

Hochschule für Angewandte Wissenschaft Hamburg – *Hamburg University of Applied Sciences*

Fakultät Life Sciences, Department Health Sciences

HAMBURG TEILT (:) –
Betrachtung und Beschreibung eines World Sharety Projekts

Bachelorarbeit

Gesundheitswissenschaften

vorgelegt von

Friederike Johanna Tunsch
Matrikelnummer: 1919636

Betreuer: Professor Dr. Detlef Krüger (HAW Hamburg)

Koreferat in: Dr. Angela Schröder

Hamburg, den 07.05.2012

Vorwort

Als ich im Jahr 2006 gleich nach meinem Examen als Kinderkrankenschwester in „das warme Herz Afrikas“, wie Malawi von Liebhabern genannt wird, reiste, wusste ich noch nicht, dass ich dort die wertvollsten Erfahrungen meines bisherigen Lebens sammeln würde. Ich arbeitete als Freiwillige zunächst in einem SOS Kinderdorf auf der Krankenstation und schließlich in einem Waisenhaus für Babys. Meine ersten Begegnungen mit der sogenannten „Dritten Welt“ empfand ich als sehr beeindruckend. Trotz Armut und Krankheit begegnete ich Menschen voller Lebensfreude und Hoffnung.

Beide Organisationen in denen ich arbeitete, sowohl das „SOS Childrens Village“, als auch die „Crisis Nursery“, sind Non-Government-Organisations (NGOs). Das bedeutet, sie sind nichtstaatliche Organisationen und finanzieren sich vor allem durch Spendengelder. Durch den direkten Kontakt zu den Kindern und Mitarbeitern und den Einblick in ihren Alltag, sowie die damit zusammenhängenden Probleme weiß ich heute, wie wichtig die Unterstützung von außen durch Spenden für Organisationen dieser Art tatsächlich ist.

Meine Zeit in Afrika, die Erfahrungen und Eindrücke, die ich dort sammeln durfte, haben tiefen Eindruck bei mir hinterlassen und mich als Mensch in meinem Denken nachhaltig beeinflusst. Ich werde alle Menschen, die ich in Malawi kennenlernen durfte, sowie das Land selbst immer in meinem Herzen tragen.

Der Gedanke an die Missstände in Afrika und der damit verbundene veränderte Blick auf die Welt motivierten mich bereits kurz nach meiner Rückkehr nach Deutschland zu dem Entschluss Gesundheitswissenschaften zu studieren, um anschließend in der Entwicklungshilfe arbeiten zu können. Im Laufe meines Studiums eröffneten sich mir viele Erkenntnisse bezüglich neuer Wege und Möglichkeiten, die Ungleichheiten und Missstände in der Welt zu erkennen und zu betrachten. Bereits seit Beginn des Studiums liegt mein Interessenschwerpunkt im Bereich Gesundheitsförderung und Prävention. Im Laufe des Studiums ergänzte sich dies um den Themenbereich Projektmanagement, weshalb ich mich um einen Praktikumsplatz bei „LOWANI – Agentur für soziale Kommunikation GmbH“ in Hamburg bewarb, da diese gemeinnützige Projekte durchführt. Mein Ziel war es, an einem großen Projekt mitzuarbeiten, mein Wissen einzubringen und an der Verwirklichung einer Idee teilzuhaben, die sich nachhaltig etablieren sollte. Die Agentur LOWANI, arbeitete zu

diesem Zeitpunkt an einem großen Projekt mit dem Namen HAMBURG TEILT (:) und gab mir die Chance ein Teil dessen zu werden.

HAMBURG TEILT (:) ist ein so genanntes *Sharety Projekt*, dessen Idee bereits 2010 in Frankfurt unter dem Namen FRANKFURT TEILT (:) verwirklicht wurde und 2012 sowohl als BERLIN TEILT (:) als auch erneut als HAMBURG TEILT (:) in Planung ist. Die erste Realisierung in Frankfurt im Jahr 2010 verlief so erfolgreich, dass das vorliegende Konzept, mit der Auszeichnung „Deutschland - Land der Ideen“ von der Bundesregierung ausgezeichnet wurde. Die genannten Projekte sind, wie viele weitere, dem *World Sharety Projekt* zuzuordnen (Vgl. 1.4).

Die Praktikumsdauer von 16 Wochen, die die Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW) vorgibt, verlängerte ich um den Zeitraum des Projekts, damit ich es bis zu dessen Abschluss betreuen konnte. Da *Sharety Projekte* wie HAMBURG TEILT (:) auf die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit angewiesen sind, habe ich mich entschlossen, die Idee des „Sharety“ und das Projekt in meiner Bachelorarbeit zu veranschaulichen und näher zu erläutern.

An dieser Stelle möchte ich meinem betreuenden Professor Dr. Detlef Krüger und Dr. Angela Schröder für ihre professionelle Hilfe und Unterstützung danken. Ihr großes Verständnis und Engagement haben erheblich zur Entstehung dieser Arbeit beigetragen. Vielen Dank auch an Benjamin Jürgens, den Geschäftsführer der LOWANI - Agentur für soziale Kommunikation GmbH für die Möglichkeit zur Mitarbeit an einem *Sharety Projekt* und dem mir in diesem Zusammenhang entgegengebrachten Vertrauen.

Ein besonderer Dank gilt meiner Freundin, die mich stets unterstützte, ermutigte und mir beim Verfassen der Arbeit eine wichtige Hilfestellung war.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----------|
| Vorwort | 1 |
| Inhaltsverzeichnis | 3 |
| Abbildungsverzeichnis | 5 |
| Einleitung | 6 |
| | |
| 1. Hintergrund | 8 |
| 1.1 „Welcome to the Good Economy“..... | 8 |
| 1.2 Der Initiator des <i>World Sharety Projekts</i> | 9 |
| 1.3 Eine neue Philosophie des Teilens – „Spirit of Sharety“..... | 10 |
| 1.3.1 Begriffserklärung des Wortes „Sharety“..... | 11 |
| 1.4 Projekte des <i>World Sharety Projekts</i> | 12 |
| 1.4.1 propheten® – The first global Sharety Brand..... | 12 |
| 1.4.2 Frankfurt TEILT (:)...... | 13 |
| 1.4.3 HAMBURG TEILT (:)...... | 13 |
| 1.4.4 propheten sharety fashion..... | 13 |
| 1.4.5 thanks – Die glücklichste Webseite der Welt..... | 14 |
| 1.4.6 kinderwelten – Macht fit fürs Leben..... | 14 |
| 1.5 LOWANI- Agentur für soziale Kommunikation GmbH..... | 14 |
| 1.5.1 Begriffserklärung „GmbH“..... | 15 |
| 1.5.2 Gründer und Geschäftsführer Benjamin Jürgens..... | 15 |
| 1.5.3 Mitarbeiter von LOWANI - Agentur für soziale Kommunikation GmbH..... | 16 |
| 1.5.4 Definition des Wortes LOWANI..... | 17 |
| 1.5.5 Philosophie und Tätigkeit von LOWANI..... | 18 |

| | |
|--|-----------|
| 2. Betrachtung und Beschreibung des Projekts – Hamburg teilt... | 20 |
| 2.1 Die Idee..... | 20 |
| 2.2 Projekt- und Zielbeschreibung..... | 21 |
| 2.3 Magisches Dreieck..... | 22 |
| 2.4 Projektumfeld..... | 23 |
| 2.4.1 Stakeholder..... | 25 |
| 2.4.2 Chancen- Risikoanalyse..... | 27 |
| 2.5 Projektphasenplan..... | 28 |
| 2.6 Projektstrukturplan..... | 30 |
| 2.7 Teilnehmende Unternehmen, Institutionen und Medienpartner.. | 32 |
| 2.8 Projektergebnis..... | 36 |
| | |
| 3. Ausblick..... | 37 |
| | |
| 4. Fazit..... | 38 |
| | |
| Quellenverzeichnis..... | 39 |
| | |
| Eidesstattliche Erklärung..... | 42 |

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Logo Propheten

[Quelle: http://www.propheten.com/pics/propheten_logo.png (Stand 28.04.2012)]

Abb. 2: Logo Frankfurt TEILT (:) [Quelle: http://www.frankfurt-teilt.de/index.php%3Frex_img_type%3Dsignature%26rex_img_file%3Dft_logo.jpg (Stand 28.04.2012)]

Abb. 3: Logo HAMBURG TEILT (:)

[Quelle: http://www.budnianer-hilfe.de/kategorien/10_Aktuelles/dateien/Hamburg_teilt.jpg (Stand 28.04.2012)]

Abb. 4: Logo propheten sharety fashion [Quelle: <http://www.propheten-fashion.com/> (Stand 28.04.2012)]

Abb. 5: Logo thanks [Quelle: <http://www.thanks.at/> (Stand 28.04.2012)]

Abb. 6: Logo Kinderwelten

[Quelle: http://www.kgs-am-roemerhof.de/assets/images/autogen/a_Logo_Kinderwelten.gif (Stand 28.04.2012)]

Abb. 7: Logo LOWANI – Agentur für soziale Kommunikation GmbH [Quelle: <http://www.nicosfarm.de/wp-content/uploads/2011/01/lowani.png> (Stand 28.04.2012)]

Abb. 8: Benjamin Jürgens, Geschäftsführer LOWANI [Quelle: <http://www.lowani.de/> (Stand 28.04.2012)]

Abb. 9: Oliver Litten, LOWANI [Quelle: <http://www.lowani.de/> (Stand 28.04.2012)]

Abb. 10: Benjamin Facius, LOWANI [Quelle: <http://www.lowani.de/> (Stand 28.04.2012)]

Abb. 11: Tom Piert, LOWANI [Quelle: <http://www.lowani.de/> (Stand 28.04.2012)]

Abb. 12: Susanne Stock, LOWANI [Quelle: <http://www.lowani.de/> (Stand 28.04.2012)]

Abb. 13: Das magische Dreieck

[Quelle: http://www.vesab.de/_lern_pm/pm1_ziele/image/pm1_ziele_04_dreieck.jpg (Stand 28.04.2012)]

Abb. 14: Grafik Projektumfeld [Quelle: Darstellung von Projektmanager Tom Piert und Friederike Tunsch]

Abb. 15: Mind-Map Stakeholder [Quelle: Projektunterlagen der LOWANI GmbH]

Abb. 16: Projektstrukturplan HAMBURG TEILT (:) [Quelle: Darstellung von Projektmanager Tom Piert und Friederike Tunsch]

Abb. 17: Übergabe Spendenscheck Budnikowski GmbH&Co KG [Quelle: LOWANI Agentur für soziale Kommunikation GmbH: Archiv]

Abb. 18: Peace Bike von Electra

[Quelle: http://conchobikeshop.com/images/library/large/electra_168302_11_m.jpg (Stand 28.04.2012)]

Abb. 19: Mahlzeit Box [Quelle: LOWANI Agentur für soziale Kommunikation GmbH: Archiv]

Abb. 20: HAMBURG TEILT (:) Stand in der Europapassage Hamburg [Foto: Friederike Tunsch]

Abb. 21: „Team Spirit“-Teebox in einer Special Edition von „Hinz&Kunzt“ [Foto: Friederike Tunsch]

Abb. 22: HAMBURG TEILT-Special Edition 3er Tasting-Box [Foto: Friederike Tunsch]

Abb. 23: Benjamin Jürgens bei der Versteigerung im Herzblut St. Pauli [Foto: Friederike Tunsch]

Abb. 24: Gast bei der Versteigerung im Herzblut St. Pauli [Foto: Friederike Tunsch]

Abb. 25: Litfaßsäule mit HAMBURG TEILT (:) Plakat [Foto: Friederike Tunsch]

Abb. 26: Edgar Free Cards in Location in Hamburg [Foto: Friederike Tunsch]

Abb. 27: Werbung in Hamburger U-Bahn [Foto: Friederike Tunsch]

Einleitung

Das Leid der Welt im 21. Jahrhundert beschränkt sich schon lange nicht mehr auf Armut und Hunger. In nahezu allen Bereichen des Lebens erleiden Menschen Schicksalsschläge, erkranken schwer, werden misshandelt oder vernachlässigt. Um dem entgegenzuwirken, bedarf es Hilfe derer, die nicht betroffen sind. Die Menschen müssen auf das Leid anderer aufmerksam werden und eigenständig den Wunsch entwickeln, helfen zu wollen. Auf dieser Basis muss denen, die entsprechende Möglichkeiten haben, aufgezeigt werden, wie sie ihre Mittel einsetzen können, um eine nachhaltige Wirkung zu erzielen. Die Möglichkeiten, für Bedürftige zu spenden, ist heutzutage Dank Spendensendungen und -aufrufen in den Medien sehr breit gefächert. Das eigene Vermögen abzugeben und fremden Menschen zu schenken ist jedoch leider vielen Menschen fremd. Die Agentur LOWANI – Agentur für soziale Kommunikation GmbH unterstützt daher die Entwicklung eines Projekts, das Menschen mit entsprechenden Mitteln eine Anleitung gibt, wie sie ihr Vermögen teilen können. Hierbei handelt es sich nicht um das Privatvermögen von Einzelpersonen, sondern um die Erlöse speziell ausgewählter Produkte. Das Projekt HAMBURG TEILT (:) bringt eine neue Philosophie des Teilens mit sich, die in dieser Arbeit beschrieben und anhand des Projekts praktisch dargestellt werden soll.

