

Agendasetting-Strategie der Caritas

Im Zuge des Prozesses „Verbandlich handeln“ hat der Deutsche Caritasverband das Konzept des Agendasettings entwickelt. Hier sollen unter breiter verbandlicher Beteiligung gemeinsame Ziele erarbeitet und Innovationen angestoßen werden.

Ziele

Der Deutsche Caritasverband (DCV) will im gesellschaftlichen und politischen Diskurs erkennbar die politische Agenda mitbestimmen. Er setzt Themen, fördert Innovationen und deren Verbreitung, stößt politische Prozesse an und unternimmt Anstrengungen, um deren gesellschaftliche und politische Mehrheitsfähigkeit zu erreichen. Der DCV hat ein geschärftes Profil als Wohlfahrtsverband der katholischen Kirche. Sein Engagement in der Daseinsorge wird wahrgenommen als kompetente innovative Kombination aus:

- ◆ Handeln in Diensten und Einrichtungen,
- ◆ advokatorischer Interessenvertretung für bedürftige Menschen,
- ◆ Solidaritätsstiftung, die Allianzen schmiedet und datengestützt die Themen aufgreift, die wirklich „dran“ sind.

Die Themen, die für das Agendasetting ausgewählt werden, sind gekennzeichnet durch objektiven Handlungsbedarf und einen erkennbaren Lösungsbeitrag der Caritas.

Ihre Auswahl erfolgt in einem Prozess, der Impulse aus den verbandlichen Gliederungen und Mitgliedern, aus den Fachbereichen des DCV sowie aus dem politischen Diskurs zusammenführt und für ein Agendasetting verdichtet.

Die Themenschwerpunkte sollten für den Gesamtverband für einen bestimmten Zeitraum (gedacht ist an sich im Zweijahresrhythmus überlagernde Ein- oder Mehrjahresschwerpunkte) strategische Orientierung bieten und leitend sein:

- ◆ für die sozialpolitische und fachpolitische Agenda,
- ◆ für die theologisch-ethische Profilierung sowie für die unternehmenspolitische Interessenvertretung,
- ◆ für die Caritas-Kampagnen und die Außendarstellung des Verbandes,
- ◆ für die Akquise und Verwendung von Drittmitteln in der Bundeszentrale inklusive Titel 04 und KJP für die Inlandsaufgaben,
- ◆ für den Zusammenhalt und die Zukunftsfähigkeit des Verbandes.

Kriterien für die Auswahl der Themen

Sie müssen:

- ◆ in der Caritasarbeit operationalisierbar sein,
- ◆ gesellschaftliche Relevanz und Wirkung haben,

- ◆ sozialetische Werteorientierung ausstrahlen,
- ◆ in der Arbeit der Dienste und Einrichtungen der Caritas, der sozialpolitischen Arbeit und/oder im ehrenamtlichen Engagement fußen/verankert sein,
- ◆ konkrete Verbesserungen für die Lebenssituation von Menschen in Not erstreben,
- ◆ idealerweise in lokaler, nationaler und internationaler Arbeit zu verbinden sein.

Der Prozess

Ein verbandliches Themennetzwerk (Agenda-Gruppe) ist verantwortlich für die Erstellung einer Agendaliste, die vom Vorstand des DCV verabschiedet, vom Caritasrat beschlossen wird und für das Folgejahr gültig ist. Alle zwei Jahre erfolgt eine erweiterte Konsultation mit Verbandsvertreter(inne)n und externen Fachleuten in Form einer Agendawerkstatt.

Themennetzwerk (Agendagruppe)

Das Themennetzwerk wird vom DCV-Vorstand eingerichtet. Seine Mitglieder werden zunächst auf zwei Jahre berufen. Die Geschäftsführung liegt im Fachbereich Sozialpolitik und fachliche Innovationen. Zusammensetzung des Themennetzwerks:

- ◆ fünf Vertreter(innen) aus dem Verband (AK Sozialpolitische Sprecher, Bundeskonferenz der Orts-Caritasverbände (OCV), Konferenz der Einrichtungsfachverbände, Konferenz der Personalfachverbände, Bundesfachkonferenz Öffentlichkeitsarbeit),
- ◆ fünf Vertreter(innen) aus der Bundeszentrale,
- ◆ eine Geschäftsführung der Gruppe.

