof. Dr. Maike Luhmann.** (2022). Kompetenznetz Einsamkeit – Definition und Formen der Einsamkeit. KNE Expertise 1/2022.

## Anhang

1. Informationsschreiben zum Projekt für die Multiplikator\*innen
2. Dokumentationsvorlage zu den Gesprächen mit Multiplikator\*innen
3. Dokumentationsvorlage zu den Einzelgesprächen

## Projekt „Neue Zugänge zu schwer erreichbaren Zielgruppen finden“

Viele Menschen haben ungewollt nur sehr wenige soziale Kontakte und sind somit einsam. Die Gründe dafür sind vielfältig, z.B. Armut, Einwanderungsgeschichte, niedriger Bildungsstand oder andere Lebensherausforderungen.

Sie werden über die bestehenden sozialen Angebote und Leistungen nicht erreicht. Auch Informationsquellen wie Tageszeitung, Fernsehen oder Social Media helfen hier nicht, um Zugänge zu schaffen. Schon vor der Corona-Pandemie stand die Frage „Wie erreichen wir Menschen, die sich aus der Gesellschaft zurückgezogen haben?“ im Fokus der Sozialen Arbeit Bielefelds. Durch die Pandemie hat sich die Problematik verschärft: Kontakte wurden durch amtliche Bestimmungen weiter eingeschränkt, zum Teil fehlt den Menschen wichtiges Wissen um Regeln und Unterstützungsmöglichkeiten. In der Folge drohen diese Menschen komplett zu vereinsamen oder nehmen wichtige Hilfen, wie z. B. Sozialleistungen, nicht in Anspruch.

Die Auswahl an sozialen oder freizeitorientierten Angeboten in Bielefeld ist groß. Theoretisch ist für fast alle Menschen das passende Angebot dabei. Auch die Erreichbarkeit der Angebote ist in Bielefeld gut entwickelt. Bestimmte Personen werden jedoch nicht über klassische Zugänge, z.B. durch Sozialarbeit oder Werbung erreicht.

Die Frage nach dem Warum? war Ausgangspunkt für die Projektidee, die als Maßnahme in den sogenannten Bielefelder Corona-Aktionsplan aufgenommen wurde. Dieser Aktionsplan vereint viele unterschiedliche Maßnahmen für Menschen in jeder Lebensphase und Lebenslage, um die negativen Folgen der Corona-Pandemie zu mildern.

Ziel des Projekts **Zugänge** ist es, unterschiedliche, außergewöhnliche Zugangswege und -orte zu vereinsamten Personen zu finden.

Hier kommen **Sie** ins Spiel: Wir glauben, dass Sie durch Ihre Arbeit regelmäßig Kontakt zu Menschen haben, die einsam sind. Daher bitten unsere Mitarbeiterinnen um Ihre Unterstützung, z. B. indem Sie Hinweise auf möglicherweise vereinsamte Personen weitergeben, die Ihnen begegnen.

Da es sich um ein zeitlich sehr begrenztes Projekt handelt, ist der Arbeitsauftrag für unsere Mitarbeiterinnen sehr klar beschrieben. Es geht darum, die betroffenen Personen kennenzulernen (Um wen handelt es sich?) und Informationen über Zugangsmöglichkeiten zu sammeln (Wo halten sich diese Menschen auf? Wie fallen sie auf? Wie und wo lassen sie sich ansprechen?).

Es geht nicht darum, die Menschen in Angebote zu vermitteln. Diese Aufgabe übernehmen andere Personen, die in der Sozialen Arbeit Bielefelds tätig sind (z. B. Stadtteilmütter und -väter, Quartierssozialarbeiter\*innen). Die Erkenntnisse aus diesem Projekt sollen aber in die soziale Arbeit einfließen und auf diese Weise weiter erprobt werden.

Die Ergebnisse des Projektes werden in den sozialen Arbeitprozessen der Stadt Bielefeld genutzt und mit der Kommunalpolitik diskutiert.

Wir freuen uns, wenn Sie das Projekt und die Arbeit unserer Mitarbeiterinnen vor Ort unterstützen!

## Dokumentationsbogen zum Projekt:

### „Neue Zugänge zu schwer erreichbaren Zielgruppen finden“

#### -Multiplikator\*innen-

1. Quartier: Gellershagen  Stieghorst

2. Zugangswege:

Geschäft des täglichen Bedarfs (Lebensmittelgeschäft, Apotheke, etc.)

Arzt oder Ärztin

Körpernahe Dienstleistungen (Friseur\*in, Kosmetiker\*in, etc.)

Andere Träger

Quartiersbegehung

Sonstige: \_\_\_\_\_

3. Kontaktaufnahme:

direkte Ansprache

telefonisch

schriftlich

Kontakt über Dritte

4. Reaktion des oder der Multiplikator\*in auf das Projekt/Thema/die Anfrage:

5. Auskünfte durch den oder die Multiplikator\*in zur Zielgruppe:

6. Weiterer Verbleib (bleibt der Kontakt bestehen oder wird nochmal aufgenommen?)



## Dokumentationsbogen zum Projekt: „Neue Zugänge zu schwer erreichbaren Zielgruppen finden“

1. Quartier:  Gellershagen  Stieghorst

2. Zugangsweg: Wie?

- Beobachtung  Social Media  Anschreiben  
 Multiplikator\*innen  Quartiersbegehung  Befragung  
 sonstiges \_\_\_\_\_

3. Zugangsort:

Wo?: \_\_\_\_\_ Uhr-/Tageszeit?: \_\_\_\_\_

➔ Personenbezogene Daten der Person

4. Geschätztes Alter (eigene Einschätzung):

- |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Unter 20 Jahre           | 20-30 Jahre              | 30-40 Jahre              | 40-50 Jahre              |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 50-60 Jahre              | 60-70 Jahre              | 70-80 Jahre              | 80+                      |

Geschätztes Alter (durch eine\*n Multiplikator\*in angegeben): \_\_\_\_\_

5. Geschlecht:  männlich  weiblich  divers

6. Zuwanderungsgeschichte:  ja  nein  nicht klar erkennbar

7. Familienstand/Lebenssituation:

- ledig  verheiratet  geschieden  verwitwet  keine Angabe

Lebenssituation (z.B. alleinerziehend, alleinlebend, arbeitslos, studierend, ...):

\_\_\_\_\_

**Ab hier zusätzliche interessante Informationen über die Personen, die nicht unbedingt erfasst werden müssen, da sie nicht direkt den „Zugang“ betreffen**

**Kommunikationsverhalten (z.B. verschlossen, freundlich-aufgeschlossen, Gestik, Mimik, etc.):**

**Beschreibung der Person durch den oder die Multiplikator\*in (Optik, Verhalten):**

**Eigene Beschreibung/Wahrnehmung der Person:**

**Informationen, die an die Person weitergeben wurden (bzgl. Angeboten aus Einrichtungen im Quartier):**

**Reaktion der Person auf die Informationen:**

**Wenn von der Person selbst angegeben: gibt es Zusammenhänge bei den oben genannten Bereichen, die möglicherweise zu Vereinsamung etc. beitragen/ beigetragen haben?**

**Sonstiges:**