Hierfür wird im ersten Teil der vorliegenden Arbeit zunächst das Werk „Good Economy“ von Michael Kuhlmann betrachtet, indem die Forderung nach einer neuen ethischen Grundeinstellung und damit die Forderung nach einem neuen Ansatz in der Wohlstandsgesellschaft erläutert werden. Dies stellt den Ausgangspunkt für die Entwicklung der im Folgenden beschriebenen Idee dar. Nachdem der Initiator des sogenannten *World Sharety Projekts* knapp vorgestellt wird, wird die dazugehörige neue Philosophie dargestellt und der Begriff „Sharety“ definiert. Zur Veranschaulichung werden anschließend beispielhaft einige dem *World Sharety Projekt* zugehörige Projekte genannt. Eines von ihnen, das Projekt HAMBURG TEILT (:), wurde von einer Hamburger Agentur entwickelt und umgesetzt. Zum besseren Verständnis wird diese anhand einer genauen Beschreibung zunächst dargestellt, bevor das Projekt näher beschrieben wird. Dies erfolgt zu Beginn anhand von Erläuterungen der Idee, der Ziele, des Projektumfeldes, sowie der Projektplanung in Phasen und Struktur. Anschließend werden teilnehmende Unternehmen, Institutionen und Medienpartner genannt, sowie ihre Form der Mitwirkung am Projekt skizziert. Dies

dient der Verdeutlichung der konkreten Umsetzung der Idee. Abschließend werden die Ergebnisse des Projekts HAMBURG TEILT (:) beschrieben, sowie ein Ausblick auf geplante Folgeprojekte gegeben.

Die Projektbeschreibung dieser Arbeit erfolgt zu großen Teilen auf der Grundlage von Beobachtungen und Mitschriften des Verfassers, der die Möglichkeit hatte, direkt am Projekt mitzuwirken. Da es sich für die LOWANI GmbH bei dem Projekt HAMBURG TEILT (:) um das erste große Projekt der Agentur handelte, gab es nur wenige feste Strukturen, häufig kurzfristige Planänderungen und neue Umsetzungsvorschläge in verschiedenen Bereichen, so dass kaum schriftliches Festhalten des Vorgehens stattgefunden hat. Die Beobachtungen des Verfassers werden zudem ergänzt durch mündlich durchgeführte Interviews mit dem Geschäftsführer, sowie den Mitarbeitern der LOWANI GmbH und dem Projektmanager des Projekts HAMBURG TEILT (:).

1. Hintergrund

Das folgende Kapitel dient dem besseren Verständnis der Entstehung und Entwicklung des *World Sharety Projekts*. Zunächst wird ein kurzer Einblick in die Bücher „Welcome to the Good Economy“ von Paul Gutmann, Michael Kuhlmann und Ryszard Lempart, sowie „Spirit of Sharety“ von Ryszard Lempart und Michael Kuhlmann gegeben, da sie als Wesensgrundlage des Projekts verstanden werden können und Michael Kuhlmann als Initiator des *World Sharety Projekts* gilt. Kuhlmann wird zudem anschließend als Person vorgestellt. Nachdem die Wortneuschöpfung „Sharety“ definiert wurde, werden beispielhaft Projekte genannt, die dem *World Sharety Projekt* zuzuordnen sind. Am Ende des Kapitels wird die Agentur LOWANI - Agentur für soziale Kommunikation vorgestellt, die das Projekt Hamburg teilt ins Leben gerufen hat.

1.1 „Welcome to the Good Economy“

Paul Gutmann beschreibt in seinem Buch „Welcome to the Good Economy“ in Zusammenarbeit mit Michael Kuhlmann und Ryszard Lempart einen Denkansatz aus dem hervorgeht, dass eine neue ethische Einstellung in der Gesellschaft notwendig ist, um das Glück des Einzelnen gewährleisten zu können.

Laut Gutmann ist das Leben in der heutigen Wohlstandsgesellschaft ein „Streben nach Habseligkeit“¹. Das Lebenskonzept der Bürger beruht auf Geld und Glück, wobei die Reihenfolge dieser beiden Grundelemente klar definiert ist. Gutmann beschreibt, dass es durch die vorhandene materielle Grundlage, die die soziale Marktwirtschaft geschaffen hat, jedem Einzelnen möglich ist, seinen Wünschen nach persönlichem Glück nachzugehen. Hierbei ließe sich jedoch für die meisten Bürger ein Leben in Armut nicht damit vereinen glücklich zu sein. Der höhere Wert des materiellen Lebens gegenüber den ethischen Werten, hat laut Gutmann ein strategisches Denken und beginnendes Ausbeuten des Systems durch die Bürger zur Folge. Die Mehrheit der Bevölkerung ist nach Aussage des Autors nicht fähig, eine ethische korrekte Grundhaltung einzunehmen. Die von Gutmann beschriebene „Good Economy“ soll dem strategischen Denken entgegenwirken, indem sie der Habseligkeit die ethische Freiheit entgegengesetzt. Dem Wohlstandsbürger wird hierbei die Möglichkeit gegeben, mit einer guten Tat, wie z.B. einer Spende, den Wohlstand bei denen zu fördern, die ihn aus eigener

¹ Vgl. Gutmann, Paul (2004). Welcome to the Good Economy. Über Marketing der Wohlstandsicherung S. 145

Kraft nicht erlangen können und im Gegenzug emotionale Bestätigung zu erhalten. Auf diese Weise will Gutmann zur Erhaltung des Wirtschaftssystems beitragen.² Er bezeichnet „Good Economy“ als „Hilfe zur Selbsthilfe“³, bei der die wichtigste Grundregel sei, mit steigendem Wohlstand umso produktiver zu teilen. Das Wachstum von Zufriedenheit, die gute Taten auslösen, macht den Menschen laut Gutmann konsumfreudiger. Somit sorgt „Good Economy“ nicht nur für sozialen Ausgleich, sondern zudem für Sicherung des Wohlstandes, da es den Absatz stimuliert.⁴

Das gesamte Konsumklima wird nach Gutmann durch Kommunikation beeinflusst, wobei Emotionen eine größere Rolle spielen als sachliche Argumente. Der eigentliche Wert eines Produkts wird stets durch seinen emotionalen Markenwert gesteigert. Durch werthaltige Kommunikation können neue Wertschöpfungspotentiale für Produkte erschlossen werden. Als Basis hierfür sieht der Autor das produktive Teilen, oder auch „Sharety“ (Vgl. 1.3.1). Gute Taten zu erbringen gibt dem Menschen das Gefühl wertvoll zu sein, was einen wichtigen Grundbaustein der „Good Economy“ darstellt. Da die Unternehmen eigenständig handeln und dem Konsumenten die Möglichkeit zu guten Taten geben müssen, basiert sie zudem auf dem sozialen Verantwortungsbewusstsein der Wirtschaft.⁵

Im „Good Economy“-Ansatz von Paul Gutmann geht es nicht um eine „Vision der Gerechtigkeit“⁶, sondern um eine Bewegung, die schrittweise durchgeführt werden muss. Hierzu werden Sharety-Projekte benötigt, die von einzelnen Unternehmen realisiert werden.⁷

1.2 Der Initiator des *World Sharety Projekts*

Der am 28.6.1966 geborene Michael „Mike“ Kuhlmann, arbeitet und lebt heute mit seiner Frau und seinem Sohn in Frankfurt am Main. Er gründete 1987 mit seinem Partner seine erste eigene Werbeagentur unter dem Namen „DSB&K“, die er 1997 an die WPP Group verkaufte. 2002 wurde Mike Kuhlmann, in der Projektleitung unterstützt durch Katharina Goldmann, Gründer und Geschäftsführer der *Hab&Gut-Kreativagentur und Unternehmernetzwerk GmbH*⁸. Kuhlmanns Fokus liegt auf

² Vgl. Ebd. S.145f

³ Vgl. Ebd. S. 151

⁴ Vgl. Ebd.

⁵ Vgl. Ebd. S. 152

⁶ Vgl. Ebd. S. 153

⁷ Vgl. Ebd.

⁸ Vgl. <http://www.habundgut.ch/>

Networking, Strategieberatung und Markenaufbau, sowie der Kreation. Zusätzlich ist er als Künstler, indem er seine künstlerische Form in verschiedenen seriellen Arbeiten zum Ausdruck bringt. Michael Kuhlmanns Arbeiten schaffen, wie es auf seiner Internetpräsenz heißt, „eine Synthese von Realität und Symbolik“.⁹ Der Künstler wählt Motive, die die Wirklichkeit widerspiegeln, um seinen Werken einen gesellschaftlichen Wert zu verleihen. Unter anderem wurden Kuhlmanns Arbeiten in New York, Belgrad, Phuket, Frankfurt, Ankara und Jerusalem ausgestellt. Nachdem Thailand 2004 eine Naturkatastrophe in Form eines Tsunamis erlebte, rief Mike Kuhlmann gemeinsam mit Peter Fischer und Daniel Meury die Hilfsorganisation „Children of Phuket“ ins Leben. Zudem ist unter anderem der Verleger der Kommunikationswelt „thanks“, Herausgeber diverser Schriften und Bücher wie z.B. „Welcome to the Good Economy“ (Vgl. 1.1) und „Spirit of Sharety“ (Vgl. 1.3), sowie Initiator des *World Sharety Projekts*. Michael Kuhlmann zog die Arbeit an Hilfsprojekten und -organisationen einer erfolgsversprechenden Karriere in der Werbebranche vor.¹⁰

1.3 Eine neue Philosophie des Teilens – „Spirit of Sharety“

Ryszard Lempart beschreibt in seinem Buch „Spirit of Sharety“ in Zusammenarbeit mit Michael Kuhlmann eine neue Philosophie des Teilens. Laut Lempart beginnt der Prozess des Teilens bereits mit der Entstehung des Lebens, bei der Teilung einer Zelle. Sie stellt symbolisch dar, wie der Fortbestand des Lebens durch „teilen“ im weitesten Sinne gewährleistet wird. Die höchste Form der geistigen und materiellen Produktivität ist nach Lempart die Fähigkeit des Teilens, weshalb sie Bestandteil des alltäglichen Lebens sein muss. Michael Kuhlmann gab dieser Idee den Namen „Sharety“. Aus ihr entwickelte Ryszard Lempart seine neue Philosophie des Teilens.¹¹ In seinem Werk beschreibt Lempart Teilen als freiwillige Handlung, in diesem Falle freiwillige Hilfe von Organisationen und Privatpersonen. Es handelt sich um soziale Engagements von Unternehmen und Stiftungen, sowie staatliche Entwicklungshilfe zur produktiven Selbsthilfe für Bedürftige in unserer Gesellschaft. Das Entscheidende hierbei ist, dass auf keinerlei Gegenleistung Rechtsanspruch erhoben wird. Ausreichende Beteiligung

⁹ Vgl. http://www.mikekuhlmann.com/index.php?article_id=83 (Stand 23.03.2012)

¹⁰ Vgl. http://www.good-economy.com/downloads/absatzwirtschaft_interview_michaelkuhlmann_20071020.pdf (Stand 27.04.2012)

¹¹ Vgl. Lempart, Ryszard (2008): *Spirit of Sharety. Eine neue Philosophie des Teilens*. S. 11f

erwartet Lempart durch die Annahme, dass Personen aus einer modernen Wohlstandsgesellschaft, die ökonomisch erfolgreich und verantwortungsbewusst handeln, das Teilen, als einen unverzichtbaren Baustein ansehen.¹² Lempart unterstützt damit den Grundgedanken des „Sharety“, der besagt, dass Gesellschaftsmitglieder, die einen Teil ihrer Güter abgeben und teilen, um Bedürftigen eine Freude zu machen und zu helfen, mit sich selbst zufriedener seien.¹³