Auftrag des Themennetzwerks

- ◆ Erstellen einer Themenlandkarte als Vorarbeit für die Agendawerkstatt (alle zwei Jahre),
- ◆ Organisation der Agendawerkstatt und
- ◆ Überführen der Ergebnisse in eine Agendaliste als Beschlussvorlage für Vorstand (jährlich) und Caritasrat. Diese Liste enthält bis zu fünf Themen, benennt daraus abzuleitende Ansätze für die verbandliche Arbeit, sozialpolitische Forderungen sowie Entwicklungsmöglichkeiten und strategische Zielmarken,

- ◆ Weiterführen der Agendaliste auf Basis aktueller gesellschafts- und sozialpolitischer Entwicklungen für das zweite Jahr.
- ◆ Die Themen der Agendaliste fließen in die Prozesse der Fach- und Lobbyarbeit, der Fördermittelakquise sowie des Bereichs Kommunikation ein.

Agendawerkstatt

Die Agendawerkstatt erweitert alle zwei Jahre den Kreis derer, die sich am Prozess der Themengenerierung beteiligen. Sie bindet Vertreter(innen) aus allen Ebenen und Bereichen des Verbandes ein und setzt zusätzlich auf externe Expertise. Ziel ist, die vom Themennetzwerk vorgelegte Themenlandkarte zu bearbeiten und neue Themen zu identifizieren. Dies erfolgt in einer eintägigen Veranstaltung und mit innovativen Methoden. Zusammensetzung der Agendawerkstatt:

Externe Fachleute (circa zehn Personen außerhalb der Caritas):

- ◆ Die Sprecherkreise von Diözesan-Caritasverbänden (DiCV), Orts-Caritasverbänden (OCV) und Fachverbänden (FV) und die Zentrale schlagen Vertreter(innen) vor. Diese können aus Politik, Zivilgesellschaft/Engagement, Medien, Wirtschaft, Verwaltung oder Wissenschaft kommen. Betroffene und Klient(inn)en sind ebenfalls denkbar.
- ◆ Das Themennetzwerk wählt aus den Vorschlägen die Expert(inn)en aus, die eingeladen werden.

Die internen Vertreter(innen)

- ◆ werden von Gliederungen und Mitgliedern auf der Grundlage von Kriterien (zum Beispiel Öffentlichkeitsarbeit, Praktiker(inne)n ...) vorgeschlagen. Aus einem „Topf“ von rund 300 Vorgeschlagenen werden per Zufall 30 Personen gezogen.
- ◆ Mindestens ein Vorstandsmitglied des DCV ist dabei.
- ◆ Die Mitglieder des Themennetzwerks Agendasetting sind als Beobachter(innen) und Expert(inn)en Teil der Agendawerkstatt.

Beschluss der Agendaliste und Weiterarbeit

- ◆ Die vom Themennetzwerk Agendasetting erarbeitete Agendaliste wird vom Vorstand des DCV beraten und beschlossen und dem Caritasrat zur Genehmigung vorgelegt. Die Delegiertenversammlung wird darüber informiert.
- ◆ Die daraus vom Fachbereich Sozialpolitik und fachliche Innovationen abgeleitete sozialpolitische Agenda wird mit dem Vorstand Sozial- und Fachpolitik abgestimmt.
- ◆ Die mit der Agendaliste genehmigten Handlungsfelder sind leitend für externe Finanzierungsanträge Titel 04, KJP und andere.
- ◆ Die vom Kompetenzbereich Kommunikation und Medien zu erarbeitende Caritas-Kampagne bezieht sich in der Regel auf eines der Themen und gestaltet dieses öffentlichkeitswirksam aus. Die Themenauswahl trifft die Strategiegruppe Kampagne. Sie wird mit dem/der Präsident(in) abgestimmt und vom Vorstand genehmigt.

Freiburg, 22. Februar 2021

Deutscher Caritasverband

EVA M. WELSKOP-DEFFAA

Vorstand Sozial- und Fachpolitik

Kontakt: Dr. Thomas Becker, E-Mail: thomas.becker@caritas.de