Zu den vier Strategien des Teilens, die in der Sozialpolitik praktiziert werden, gehört neben dem korrigierenden bzw. kompensatorischen, dem gegenseitigen bzw. reziproken und dem gleichmäßigen bzw. paritätischen Teilen auch das vermehrende, also produktive Teilen.¹⁴ Dies beruht auf dem Grundsatz der Effektivität, der das Ziel verfolgt, bessere Entwicklungsmöglichkeiten und Lebensbedingungen für Benachteiligte zu schaffen. Betroffene sollen durch produktives Teilen Hilfe zur Selbsthilfe erhalten, die ihrer Bedürftigkeit nachhaltig entgegenwirkt.¹⁵ Teilen wird hierbei nicht nur als soziales Handeln, sondern als Entscheidungssituation verstanden, die Lempart in vier Schritte gliedert: Zunächst muss die Entscheidung zum Teilen des eigenen Vermögens getroffen werden. Darauf folgend muss entschieden werden, wem dies zukommen soll, aus welchem Grund und wozu es vom Empfänger verwendet wird.¹⁶

1.3.1 Begriffserklärung des Wortes „Sharety“

Die Wortschöpfung „Sharety“ des Frankfurter Künstlers Michael Kuhlmann ist eine Komposition aus drei englischen Worten. Er bildete den Begriff aus den Verben „to share“, zu Deutsch „teilen“ und „to care“, zu Deutsch „sich kümmern“, sowie dem englischen „Charity“, das die Bedeutung „soziales Engagement“ trägt.¹⁷ „Sharety“ beschreibt somit eine neue Philosophie des Teilens, die durch produktives Teilen realisiert wird.¹⁸ (Vgl. 1.3)

¹² Vgl. Ebd. S. 22

¹³ Vgl. Ebd. S. 34

¹⁴ Vgl. Ebd. S. 50

¹⁵ Vgl. Ebd. S. 51

¹⁶ Vgl. Ebd. S. 139

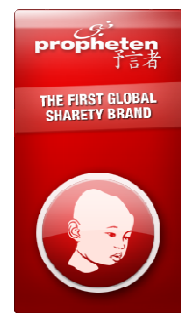
¹⁷ Vgl. Pressemitteilung Hab&Gut. Frankfurt 11.10.2011

¹⁸ Vgl. Gutmann, Paul (2004). Welcome to the Good Economy. Über Marketing der Wohlstandsicherung S. 152

1.4 Das *World Sharety Projekt*

Michael Kuhlmann hat das sogenannte *World Sharety Projekt* ins Leben gerufen, um die Menschheit zum Teilen aufzurufen. Das Projekt soll eine Kultur des Teilens fördern und gibt Unternehmen eine Anleitung, wie diese ihren eigenen Wohlstand produktiv mit Bedürftigen teilen können. Kuhlmanns Idee stellt hierbei einen Dachverband dar, unter dem einzelne Projekte und Marken stehen, die die gleiche Intension verfolgen. Das hier verfolgte „Share and Care“ Prinzip wird von den Teilnehmern stetig weitergetragen und soll als *World Sharety Projekt* um die Welt gehen.¹⁹

Nachfolgend werden beispielhaft einige der teilnehmenden Unternehmen dargestellt.



1.4.1 propheten® – The first global Sharety Brand

Abb. 1

Michael Kuhlmann selbst gründete 1996 das Kunst und Kommunikationswerk propheten®. Gemeinsam mit befreundeten Künstlern und Kindern aus aller Welt gestaltete er bis heute über 10.000 Werke für die Marke, die auf verschiedenen Veranstaltungen und Ausstellungen der ganzen Welt präsentiert werden. Zu einer Marke des Teilens entwickelte sich propheten® im Jahre 2000, als sich das Projekt der Philosophie des produktiven Teilens anschloss und somit zu einer „Sharety“-Organisation wurde. Das Kunst und Kommunikationswerk propheten® unterstützt nicht nur zahlreiche Nichtregierungsorganisation und Initiativen, sondern gründet gleichzeitig auch selbige.²⁰

¹⁹ Vgl. <http://www.worldsharetyproject.com/> (Stand 14.04.2012)

²⁰ Vgl. <http://www.propheten.com/deutsch/philosophie/die-marke/markenphilosophie/philosophie.html> (Stand 22.04.2012)

1.4.2 Frankfurt TEILT



Abb. 2

Frankfurt TEILT (:) ist ein Projekt, das im Oktober 2010 und 2011 jeweils vier Wochen lang Frankfurter Unternehmen sowie Bürgerinnen und Bürger aktiviert hat, ihr in diesem Zeitraum erlangtes Vermögen mit Menschen der ganzen Welt zu teilen. Die „Sharety“-Aktion stellt den Pilotversuch mehrerer Projekte dar, die nach demselben Konzept geplant wurden. Hierbei werden nicht nur die Erlöse der Aktion, sondern auch Erfahrungen, Zeit und Wissen geteilt.²¹ Aufgrund der erfolgreichen Durchführung in Frankfurt entstanden Folgeprojekte in Berlin und Hamburg. Die erste Realisierung von Frankfurt TEILT (:) im Jahr 2010 verlief so erfolgreich, dass das vorliegende Konzept mit der Auszeichnung „Deutschland- Land der Ideen“ von Deutschlands Bundesregierung geehrt wurde.²²



1.4.3 Hamburg Teilt

Abb. 3

HAMBURG TEILT (:) ist ein Projekt, das mit der Zielsetzung, an die Erfolge von Frankfurt TEILT (:) (Vgl. 1.4.2) anzuknüpfen, im Mai 2011 zum ersten Mal durchgeführt wurde.²³ Hamburger Unternehmen sowie Bürgerinnen und Bürger bekamen, ebenso wie bei Frankfurt TEILT (:), die Möglichkeit, ihr über einen Zeitraum von vier Wochen erlangtes Vermögen mit bedürftigen Organisationen und Menschen aller Welt zu teilen.²⁴

Das Kapitel 2 dieser Arbeit stellt eine detaillierte Beschreibung des Projekts HAMBURG TEILT (:) dar.

1.4.4 propheten sharety fashion



Abb. 4

Propheten sharety fashion ist eine Bekleidungsfirma, die ihre Kleidung ausschließlich aus ökologischem Baumwollanbau produziert. Die Baumwolle stammt aus Indien und Tansania. Die zum Verkauf stehenden Kleidungsstücke bilden aus verschiedenen

²¹ Vgl. <http://www.frankfurt-teilt.de/mission/mission.html> (Stand 11.04.2012)

²² Vgl. <http://www.land-der-ideen.de/de/365-orte/preistraeger/frankfurt-teilt-world-sharety-project> (Stand 20.04.2012)

²³ Vgl. <http://www.lowani.de> (Stand 18.04.2012)

²⁴ Vgl. <http://www.presseportal.de/pm/100901/2034812/hamburg-teilt-alles-gut-macht-der-mai-aktion-im-rahmen-des-world-sharety-projects-startet-in> (Stand 23.04.2012)

Labels eine Kollektion. Von dem Erlös jedes verkauften Kleidungsstücks werden 10% sharety fee vorab an eine Hilfsorganisation gespendet. Welches Projekt im Einzelnen unterstützt wird, entscheidet das jeweilige Label.²⁵

1.4.5 thanks – „die glücklichste Webseite der Welt“



Abb. 5

Der Titel „thanks – good news“ ist die selbsternannte „glücklichsten Webseite der Welt“. Diese Internetpräsenz ist eine Initiative von „Hab&Gut – Gemeinschaft für Gute Kommunikation“ und hat sich zum Ziel gesetzt, aus der Fülle von schlechten Nachrichten in den heutigen Medien herauszutreten und ausschließlich gute Nachrichten mit einer positiven Aussage zu veröffentlichen. Der Slogan der Webseite „Life is as we think. So think positive“ veranschaulicht die Intention der Betreiber, die Menschen zu positivem Denken zu animieren.²⁶

1.4.6 kinderwelten – „macht fit fürs Leben“



Abb. 6

Kinderwelten wurde im Jahr 2002 als wohltätige Initiative von Michael Kuhlmann und dem Unternehmen Sanofi Pasteur MSD GmbH ins Leben gerufen.²⁷ Seit 2009 ist kinderwelten ein eingetragener Verein. Kinderwelten e.V. leistet wohltätige Unterstützung in den Bereichen Bildung, Gesundheit und Sozialkompetenz.²⁸

Seit 2007 zeichnet kinderwelten sozial engagierte Schulprojekte mit dem sogenannten Sharety Award aus.²⁹

1.5 LOWANI- Agentur für soziale Kommunikation GmbH



Abb.7

Benjamin Jürgens gründete Ende 2010 „LOWANI - Agentur für soziale Kommunikation GmbH“ und ist bis heute deren Geschäftsführer. Zu Beginn bestand das Team der Agentur aus fünf jungen Mitarbeitern, die durch ihre Motivation, ihr

²⁵ Vgl. <http://www.propheten-fashion.com/mission/mission.html> (Stand 20.04.2012)

²⁶ Vgl. <http://www.thanks.at/> (Stand 23.04.2012)

²⁷ Vgl. <http://www.kinderwelten.com/> (Stand 23.04.2012)

²⁸ Vgl. http://www.kinderwelten-ev.de/index.php?article_id=2 (Stand 23.04.2012)

²⁹ Vgl. <http://www.kinderwelten.com/> (Stand 23.04.2012)

Engagement und ihre Kreativität dafür sorgten, dass der erste Sitz der Agentur LOWANI im Stadtteil Hamburg-Harvestehude nach kurzer Zeit im Zuge einer Vergrößerung gegen den neuen Sitz in Hamburg-Uhlenhorst eingetauscht wurde.

1.5.1 Begriffserklärung „GmbH“

Die Abkürzung „GmbH“ bedeutet „Gesellschaft mit beschränkter Haftung“. Bei Gründung einer GmbH muss ein Geschäftsführer ernannt und ein Gesellschaftsvertrag erstellt werden. Zusätzlich muss der Gründer Stammeinlagen von 25.000 Euro investieren, sowie einen Eintrag ins Handelsregister veranlassen. Nach dieser Eintragung kann eine Gewerbeanmeldung bei der zuständigen Gemeinde erfolgen. Eine GmbH kann auch von einem Unternehmen gegründet werden, das im gemeinnützigen Bereich ohne Absicht auf Gewinn tätig ist. Bei einer „GmbH“ handelt es sich, gemäß § 13 Abs.1 GmbHG, um eine juristische Person.³⁰ Das bedeutet, dass eine Haftungsbeschränkung auf das Gesellschaftsvermögen existiert. Die Gesellschafter haften nicht mit ihrem Privatvermögen. Eine eigene Rechtsfähigkeit, die die GmbH besitzt, erlaubt Gesellschaftern eigene Geschäfte abzuschließen.³¹

1.5.2 Gründer und Geschäftsführer Benjamin Jürgens



Abb. 8

Benjamin Jürgens wurde 1985 geboren und wuchs in seiner Geburtsstadt Hamburg in einem als Problemstadtteil bekannten Bezirk auf. Seine Eltern trennten sich wenige Jahre nach seiner Geburt und bereits mit 16 Jahren wird er von seiner Mutter aus dem Haus gewiesen. Nachdem Jürgens sich zunächst mit Jobs als Barkeeper und Informatiker über Wasser hielt, nebenher sein Abitur nachholte und schließlich auf Reisen ging, gründete er im Dezember 2010 in Hamburg die Agentur, LOWANI-

³⁰ Vgl. <http://www.rechtswörterbuch.de/recht/g/gmbh/> (Stand 23.04.2012)

³¹ Vgl. http://www.business-on.de/rechtsform-definition-gmbh-gruendung-erklarung-gesellschafter-_id29876.html (Stand 23.04.2012)

Agentur für soziale Kommunikation GmbH. Benjamin Jürgens ist als Geschäftsführer für die Konzeption und Ideenfindung im Team zuständig. Die Agentur startet bereits im Februar 2011 ihr erstes großes Projekt HAMBURG TEILT (:), für das Jürgens die Projektleitung übernahm.³²

1.5.3 Mitarbeiter von LOWANI- Agentur für soziale Kommunikation GmbH

Das Team von LOWANI besteht, neben dem Geschäftsführer Benjamin Jürgens, aus vier weiteren Mitarbeitern.



Abb. 9

Oliver Litten ist für die Strategieentwicklung der Agentur zuständig. Er hat einen NLP Master Coach Abschluss und einen Honours Bachelor B.A. Bsc. der Syracuse University, NY, USA. 2007 gründete Litten die „CONCEPT RED.GmbH“, eine Agentur für Markenentwicklung in Hamburg und Berlin.³³



Abb. 10

Benjamin Facius ist der Art Director der Agentur LOWANI. Er hat Kommunikationsdesign studiert und einen Bachelor of Arts in Creative Advertising. Seit 2008 ist Facius Geschäftsführer und Designer von „BenzFacius GbR für visuelle Kommunikation“.³⁴

³² Informationen aus selbst durchgeführtem, mündlichen Interview mit Benjamin Jürgens.

³³ Vgl. <http://www.conceptred.de/cases/> (Stand 25.04.2012)

³⁴ Vgl.

http://www.ingd.de/hamburg/index.php?option=com_content&view=article&catid=20%3Aausgezeichnete-vorgestellt&id=515%3Abenjamin-facius&Itemid=111 (Stand 23.04.2012)



Abb. 11

Der Projektmanager der Agentur LOWANI, Tom Piert, kommt aus Berlin und ist GPM-IPMA zertifizierter Fachmann für Projektmanagement. Piert ist der Projektleiter des Projekts BERLIN Teilt (:) 2012.³⁵



Abb. 12

Susanne Stock ist für die Öffentlichkeitsarbeit der Agentur LOWANI zuständig. Seit 2011 ist sie Inhaberin einer eigenen Agentur, mit der Sie Institutionen und Unternehmen beim Projektmanagement, der dazugehörigen Organisation sowie der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unterstützt.³⁶

1.5.4 Definition des Wortes LOWANI

Das Wort „Lowani“, nach dem Benjamin Jürgens seine Agentur benannte, stammt aus der Sprache „Chichewa“, die den Bantusprachen zugehörig ist und unter anderem als Landessprache Malawis in Afrika bekannt ist.³⁷ Ins Deutsche übersetzt bedeutet Lowani „Herzlich Willkommen“.³⁸

³⁵ Vgl. <http://www.lowani.de/> (Stand 18.04.2012)

³⁶ Vgl. http://www.xing.com/profile/Susanne_Stock (Stand 22.04.2012)

³⁷ Vgl. <http://liportal.inwent.org/malawi/gesellschaft.html> (Stand 12.04.2012)

³⁸ Vgl. Douglas, John; White, Kelly (2003): Spectrum Guide to Malawi. S. 13

1.5.5 Philosophie und Tätigkeit der Agentur LOWANI

Die LOWANI – Agentur für soziale Kommunikation GmbH arbeitet mit sozialen Institutionen und Unternehmen zusammen, deren Ideale und Ideen sie teilen und vertreten. Zu den Zielen der Agentur gehört unter anderem das Schaffen von Bewusstsein für soziales Handeln, sowie die Verbesserung des Umgangs der Menschen miteinander. Außerdem soll die Entwicklung von Marken mit gesellschaftlicher Verantwortung vereint werden. Kommunikation hat in der Agentur LOWANI einen hohen Stellenwert und stellt die Grundlage für den Erfolg der Projekte dar. Die Mitarbeiter haben die Motivation, Formate zu schaffen die profitabel sind und investieren daher stets in neue Ideen.³⁹ Das so genannte „World Sharety Projekt“, das Michael Kuhlmann ins Leben rief, soll die Menschheit zum Teilen animieren. Kuhlmann fördert eine neue Kultur des Teilens, indem er Unternehmen eine Anleitung gibt, wie sie ihren eigenen Wohlstand mit Bedürftigen teilen und damit die Wirtschaft nachhaltig vorantreiben können (Vgl. 1.4). Jürgens griff diese Grundidee auf kreative Weise auf und entwickelte auf der Basis des Vorgängerprojekts Frankfurt TEILT (:) das Projekt HAMBURG TEILT(:).⁴⁰ LOWANI berät unter anderem in Hamburg die Stiftungen „filia, die Frauenstiftung“ und „Gute-Tat“ im Bereich Marketing und Social Media, sowie das Berliner Kinderhospiz „Berliner Herz“ in den Bereichen Strategie und Markenentwicklung.⁴¹

Im Februar 2012 gründete die LOWANI GmbH die Kommanditgesellschaft „cooking&friends GmbH&Co.KG“ mit Benjamin Jürgens und Oliver Litten als gemeinsame Geschäftsführer, sowie Holger Matthies als Prokuristen des Unternehmens. Hierbei lautet die Philosophie und Idee der drei Unternehmer: „We don’t make donuts. We donate!“. Jede Mahlzeit, die bei „cooking&friends“ von einem zahlenden Kunden verzehrt wird, finanziert gleichzeitig eine weitere Mahlzeit für einen Hilfsbedürftigen. Dieses Projekt der Spendengastronomie besteht aus den vier Säulen Catering, Corporate event cooking, Tagesbar und PopupRestaurant. Im Cateringbereich werden bestellte Mahlzeiten an Firmen geliefert. Ein Beispiel hierfür stellt die Textilkette H&M dar, die im April 2012 für einen Mitarbeiter-Workshop Essen bei cooking&friends bestellte. Im Bereich des corporate event cooking können Firmen Workshops mit Themen wie Lebensmittel und Weine buchen. Zudem werden Kochworkshops angeboten, in denen

³⁹ Vgl. <http://www.lowani.de/> (Stand 18.04.2012)

⁴⁰ Vgl. LOWANI – Agentur für soziale Kommunikation GmbH – Projektunterlagen HAMBURG TEILT (:)

⁴¹ Vgl. LOWANI – Agentur für soziale Kommunikation GmbH – Agenturunterlagen

die Mitarbeiter der Unternehmen gemeinsam kochen. In beiden Fällen werden 3% des Umsatzes an die Tagesstätte „MAhl ZEIT ALTONA“ gespendet. Der Titel PopupRestaurant bezeichnet eine durch Gruppen, Firmen oder Familien ausgewählte Location, in der im Einverständnis mit dem Besitzer für jeden Gast das gleiche Gericht von cooking&friends zubereitet und serviert wird. In diesem Fall werden 15-21% des Umsatzes an die Tagesstätte „MAhL ZEIT ALTONA“ gespendet. Die vierte Säule mit dem Titel Tagesbar ist zurzeit noch in Planung. Hierbei handelt es sich um die Eröffnung eines Restaurants in Hamburg, aus dessen Gesamtumsatz der Betreiber cooking&friends GmbH&Co KG 3% an die „MAhL ZEIT ALTONA“ spendet.⁴²

⁴² Vgl. cooking&friends GmbH&Co KG – Gesellschafter Unterlagen

2. Betrachtung und Beschreibung des Projekts HAMBURG TEILT (:)

Das folgende Kapitel beschreibt das Projekt HAMBURG TEILT (:). Zunächst wird die Idee hinter dem Projekt vorgestellt, gefolgt von der Projekt- und Zielbeschreibung, sowie Erläuterungen zum sogenannten „magischen Dreieck des Projektmanagements“. Desweiteren werden das Projektumfeld, die Projektphasen und der Projektstrukturplan genauer definiert. Anschließend wird der Einsatzmittelplan erklärt und die Bedeutung von Kommunikation für das Projekt HAMBURG TEILT (:) dargestellt. Zuletzt wird anhand von Beispielen veranschaulicht, wie das Projekt funktioniert.

2.1 Die Idee

Die Grundidee der am *World Sharety Projekt* teilnehmenden Projekte ist die Förderung einer neuen Kultur des Teilens. Benjamin Jürgens, der Geschäftsführer der LOWANI – Agentur für soziale Kommunikation GmbH, griff diese Grundidee auf und brachte sie in das Projekt HAMBURG TEILT (:) ein.⁴³ In diesem Projekt bieten Hamburger Unternehmen und Unternehmer über einen vorher festgelegten Zeitraum spezielle Dienstleistungen an, deren Erlös teilweise oder komplett an gemeinnützige Hamburger Hilfsorganisationen und Institutionen gespendet wird. Bei dem Projekt geht es nicht um anonymes Spenden, sondern um den Zusammenschluss aller, um aus vielen kleinen Dingen einen gemeinsamen, großen Erfolg zu schaffen.

HAMBURG TEILT (:) bietet den Unternehmen eine öffentlichkeitswirksame und einfache Möglichkeit, sich sozial zu engagieren. Hamburger Bürgerinnen und Bürger können durch bewusstes Einkaufen helfen und die gemeinnützigen Hilfsorganisationen, die zumeist auf Spenden angewiesen sind, profitieren davon. Die Unternehmen entscheiden sich für eine Dienstleistung, von deren Erlös Sie eine bestimmte Summe oder einen Prozentsatz teilen, also spenden möchten. In welcher Form und in welchem Umfang die Unternehmen helfen, ist ihnen überlassen.⁴⁴

⁴³ Vgl. <http://www.lowani.de/> (Stand 18.04.2012)

⁴⁴ Vgl. Mündliches Interview mit Tom Piert, LOWANI

2.2 Projekt- und Zielbeschreibung

Der aus dem Lateinischen abgeleitete Begriff „Projekt“ bedeutet Entwurf, Vorhaben oder Plan. Detaillierter ist ein Projekt ein neuartiges Vorhaben, mit einem festgelegten Ziel und einer zeitlichen Begrenzung, die durch einen Start- und Endtermin definiert wird. Es grenzt sich von anderen Vorhaben unter anderem dadurch ab, dass bestimmte Geldmittel begrenzt zur Verfügung stehen. In der Regel verfügen Projekte über einen Projektauftraggeber, einen Projektleiter, sowie Projektteammitglieder in einer projektspezifischen Organisation. Das jeweilige Vorhaben wird durch die oben genannten Merkmale in Anlehnung an die DIN 69901 gekennzeichnet.⁴⁵

Die Idee und das Konzept des Projekts HAMBURG TEILT (:) stammen aus Frankfurt. Dort wurde das „Sharety Projekt“ FRANKFURT Teilt (:) im Oktober 2010 von der Agentur Hab&Gut Kreativagentur und Unternehmernetzwerk GmbH ins Leben gerufen. Das Konzept dieses „Sharety Projekts“ wurde ebenfalls 2010 von der Bundesregierung mit der Auszeichnung „Deutschland- Land der Ideen“ ausgezeichnet.⁴⁶ Benjamin Jürgens, der Projektleiter von HAMBURG TEILT (:), erfuhr bereits in der Entwicklungs- und Umsetzungsphase im September 2010 von der Planung des Projektes FRANKFURT Teilt (:). Im selben Jahr gründete er die Agentur LOWANI - Agentur für soziale Kommunikation GmbH und führte im Zeitraum vom 1. Mai bis 31. Mai 2011 das Projekt HAMBURG TEILT (:) durch. Die Projektplanung begann bereits im Januar 2011 und dessen Nachbereitungen endeten im Juni 2011.⁴⁷

Die Ziele eines Projekts müssen messbar, nachvollziehbar und klar definiert sein. Das bedeutet, sie müssen „SMART“ beschrieben werden, wobei jeder Buchstabe des Wortes für eine bestimmte Eigenschaft steht: **S**pezifisch, also mit konkreter Formulierung der Ergebnisse, **M**essbar, also überprüfbar, zum Beispiel durch schriftlich fixierte Zahlen und Fakten, **A**traktiv und **R**ealistisch im Sinne von motivierend für die Projektmitarbeiter und **T**erminiert - sie müssen herausfordern, aber in der vorgegebenen Zeit erreichbar sein. Das bedeutet, dass zu Beginn des Projekts ein Zeitpunkt festgelegt wird, der vorgibt bis wann das Ziel erreicht sein muss. Projektleiter, Projektauftraggeber und die Projektteammitglieder, können sich an den Zielsetzungen orientieren, diese gleichzeitig kontrollieren sowie am Ende des Projekts feststellen und analysieren, ob die gesetzten Ziele erreicht wurden. Ein Weiteres Projektmanagement-Element bei der

⁴⁵ Vgl. Birker, Klaus (2003): Projektmanagement. Lehr- und Arbeitsbuch für die Aus- und Weiterbildung. S.8

⁴⁶ Vgl. http://www.mikekuhlmann.com/index.php?article_id=83 (Stand 11.04.2012)

⁴⁷ Vgl. Mündliches Interview mit Tom Piert, LOWANI.

Zielformulierung ist die Zielhierarchisierung, wobei Ziele in die Zielkategorien Leistungs-, Termin-, Kosten-, Finanzierungs-, Nicht- und Nutzenziele kategorisiert werden. Zudem erfolgt eine Zieloperationalisierung, wobei ein Zielgrößenmaßstab sowie der angestrebte Zielerreichungsgrad festgelegt werden.⁴⁸

Vor Beginn der Laufzeit des Projekts HAMBURG TEILT (:) setzten sich die Initiatoren das Ziel, 100 Unternehmen bis zum 1. Mai 2011 von der Philosophie „Sharety“ zu überzeugen und diese für das Projekt zu gewinnen. Darüber hinaus wollten sie feste Netzwerkpartner in Hamburg akquirieren, die das Projekt im Wesentlichen durch Sachmittel unterstützen. Relevante Netzwerkpartner sind unter anderem Druckereien, Medienpartner, I-Phone-Programmierer, Webdesigner, PR Berater und Eventmanager. Zusätzlich sollten bis zu 20 gemeinnützige Hilfsorganisationen und internationale Institutionen von einer Teilnahme an dem Projekt überzeugt werden. HAMBURG TEILT (:) sollte langfristig als Sharety-Marke in Hamburg etabliert werden, um die Voraussetzungen für eine zyklische Projektrealisierung zu schaffen. Während die erste Durchführung des Projekts durch private Gelder des Geschäftsführers der LOWANI GmbH finanziert wurde, soll die Weiterführung des Projekts durch Investoren finanziert werden.⁴⁹

2.3 Das „Magische Dreieck“

Der Zusammenhang zwischen den Leistungen, Kosten und Terminen, bzw. der Zeitvorgabe eines Projektes, werden im sogenannten „magischen Dreieck“ des Projektmanagements beschrieben und müssen alle gleichzeitig definiert sein. Die drei Zielgrößen stehen in einer starken Abhängigkeit zueinander. Wenn sich eine oder mehrere der Zielgrößen verändern, hat dies stets Auswirkungen auf die jeweils anderen Faktoren. Die Aufgabe des Projektleiters ist es, die konkurrierenden Beziehungen der drei Zielgrößen zu beobachten.⁵⁰

⁴⁸ Vgl. Pionczyk, Arthur (2011): Duden. Projektmanagement. S.6

⁴⁹ Vgl. Mündliches Interview mit Benjamin Jürgens, Geschäftsführer LOWANI.

⁵⁰ Vgl. Gassmann, Oliver (2005): Praxiswissen Projektmanagement. Bausteine, Instrumente, Checklisten. S. 10



Abb. 13

Eines der Ziele des Projekts HAMBURG TEILT (:) bestand darin, bis zum Projektstart mindestens 100 Unternehmer sowie 20 gemeinnützige Hilfsorganisationen für das Sharety-Projekt zu gewinnen. Rückblickend ist dieses Ziel als nahezu erreicht zu bewerten, da 90 Unternehmen und 20 Hilfsorganisationen zur Teilnahme gewonnen wurden. Die äußeren Umstände des Projekts HAMBURG TEILT (:) müssen als sehr erschwerend für dessen Durchführung betrachtet werden. Der Zeitrahmen für die Planung, Teilnehmergeinnung und Umsetzung des Projekts war sehr eng berechnet. Die dem Projekt zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel waren begrenzt und durften unter keinen Umständen überschritten werden. Start- und Endzeitpunkt des konkreten Projekts waren bereits festgelegt und mussten eingehalten werden.

2.4 Projektumfeld

Ein Projekt findet immer in einem bestimmten Kontext oder Umfeld statt, d.h. das Projektergebnis wird sowohl durch beteiligte oder betroffene Personen, als auch durch das materiell-technische Umfeld beeinflusst. Unterteilt wird das Projektumfeld in direkte und indirekte sachliche Faktoren, sowie in direkte und indirekte Personen oder Personengruppen. Eine weitere Dimension ergänzt das Umfeld eines Projekts um intern und extern beteiligte Personen und Mittel. Die Personen, bzw. die sachlichen Faktoren, die im direkten Umfeld zum Projekt stehen, beeinflussen und steuern das Projekt und sind somit zum Beispiel an der Projektzielerreichung beteiligt. Die Personen, die im indirekten Umfeld zum Projekt stehen, haben keinen direkten Einfluss auf das Projekt, sowie dessen Zielerreichung.⁵¹

Die Abbildung auf der folgenden Seite stellt das Umfeld eines Projekts übersichtlich dar.

⁵¹ Vgl. Peipe, Sabine (2011): Crashkurs Projektmanagement. S. 73

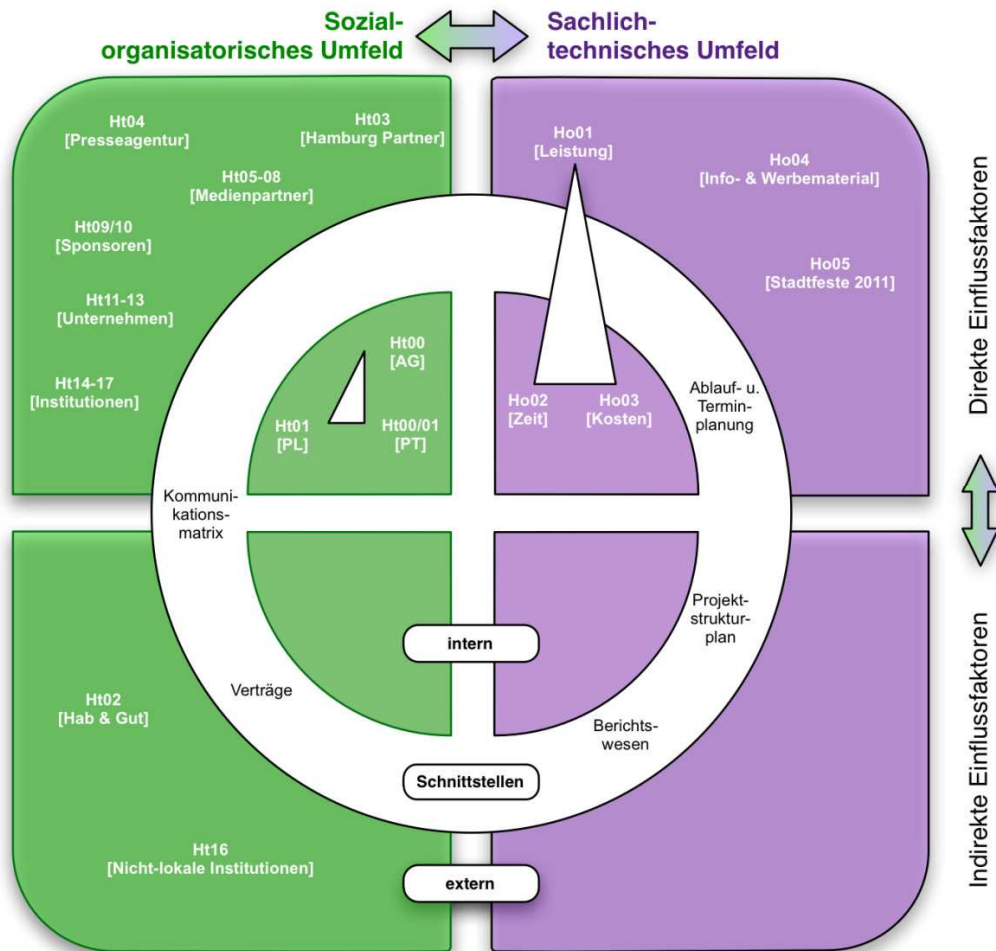


Abb. 14

Im Projekt HAMBURG TEILT (:) sind die internen, direkten Einflussfaktoren der Projektleiter Benjamin Jürgens und sein Team. Hierbei spielen auch die Kosten und die Zeit eine große Rolle, da sie Auswirkungen auf die Leistung haben, die als ein externer, direkter Einflussfaktor gilt. Weitere externe direkte Einflussfaktoren des Projekts, die zur organisatorisch-sozialen Umfeldgruppe gehören, sind die Info- und Werbematerialien, Medienpartner, Unternehmen, Institutionen, sowie die Presseagentur. Die Agentur Hab&Gut Kreativagentur und Unternehmerberatung GmbH ist ein externer, indirekter Einflussfaktor und hat keinen Einfluss auf das Projekt. Zudem gibt es die sogenannten Schnittstellen wie die Ablauf- und Terminplanung, den Projektstrukturplan, Berichtswesen, die Verträge, sowie die Kommunikationsmatrix. Die Ablauf- und Terminplanung liefert eine detaillierte Übersicht der Vorgangsplanung und notwendiger Anordnungsbeziehung zwischen Vorgängen. In einem Projektstrukturplan werden systematische und transparente Gliederungen aller erforderlichen Projektaufgaben vervollständigt und in Teilaufgaben und Arbeitspakete

zusammengefasst. Dies ist notwendig für das Erreichen der Projektziele. Das Berichtswesen stellt eine Schnittstelle zwischen den am Projekt Beteiligten dar, da es zu verschiedenen Anlässen und Zeitpunkten die Möglichkeit des Informationsaustauschs bietet. Es beinhaltet Statusberichte, Situationsberichte, Arbeitspaketberichte, Monatsberichte, Sofortberichte, sowie Phasen- und Abschlussberichte. Eine weitere Schnittstelle im Umfeld eines Projekts sind die abzuschließenden Verträge. Für das Projekt HAMBURG TEILT (:) wurden unter anderem Verträge zwischen LOWANI – Agentur für soziale Kommunikation GmbH und den Institutionen abgeschlossen. Hierbei besteht eine Verpflichtung zur Ausstellung von Spendenquittungen. Die Unternehmen, die einen Vertrag mit der LOWANI GmbH abschließen, gehen eine Teilnahmeverpflichtung ein und akzeptieren die Konditionen. Eine weitere wichtige Schnittstelle ist außerdem die Kommunikationsmatrix. Diese bietet eine Übersicht der Adressaten, Verantwortlichkeiten, des Ablaufs, der Inhalte, der Umfänge, sowie der formalen und medialen Gestaltung auf Basis entsprechender Strategien zur Kommunikation mit allen Projektbeteiligten.⁵²

2.4.1 Stakeholder

In einem Projekt kann ein Stakeholder⁵³ in Form einer Person oder einer Gruppe direkt oder indirekt Einfluss auf dessen Verlauf nehmen. Mit einer Stakeholderanalyse kann deren Einfluss auf das Projekt ermittelt werden, um anhand dieser Ergebnisse Maßnahmen zur Steuerung des Verhaltens der Stakeholder zu definieren, um die Risiken des Projekts so gering wie möglich zu halten. Das Ziel ist es, die Einstellung der Stakeholder im Laufe eines Projekts steuern zu können, so dass alle Projektziele erreicht werden und eine Win-Win Situation entsteht. Das Vorgehen bei der Stakeholderanalyse umfasst fünf Schritte. Zunächst müssen die Stakeholder identifiziert werden. Darauf folgt das Zuordnen und Clustern der Stakeholder im Projektumfeld und ihre Bewertung durch Teilanalysen. Diese sind in Macht- und Einflussanalysen, Erwartungs- und Befürchtungsanalysen, sowie Konfliktrichtigkeit- und Einstellungsanalysen zu differenzieren. Anschließend erfolgt die Visualisierung der Ergebnisse der Teilanalysen nach zwei Dimensionen in einem Portfolio. Die erste Dimension stellt die Einstellung zum Projekt dar. Diese kann positiv, neutral oder

⁵² Vgl. Mündliches Interview mit Tim Piert, LOWANI.

⁵³ Als Stakeholder werden alle internen und externen Personengruppen bezeichnet, die von den unternehmerischen Tätigkeiten gegenwärtig oder in Zukunft direkt oder indirekt betroffen sind. <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/anspruchsrgruppen.html?referenceKeywordName=Stakeholder> (Stand 27.04.2012)

negativ sein. Die zweite Dimension, nach der die Ergebnisse der Teilanalysen visualisiert werden, ist Macht und Einfluss im Projekt. Der letzte Schritt der Stakeholderanalyse ist die Ableitung adäquater Kommunikationsstrategien, um die Stakeholder möglichst effizient in das Projekt einzubinden.⁵⁴

Die folgende Abbildung zeigt ein Mind-Map der Stakeholder des Projekts HAMBURG TEILT (:).

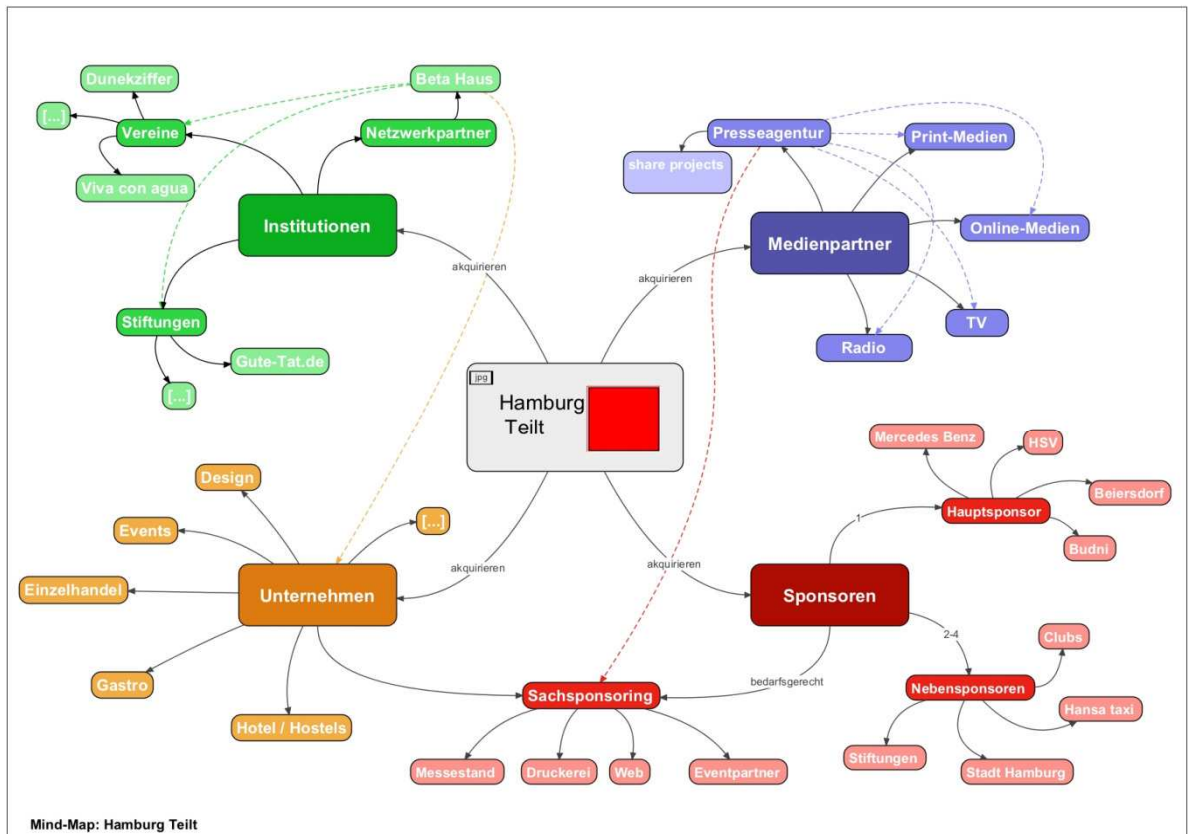


Abb. 15

In der hier abgebildeten Mind-Map werden vier Hauptgruppen der Stakeholder dargestellt: Die Institutionen, die Unternehmen, die Medienpartner und die Sponsoren. In dem Projekt HAMBURG TEILT (:) gab es lediglich drei Stakeholdergruppen: Die Unternehmen, die Institutionen und die Medienpartner. Als Stakeholder der Institutionen können beispielhaft Gute-Tat.de, Dunkelziffer e.V., das Kinderhospiz Sternenbrücke, Hamburg Leuchtfener, Patchwork, Hinz&Kunzt, Viva con Aqua, Straßenkids e.V., sowie das Kinderkrebszentrum Hamburg genannt werden. In die Stakeholdergruppe der Unternehmen sind unter anderem die Ladenkette Budnikowski, das öko-faire Hamburger Modelabel Preciosa, Globetrotter, die

⁵⁴ Vgl. Sutorius, René (2009): Projektmanagement Checkbook. S. 17

Kiezkicker, milchmädchen.design, Juwelier Wempe, die Fahrradfirma Electra, die Getränkemarkte fritz-kola, wie auch die Schauspielerin Nina Bott und der Maler Uli Pforr einzuordnen.

Die Stakeholder der Gruppe Medienpartner, auch als Aktions-Supporter eines Projekts zu verstehen, sind zum Beispiel Druckereien, Programmierer und Designer. Im hier beschriebenen Projekt agieren als Supporter dieser Art unter anderem die Druckerei United Ambient, Stroer, der Kommunikationsdesigner Marco Koch, na.news aktuell, Normadic Display, imBlickpunkt.de und der Fernsehsender RTL.

Bei dem Projekt HAMBURG TEILT (:) wurden aus Zeitgründen nur die ersten beiden Schritte der Stakeholderanalyse ausgeführt. Aufgrund der hohen Bedeutung von Kommunikation für die LOWANI GmbH, wurde zusätzlich der fünfte Schritt, also die Ableitung adäquater Kommunikationsstrategien, bei der Planung und Durchführung des Projekts beachtet.

2.4.2 Chancen- Risikoanalyse

Chancen und Risiken sind ungeplante Ereignisse in einem Projekt, die das Projektergebnis positiv oder negativ beeinflussen können. Selbstverständlich gilt es, die Chancen zu fördern und die Risiken zu vermeiden. Um dies leisten zu können, müssen eventuelle Chancen und Risiken zunächst identifiziert, klassifiziert und bewertet werden. Die Ergebnisse können dann mittels eines Portfolios visualisiert und entsprechende Maßnahmen und Strategien daraus abgeleitet werden.

Diese Analyse hilft bei der Konkretisierung und Überarbeitung der Zieldefinition eines Projekts und zeigt zudem den Projektbegleitern, welchen Stellenwert das Projekt besitzt.

Die erkannten Risiken können mit der SWOT-Darstellung nochmals differenziert bewertet werden. **SWOT** steht für **Strengths** (Stärken), **Weaknesses** (Schwächen), **Opportunities** (Chancen) und **Threats** (Risiken). Die Chancen und Risiken können in dieser Darstellung mit den bestehenden Stärken und Schwächen zusammengefasst und übersichtlich präsentiert werden.⁵⁵

Weitere methodische Verfahren zur Risikovermeidung sind beispielsweise das Ishikawa-Diagramm, das besonders zur Ursachenfindung bei Problemen eingesetzt

⁵⁵ Vgl. Hölzle, Philipp; Grünig, Carolin (2002): Projektmanagement. Professionell führen – Erfolge präsentieren. S. 88

werden kann und die FMEA, also Fehler-Möglichkeiten-Einfluss-Analyse, die in vielen Branchen bereits firmenintern standardisiert sind.⁵⁶

Für das Projekt HAMBURG TEILT (:) wurden bereits vor dem Projektstart Beobachtungen vorgenommen und eine übersichtliche Darstellung der gewonnen Erkenntnisse erzeugt. In dieser Darstellung wird als Risiko unter anderem eine geringe Teilnahme seitens der Unternehmen und/oder der Institutionen genannt. Die Auswertung dieses Risikos könnte den Verlust der Wirkungskraft des Projekts bedeuten, was den Abbruch des Projekts HAMBURG TEILT (:) zur Folge hätte. Ein weiterer wichtiger Aspekt der Darstellung war das Risiko aufgrund der spezifischen Beschränkung des Projekts durch einen festen Start- und Endtermin. Zudem war der Zeitraum zwischen der Entwicklung der Idee des Projekts bis zum Projektstart zu gering berechnet. Die teilnehmenden Unternehmen müssen bis zum Projektstart selbstständig Institutionen auswählen, mit denen sie im Projektzeitraum ihr Vermögen teilen wollen. Wird dies nicht bis zum Starttermin abgeschlossen, können die Unternehmen nicht in vollem Umfang von der Aktion profitieren, wodurch der Projekterfolg, hier gemessen an der Zufriedenheit der Teilnehmer, gefährdet wäre. Ein Aufschub des Projekts wäre nur schwer umsetzbar, da der Monat bereits lange im Vorfeld kommuniziert und festgelegt wurde.⁵⁷

Im Bereich des Kostenrisikos könnte eine Budgetüberschreitung entstehen, wenn bereits eingeplante Medienpartner sich doch noch gegen eine Teilnahme entscheiden würden. Dies würde entweder bedeuten, die LOWANI GmbH müsste die Werbekosten selbst tragen, was zu einer Überlastung des Budgets führen würde, oder hätte den Verlust von Werbemitteln bei der Vermarktung des Projekts zur Folge.

2.5 Projektphasenplan

Planung und Steuerung eines Projekts werden in Phasen gegliedert, damit ein grober zeitlicher Ablauf entsteht, in dem die verschiedenen Phasen, mit inhaltlich unterschiedlichen Schwerpunkten repräsentiert werden können. Ein Organisationsprojekt hat typische Projektphasen, zu denen die Analyse und Konzeption, die Detailplanung, die Vorbereitung, die Durchführung, sowie die Evaluierung und der Abschluss zählen. Zur Phasenplanung gehört zudem das Festlegen der sogenannten

⁵⁶ Vgl. Ebd. S. 81

⁵⁷ Vgl. LOWANI, Projektunterlagen zum Projekt HAMBURG TEILT (:). LOWANI – Agentur für soziale Kommunikation GmbH.

„Meilensteine“, die zeitlich durch die Phasenübergänge definiert werden und inhaltlich wichtige Ergebnisse repräsentieren. Sie bestimmen auch das Erreichen und die Freigabe der folgenden Projektphasen. Somit liefern sie den Projektbeteiligten und Stakeholdern eine Orientierung über die Phasen des Projekts.⁵⁸

Das Projekt HAMBURG TEILT (:) besteht aus fünf verschiedenen Phasen. In der ersten Durchführung des Projekts im Jahr 2011 wurde im Januar, vier Monate vor Projektstart, mit der Startphase begonnen. Ebenfalls in dieser Zeit befanden sich die Vorbereitungsphase, sowie die Phase der aktiven Planung. Der Monat Mai stellt die Phase der konkreten Durchführung des Projekts HAMBURG TEILT (:) dar, während im Juni der Projektabschluss die letzte Phase bestimmte. Die Projektinitiatoren entschieden sich somit, fünf der sogenannten „Meilensteine“ festzulegen. Der genaue Ablauf der Projektphase im Projekt HAMBURG TEILT (:) soll im Folgenden näher betrachtet werden:

Die Startphase des Projekts beginnt, wie oben erwähnt im Januar 2011, kurz nach der Gründung der Agentur LOWANI. Aufgrund der Möglichkeit, im September 2010 die Planungsphase des Projekts FRANKFURT Teilt (:) miterleben zu dürfen, entwickelte Benjamin Jürgens die Idee, ein auf dem gleichen Konzept basierendes Sharety-Projekt in Hamburg durchzuführen. Ende Dezember 2010 gründete Jürgens seine Agentur LOWANI GmbH und führte zahlreiche Gespräche mit Michael Kuhlmann, dem Gründer des Sharety-Gedankens. Bereits Mitte Januar stand die Durchführung des Projekts HAMBURG TEILT (:) fest. Die Erfassung grundlegender Informationen stellte zu diesem Zeitpunkt den ersten erreichten Meilenstein des Projekts dar. In der Vorbereitungsphase wurde das Projektteam zusammengestellt, das unter anderem Überlegungen zur Gestaltung einer Internetpräsenz für das Projekt anstellte, sowie Kontakte zu Institutionen und Unternehmen herstellte, die für die Mitwirkung am Projekt geeignet waren. Zudem wurden erste Ideen hinsichtlich Werbemitteln und Orten in der Stadt entwickelt. Der zweite Meilenstein folgte Mitte März 2011 mit der Akquise repräsentativer Hamburger Institutionen, Netzwerke und Unternehmen, sowie der Zusammenarbeit aller zu planen. Dies wurde nicht vor dem Beginn der nächsten Phase abgeschlossen, so dass es eine Überlappung beider Phasen gab. Dies führte nicht zu einer Verlängerung des Projekts, erhöhte jedoch den Arbeitsaufwand des Projektteams.⁵⁹

⁵⁸ Vgl. Tiemeyer, Ernst (2004): Projekt im Griff. Konzepte, Tools, und Checklisten zum erfolgreichen Projektmanagement. S, 68ff

In der aktiven Planungsphase versuchte das Team 100 Unternehmen und 20 Institutionen von der Philosophie des „Sharety“ zu überzeugen und für das Projekt zu gewinnen, sowie feste Netzwerkpartner zu akquirieren. Zudem war dies die Phase, in der Werbung via Internet, Fernsehen, Zeitungen und in den U-Bahnen im Netz des HVV publiziert werden sollte. Der dritte Meilenstein Ende April, der die Akquise der Institutionen und Unternehmen darstellte, sowie den Medienwert generieren sollte, konnte zu 90% erfüllt werden.⁶⁰

Die konkrete Durchführung des Projekts HAMBURG TEILT (:) erfolgte planmäßig vom 1. bis zum 31. Mai 2011. Einen Monat lang boten Hamburger Unternehmer eine spezielle Dienstleistung an, deren Erlös gänzlich oder zu Teilen an Hilfsorganisationen und Institutionen gespendet wurde. Form und Umfang des Teilens, konnte durch die Unternehmen selbst definiert werden. Dieser vierte Meilenstein des Projekts wurde erfolgreich durchgeführt, indem die Unternehmen vertraglich akquiriert wurden und das Projekt am 31. Mai endete. In der Abschlussphase (Anfang Juni) wurde ein großes Event geplant, in der das „Sharety Projekt“ HAMBURG TEILT seinen Abschluss finden sollte. Es handelte sich hierbei um eine amerikanische Versteigerung „Stille-Auktion“, die im Herzblut auf St. Pauli stattfinden sollte. Zwei unterschiedliche Künstler versteigerten bei diesem Event gemeinsam gemalte Werke. Die Medien waren vor Ort. Der fünfte Meilenstein Ende Juni stellte den endgültigen Abschluss des Projekts HAMBURG TEILT (:) dar. Rückblickend können die Phasenleistungsschwerpunkte als umgesetzt und das Abschlussevent als erfolgreich bewertet werden. Weder eine Verzögerung, noch eine Budgetüberschreitung schränken den Erfolg des Projekts ein und auch der Projektzyklus ist gesichert. Das Projekt hat insgesamt eine hohe Zufriedenheit aller Stakeholder erzielt.

2.6 Projektstrukturplan

Der Projektstrukturplan (PSP) bildet die Aufgaben eines Projekts übersichtlich und transparent ab und stellt sie in ihrer Gesamtheit dar.⁶¹ Daher wird der PSP im Bereich Projektmanagement häufig auch als „Plan der Pläne“ bezeichnet und dient allen Projektmitarbeitern als Handlungsleitfaden.⁶² Er setzt sich aus der Benennung und Beschreibung der Hauptaufgaben, der Teilaufgaben (TA) und der Arbeitspakete (AP)

⁶⁰ Vgl. LOWANI, Projektunterlagen zum Projekt HAMBURG TEILT (:). LOWANI – Agentur für soziale Kommunikation GmbH.

⁶¹ Vgl. Tiemeyer, Ernst (2004): Projekt im Griff. Konzepte, Tools, und Checklisten zum erfolgreichen Projektmanagement. S. 123

⁶² Vgl. Ebd. S. 126

zusammen. Die Arbeitspakete sind abgegrenzte Aufgaben, die durch einen AP-Verantwortlichen ausgeführt und überwacht werden. Die Teilaufgaben gruppieren die Arbeitsaufgaben in Rubriken, die entweder objekt-, ablauf- oder standortorientiert sein sollten.⁶³ Zudem hat die Unterteilung in Arbeitspakete zur Folge, dass sich die Aufgaben zur Erledigung der einzelnen Pakete bestimmen lassen. Ferner wird deutlich, dass sich Arbeitspakete zum Teil gegenseitig bedingen, also aufeinander aufbauen. Aus den Abhängigkeiten der Arbeitspakete ergibt sich der Ablauf- und Terminplan des Projekts, sowie die Einsatzmittelplanung, da den Arbeitspaketen die nötigen Ressourcen zugeteilt werden können, woraus sich letztendlich die Kostenplanung und das Project-Controlling ergibt.⁶⁴

Darstellung und Codierung des Projektstrukturplans von HAMBURG TEILT

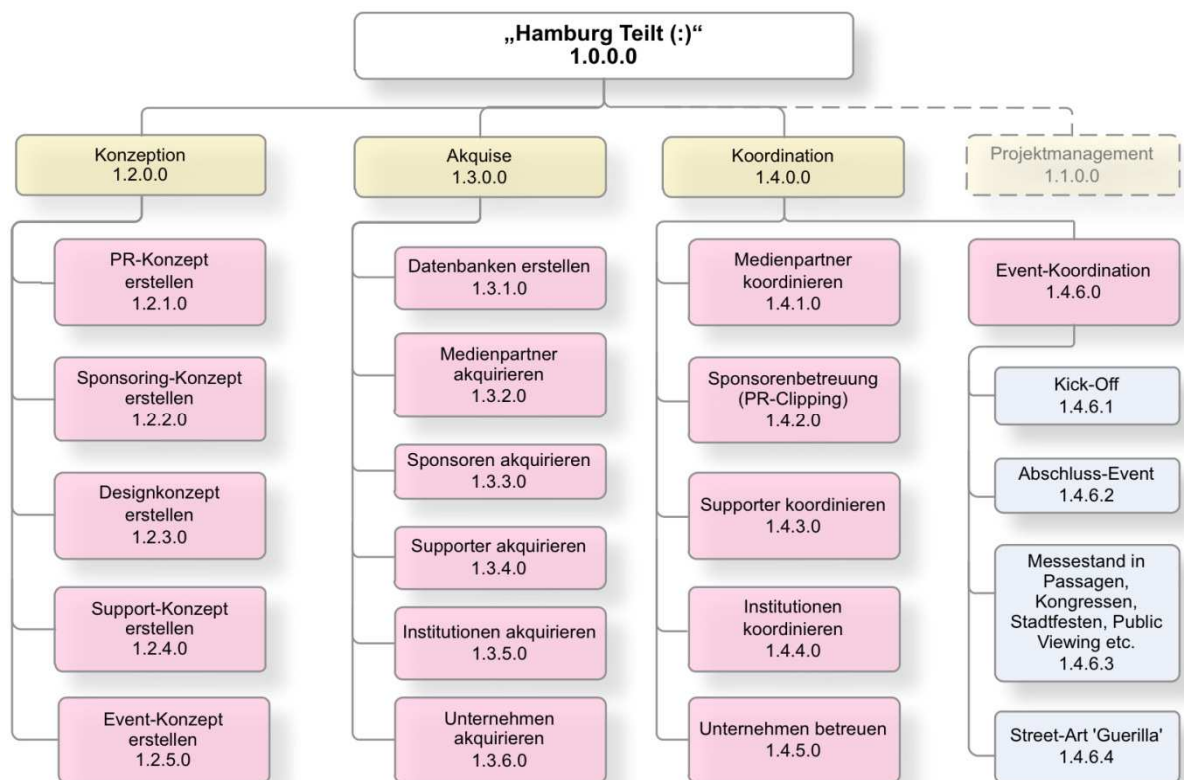


Abb. 16

⁶³ Vgl. Ebd. S. 124

⁶⁴ Vgl. Ebd. S. 124f

In der oberen Abbildung ist der Projektstrukturplan für das Projekt Hamburg Teilt zu sehen, in dem die Teilaufgaben in Konzeption, Akquise und Konzeption unterteilt wurden und jede Teilaufgabe ihre einzelnen Arbeitspakete hat.

Im vorliegenden Projekt wurde aufgrund des begrenzten Vorbereitungsrahmens jedoch das Projektmanagement seitens der LOWANI GmbH nur bis zur Erstellung des PSP ausgeführt, so dass keine weiteren Projektunterlagen zur Auswertung zur Verfügung standen.

2.7 Teilnehmende Unternehmen, Institutionen und Medienpartner

An dem Projekt HAMBURG TEILT (:) im Mai 2011 haben insgesamt 90 Unternehmen, 20 Institutionen und einige Medienpartner teilgenommen. Im folgenden Abschnitt werden beispielhaft einige dieser Unternehmen, Institutionen, und Medienpartner vorgestellt. Dadurch soll veranschaulicht werden, welche Form von Spenden in welcher Art und Weise umgesetzt wurden.

Die Drogeriekette IWAN BUDNIKOWSKY GmbH & Co. KG wirkte als Unternehmen in dem Projekt mit und sammelte Spenden für die Fördergemeinschaft Kinderkrebszentrum im Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf. BUDNIKOWSKY animierte seine Kunden, sich beim Einkauf mit ihrer Kundenkarte gesammelte Bonuspunkte nicht auszahlen zu lassen, sondern zu spenden. Hieraus ergab sich eine Endsumme von 17.665,79 Euro, die vom Verein „BUDNIANER HILFE e.V.“ auf 20.000 Euro aufgerundet wurde. Diese Spende wurde im Rahmen von HAMBURG TEILT (:) an die Fördergemeinschaft Kinderkrebszentrum im UKE überreicht.



Abb. 17

Auf dem Bild sind der Projektleiter Benjamin Jürgens, der Vorstand der Kinderkrebshilfe des UKE Frau Vorbeck, sowie Frau Wölke von der BUDNIANER

HILFE zu sehen. Außerdem abgebildet sind ein Arzt des Uniklinikums Eppendorf, sowie der kleine Patient Marlon von der Kinderkrebstation. Alle Personen waren bei der Übergabe des Spendenschecks anwesend.

Die Fahrradfirma Electra Bicycle Company GmbH spendete mit jedem Verkauf des sogenannten „Peace Bike“ (Vgl. Abb. 18), 50 Euro. Hinzu kam eine Sachspende in Form eines Peace Bikes für Therapiezwecke und Freizeitgestaltung an den Verein Dunkelziffer e.V., der sexuell missbrauchte Kinder begleitet und betreut.



Abb. 18

Der nach eigenen Angaben „zahnfreundliche“ Naschladen „Zahnfreundchen“ bot im Projektzeitraum unter anderem eine Mahlzeit-Box für 3,90 Euro an (Vgl. Abb.19). Von jeder verkauften Box wurde 1 Euro an die Tagesstätte „Mahlzeit Altona“ gespendet. Die „Mahlzeit Altona“ ist eine Tagesstätte, in der obdachlose Menschen vorübergehend aufgenommen werden und unter anderem Lebensmittel für den eigenen Bedarf erhalten. Am Ende der Sammelaktion wurde das Gewicht aller verkauften Mahlzeit-Boxen in Bonbons zur Spende dazugelegt.



Abb. 19

Der Bekleidungsladen „kiezkicker“ auf der Reeperbahn spendete 10% der Einnahmen jedes im Projektzeitraum verkauften Produkts an den Verein „Strassenkids e.V.“, der Aufenthaltsräume für Kinder und Jugendliche am Hauptbahnhof eingerichtet hat. Die

Jugendlichen erhalten dort Mahlzeiten und können an unterschiedlichen Projekten teilnehmen. „Doktor Georg“ ist beispielsweise ein Medizinprojekt für männliche Prostituierte im Hamburger Stadtteil St. Georg, während das Projekt „Flohbuy“ ein Second-Hand-Ladenprojekt ist, in dem sich die jungen, meist obdachlosen Menschen etwas Taschengeld verdienen können.

Der hamburger Teeladen „samova“ hat in der Zeit vom 26.05. bis zum 28.05.2011 in der Europapassage Hamburg im Rahmen von HAMBURG TEILT (:) eine speziell für das Projekt entworfene Tee-Box mit dem Namen „HAMBURG TEILT-Special Edition 3er Tasting-Box“ (Vgl. Abb. 22) verkauft. Von jeder verkauften Box, spendete „samova“ 1 Euro an die gemeinnützige Organisation „Hamburg Leuchtfleur“. Hierbei handelt es sich um ein Hospiz, das Menschen mit schweren Erkrankungen einen Ort für einen würdevollen Abschied vom Leben bietet.

Zusätzlich verkaufte „samova“ am Stand in der Europapassage die Teesorte „Team Spirit“ in einer Special Edition von „Hinz&Kunzt“ (Vgl. Abb. 21). Der Erlös dieser verkauften Teedosen ging ganzheitlich an das gemeinnützige Selbsthilfeprojekt „Hinz&Kunzt“, bei dem Obdachlose Magazine auf der Straße verkaufen.



Abb. 20



Abb. 21



Abb. 22

Die Abbildung 20 zeigt den Stand den HAMBURG TEILT (:) des Teeladens „samova“ in der Europapassage.

Das Abschlussevent des Projekts HAMBURG TEILT (:) fand am 31. Mai 2011 mit allen Unternehmen, Unternehmerinnen und Unternehmern, Aktivisten und Künstlern, Freunden, sowie den Vertretern der Hilfsorganisationen und Institutionen, die an dem Projekt beteiligt waren, im HERZBLUT St. Pauli statt. Im Rahmen einer amerikanischen Versteigerung wurden sechs für HAMBURG TEILT (:) entworfene Werke versteigert. Es handelte sich hierbei um Gemeinschaftsarbeiten der Künstler Uli Pforr, Karol Tkotz und Arndt Kiesiel zum Thema „Wir teilen Hamburg etwas mit“. Der Erlös der versteigerten Werke wurde an das Kinderhospiz Sternenbrücke gespendet.



Abb. 23



Abb.24

Die Abbildungen 23 und 24 zeigen Momentaufnahmen der Versteigerung im Herzblut St. Pauli.

Um die Aufmerksamkeit der Menschen in Hamburg auf das Projekt zu lenken, wurde über einen Zeitraum von sechs Wochen auf unterschiedliche Art und Weise geworben. Eine Mischung aus Flyern, Transit-Werbung, Postern, TV- und Printbeiträgen, einer iPhone-App, Edgar-Cards, Informationsständen in Einkaufsbereichen, Messeausstellungen, Künstlerkooperation, sowie Filmen im Internet sollte das Erreichen möglichst vieler unterschiedlicher Zielgruppen gewährleisten. Unter anderem druckte die United Ambient Media AG 180.000 Edgar Free Cards (Vgl. Abb. 26) und verteilte diese in 505 Locations in ganz Hamburg. Der Fernsehsender RTL unterstützte das Projekt mit kurzen Fernsehnews, während die Firma Ströer - deutsche städte medien, die für die Außenwerbung der Stadt zuständig ist, die U-Bahn-Prints und U-Bahn-TV-Werbung entwarf (Vgl. Abb. 27).



Abb. 25



Abb. 26



Abb. 27

Abbildung 25 zeigt eine Litfaßsäule mit einem der zehn verschiedenen HAMBURG TEILT (:) Poster, die in der LOWANI – Agentur für soziale Kommunikation GmbH entworfen wurden.

Nach Beendigung des Projekts HAMBURG TEILT (:) gab es eine Spenden-Summe von insgesamt 113.125,26 Euro zu verzeichnen. Der Erlös wurde den durch die Unternehmen ausgewählten Institutionen direkt und ohne Abzüge ausgezahlt.

2.8 Projektergebnis

Rückblickend beurteilten die Initiatoren des Projekt HAMBURG TEILT (:) dies als erfolgreich. Die hohe Kundenzufriedenheit belegt die Qualität des Projekts. Obwohl das zuvor gesetzte Ziel des Projektteams, 100 Unternehmen von dem Projekt zu überzeugen, nicht erreicht wurde, stellte die nur knapp darunter liegende Zahl von 90 Unternehmen die Veranstalter zufrieden. Die ausgewählten 20 Hilfsorganisationen und Institutionen konnten mit einem Gesamtspendenaufkommen von 113.125,26 Euro bedacht werden. Aufgrund der kurzen Vorbereitungsphase wurden nur wenige Daten des Projekts schriftlich festgehalten, weshalb nur wenige Unterlagen zur Projektvorbereitungszeit und dem Projektvorgang zur Verfügung stehen. Es wurden keine Unterlagen archiviert und nur wenige Arbeitsschritte schriftlich festgehalten.

3. Ausblick

Das Projekt HAMBURG TEILT (:) hat sich bereits etabliert und wird im Jahr 2012 erneut durchgeführt. Hierbei wird das Konzept des Projekts beibehalten. Ab dem 4. August 2012 soll ein neues Konzept des Teilens hinzugefügt werden, das den Zeitraum des Teilens von einem Monat auf 365 Tage im Jahr erhöht. Am Projekt HAMBURG TEILT (:) 2012 werden alle Unternehmen des Vorjahres erneut teilnehmen, sowie die selben Institutionen unterstützt werden. Zusätzlich erweitert sich das Teilnehmerfeld um weitere Unternehmen, wie z.B. die Lebensmittelkette EDEKA und die Tagesbar mit dem integrierten Shop „Mutterland“.

2012 wird Edgar Free Cards 200.000 Karten sponsern und diese fünf Wochen lang in 505 Locations in Hamburg verteilen. Darüber hinaus hat die Secretmedia Filmproduktion einen professionellen Imagefilm im Wert von 50.000 Euro für die Kampagne produziert. Die iPhone-App, sowie der Internetauftritt von HAMBURG TEILT (:) wurden von der Internetzpräsenz „Tolle App“ und der LOWANI GmbH neu konzipiert.

Zum zweiten Projektstart gibt es ab dem 1. Mai 2012 HAMBURG TEILT (:) TV, das in insgesamt 50 Locations, unter anderem in der Hamburger Gastronomie und in Videotheken, auf insgesamt 200 Bildschirmen ausgestrahlt wird. Täglich werden so 30 Minuten soziale Nachrichten rund um das Thema Hamburg gezeigt.

Im Mai 2012 wird zudem eine HAMBURG TEILT (:) Kunstmeile in Hamburg-Poppenbüttel veranstaltet. Hierbei werden in 24 Geschäften Kunstwerke von 24 Künstlern für einen guten Zweck verkauft. Die Fahrradfirma Electra Bicycle GmbH wird ein „HAMBURG TEILT (:) Fahrrad“ produzieren, das bei einem Abschlussevent des Projekts Ende Mai für einen guten Zweck versteigert werden soll. Die Firmen „frontlineshop“ und „recolution GmbH & Co. KG“ produzieren eine Kollektion speziell für das Projekt.

Bisher hat die LOWANI Agentur GmbH auch in diesem Jahr noch keine Sponsoren für die Kampagne gefunden, die z.B. Posterdrucke finanzieren würde.

Wie bereits erwähnt, hat das Team von LOWANI mit einem neuen Partner, Holger Matthis, die Spendengastronomie cooking&friends gegründet, welche erfolgreiches Catering betreibt. Ab August soll die oben genannte Tagesbar im Rahmen von HAMBURG TEILT (:) eröffnet werden (Vgl. Kapitel 1.5.5).

Desweiteren soll HAMBURG TEILT (:) im Jahr 2012 zu einem gemeinnütziger Verein werden.

4. Fazit

Obwohl das Projekt HAMBURG TEILT (:) unter erschwerten Bedingungen und mit einem stark eingeschränkten Vorbereitungsrahmen durchgeführt wurde und zudem das erste große Projekt der LOWANI GmbH darstellte, ist der Projektabschluss als erfolgreich zu bezeichnen. Fehlende Strukturen, häufig neue Umsetzungsvorschläge, sowie kurzfristige Änderungen in verschiedenen Bereichen lassen ebenso wie die fehlende Dokumentationen über den Projektverlauf, die Projektphasen, sowie unter anderem eine Projektumfeldanalyse darauf schließen, dass das Projekt unter anderen Umständen noch bessere Ergebnisse hätte erzielen können. Zu bedenken ist jedoch, dass das Hauptziel der Initiatoren des hier beschriebenen, sowie des übergeordneten *World Sharety Projekts*, nicht ausschließlich auf dem Erreichen des höchstmöglichen Geldbetrags lag. Die Spendenbereitschaft und die Bereitschaft der Bürgerinnen und Bürger, zu Teilen, konnten durch das Projekt und seine Anleitung für die Teilnehmer als steigend beobachtet werden. Die eigene Auswahl der Institutionen, die unterstützt werden sollen und die Transparenz im Umgang mit den Spendengeldern, gaben den Unternehmern Sicherheit. Die zahlreichen Teilnehmer schufen eine Grundbasis für den Weg, den der „Sharety“-Gedanke vorsieht. Das Projekt HAMBURG TEILT (:) gewinnt zunehmend an Bedeutung, so dass immer mehr Unternehmerinnen und Unternehmer Interesse zeigen und sich der neuen Philosophie des Teilens anschließen.

Das Projekt HAMBURG TEILT (:) stellt daher einen Ausgangspunkt für die Möglichkeit der Entwicklung einer „Good Economy“ (Vgl. 1.1) dar. Der Verfasser dieser Arbeit sieht jedoch noch einige Schwachpunkte in der Umsetzung des Projekts. Potentielle Teilnehmer erhalten keine ausreichenden Informationen über das Prinzip des Teilens, das durch eine bestimmte Philosophie bestimmt werden soll. Um das Projekt zudem bekannter zu machen und somit mehr Interessenten zu gewinnen, ist eine stärkere Präsenz in den Medien, insbesondere den Zeitungen notwendig.

Quellenverzeichnis

Literatur

Birker, Klaus (2003): Projektmanagement. Lehr- und Arbeitsbuch für die Aus- und Weiterbildung. Berlin: Cornelsen.

Cooking&Friends, Gesellschafter Unterlagen.

Douglas, John; **White**, Kelly (2003): Spectrum Guide to Malawi. Interlink Books: New York.

Gassmann, Oliver (2005): Praxiswissen Projektmanagement. Bausteine, Instrumente, Checklisten. München: Hanser.

Gutmann, Paul; **Lempart**, Ryszard; **Kuhlmann**, Michael (Hrsg.) (2004): Welcome to the Good Economy. Über Marketing der Wohlstandssicherung. Frankfurt Rhein-Main: Hab&Gut.

Hölzle, Philipp; **Grünig**, Carolin (2002): Projektmanagement. Professionell führen – Erfolge präsentieren. München: Haufe.

Lempart, Ryszard; **Kuhlmann**, Michael (Hrsg.) (2008): Spirit of Sharety. Eine neue Philosophie des Teilens. Frankfurt Rhein-Main: Hab&Gut.

LOWANI, Projektunterlagen zum Projekt HAMBURG TEILT (:). LOWANI – Agentur für soziale Kommunikation GmbH. (2011)

LOWANI – Agentur für soziale Kommunikation GmbH. Agenturunterlagen. (2010)

Peipe, Sabine (2011): Crashkurs Projektmanagement. Freiburg: Haufe.

Pionczyk, Arthur (2011): Duden. Projektmanagement. Mannheim: Duden.

Polke, Kathy; **Evertz**, Anne (2011): Pressemitteilung der Hab & Gut Kreativagentur und Unternehmernetzwerk GmbH vom 11.10.2011. Frankfurt: Hab & Gut.

Sutorius, René (2009): Projektmanagement Checkbook. München: Haufe.

Tiemeyer, Ernst (2004): Projekt im Griff. Konzepte, Tools, und Checklisten zum erfolgreichen Projektmanagement. Bielefeld, Bertelsmann.

Internetquellen

Deutsche Gesellschaft für international Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
<http://liportal.inwent.org/malawi/gesellschaft.html> (23.04.2012)

Buisness Online

http://www.business-on.de/rechtsform-definition-gmbh-gruendung-erklaerung-gesellschafter-_id29876.html (Stand 23.04.2012)

Concept Red

<http://www.conceptred.de/cases/> (Stand 23.04.2012)

Frankfurt TEILT (:)

<http://www.frankfurt-teilt.de/mission/mission.html>
(Stand 23.04.2012)

Institute of Design

http://www.ingd.de/hamburg/index.php?option=com_content&view=article&catid=20%3Aausgezeichnete-vorgestellt&id=515%3Aabenjamin-facius&Itemid=111 (Stand 23.04.2012)

Kinderwelten

<http://www.kinderwelten.com/> (Stand 23.04.2012)

Kuhlmann, Michael

http://www.mikekuhlmann.com/index.php?article_id=83
(Stand 11.04.2012)

Kuhlmann, Michael

http://www.good-economy.com/downloads/absatzwirtschaft_interview_michaelkuhlmann_20071020.pdf
(Stand 27.04.2012)

Land der Ideen

<http://www.land-der-ideen.de/de/365-orte/preistraeger/frankfurt-teilt-world-sharety-project> (Stand 20.04.2012)

LOWANI – Agentur für soziale Kommunikation GmbH

<http://www.lowani.de> (Stand 18.04.2012)

na-Pressportal

<http://www.presseportal.de/pm/100901/2034812/hamburg-teilt-alles-gut-macht-der-mai-aktion-im-rahmen-des-world-sharety-projects-startet-in> (Stand 23.04.2012)

propheten®

<http://www.propheten.com/deutsch/philosophie/die-marke/markenphilosophie/philosophie.html> (Stand 22.04.2012)

Propheten sharety fashion

<http://www.propheten-fashion.com/mission/mission.html> (Stand 20.04.2012)

Rechtswörterbuch

<http://www.rechtsworтерbuch.de/recht/g/gmbh/> (Stand 23.04.2012)

World Sharety Projekt

<http://www.worldsharetyproject.com/> (Stand 14.04.2012)

Xing Netzwerk

http://www.xing.com/profile/Susanne_Stock (22.04.2012)

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig angefertigt und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet habe. Wörtlich oder dem Sinn nach aus gedruckten, elektronisch oder aus anderen Quellen entnommene oder entlehnte Textstellen sind von mir eindeutig als solche gekennzeichnet worden.

Mit einer Ausleihe meiner Arbeit bin ich einverstanden.

Hamburg, 28.04.2012

Vorname, Name