



- Eine fachliche Einschätzung -

**SCHOMERUS – Beratung für gesellschaftliches Engagement GmbH**  
München, 22. Juli 2020

**Impressum:**

**SCHOMERUS - Beratung für gesellschaftliches Engagement GmbH**

Verfasser Bud A. Willim

Möhlstraße 35, 81675 München

Telefon: +49 (0) 172 / 40 40 971

E-Mail: [bud.willim@schomerus.eu](mailto:bud.willim@schomerus.eu)

Website: [www.schomerus.eu](http://www.schomerus.eu)

**Copyright:**

SCHOMERUS– Beratung für gesellschaftliches Engagement GmbH

Deichstraße 1, 20459 Hamburg

Alle Rechte vorbehalten.

Die Wiedergabe, Vervielfältigung, Verbreitung und/oder Bearbeitung sämtlicher Inhalte und Darstellungen der Publikation sowie jegliche sonstige Nutzung sind nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung vom Herausgeber gestattet.

## Inhaltsverzeichnis

<b>A.</b>	<b>Anlass</b>	<b>4</b>
<b>B.</b>	<b>FitZ</b>	<b>4</b>
	B.1 Mission (Auszug)	4
	B.2 Vision (Auszug)	5
	B.3 Angebote	5
	B.4 Die FitZ-Zielgruppe	6
	B.4 Die Kosten	6
	B.5 Mehrwert	6
	B.6 Unterstützer	7
<b>C.</b>	<b>Die Marke FitZ</b>	<b>7</b>
	C.1 Markenpositionierung	7
	C.2 Markenwert	8
	C.3 Marken-Credo	8
<b>D.</b>	<b>Falsifikationsvorbehalt</b>	<b>8</b>

## A. Anlass

Gerade in krisenhaften Zeiten wie COVID-19, die eine Gesellschaft für teils erhebliche Herausforderungen stellen, von welchen einige hinsichtlich ihrer Dauer und ihrer nachhaltigen Auswirkung noch nicht abschätzbar sind, zeigt sich, wie gemeinnützige Organisationen, kommunale Verwaltung und Gesellschaft (Einzelpersonen und Unternehmen) in der Praxis zusammenwirken, um Kinder und Familien zu stärken, zu begleiten und zu fördern.

Genau hier setzen die Stadt Rosenheim (seit 2008) und der gemeinnützigen Förderverein FitZ - Rosenheim – 1001 Talente fördern e.V. (seit 2013) an, um mit **FitZ - FIT IN DIE ZUKUNFT: 1001 Talente fördern Begabungsförderung in der Stadt Rosenheim**<sup>1</sup> Kinder in Rosenheim ganzheitlich und Stärke-orientiert zu fördern und zu unterstützen.

Die COVID-19-bedingte Überprüfung der bisherigen praktischen Umsetzung der inhaltlichen und konzeptionellen Arbeit, der Spendengewinnung sowie der verwaltungsinternen Neuverortung geben Anlass, sich erneut mit der Marke und möglichen Handlungsempfehlungen für die Ziele von **FitZ** auseinanderzusetzen.

## B. FitZ

### B.1 Mission (Auszug)

**FitZ** steht für eine zielgruppengerechte, ganzheitliche und wirksame Bildung aller Kinder in Rosenheim.

Mit dem gemeinnützigen Förderverein **FitZ - Rosenheim – 1001 Talente fördern e.V.** ist seit 2013 ein wichtiger Partner an Bord, der zusammen mit der Geschäftsführung vor allem in den Bereichen Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit maßgeblich dazu beiträgt, dass noch mehr Förderer von **FitZ** erfahren.

**FitZ** hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Rosenheimer Bildungslandschaft nachhaltig zu bereichern und zu verbessern. Dabei steht die ganzheitliche Förderung eines jeden Kindes mit seiner besonderen Begabung im Zentrum des Projekts - unabhängig von seiner sozialen Herkunft und seinem sozialen Umfeld.

Weitere Ausführungen zu **FitZ**:

Stichwort „**FitZ** und seelische Gesundheit“

**FitZ** fördert die seelische Gesundheit von Kindern (Schlagworte: Freiwilligkeit; Ichstärke, intrinsische Motivation, Suchtprophylaxe).

---

<sup>1</sup> Im Fließtext fortan **FitZ** genannt.

Stichwort „FitZ und Wirtschaft“

FitZ fördert frühzeitig Begabungen bei Kindern und unterstützt Klarheit in Berufswünschen (auch im Hinblick auf Handwerk und Wirtschaft).

Stichwort „FitZ und Soft skills“

FitZ ertüchtigt junge Menschen in Rosenheim mit Schlüsselqualifikationen (Soft skills) wie Entscheidungsstärke und Durchhaltevermögen.

Stichwort „FitZ und die Stadtgesellschaft“

FitZ ist der Kitt für die Stadtgesellschaft, da es sowohl in sozialen Brennpunkten als auch in wohlhabenden Gegenden nach genau den gleichen Prinzipien arbeitet.

## B.2 Vision (Auszug)

Gemeinsames Ziel ist, dass bis 2025 jedes Kind in Kindergarten und Grundschule in Rosenheim von den FitZ-Angeboten profitiert. Über eine weitere Ausweitung auf weitere Schultypen (Gymnasium, Realschule, Mittelschule) wird nachgedacht.

Sitz des im deutschsprachigen Raum einzigartigen Leuchtturmprojektes ist Rosenheim.

## B.3 Angebote

Die zentrale Botschaft lautet:

*„Jedes Kind hat Talente. Jedes Kind hat Begabungen. Deswegen darf kein Kind verloren gehen.“*

FitZ fördert Kinder in fünf Begabungsbereichen:

1. Sportlich-motorisch (z.B. Koordination),
2. sozial-emotional (Empathie),
3. künstlerisch (z.B. Ausdruck),
4. musisch (z.B. Rhythmus) und
5. intellektuell (z.B. logisches Denken).

Damit fördert FitZ auch die seelische Gesundheit aller Kinder, ist Kit für die Stadtgesellschaft und macht Kinder stark für die Arbeitswelt.

Gemeinsam mit lokalen Vereinen und gemeinnützigen Organisationen können die Kinder aus mehr als 200 Angeboten auswählen, die von A wie Akrobatik bis Z wie Zaubern reichen.

## B.4 Die FitZ-Zielgruppe

Vor 10 Jahren haben pro Jahr 1200 Kinder an **FitZ** teilgenommen.

Zum Stand Sommer 2020 sind es ca. 3.000 Kinder pro Jahr, die von **FitZ** profitieren.

- Innerhalb von 10 Jahren sind das bereits ca. 22.000 Kinder, die erfolgreich an den **FitZ**-Angeboten teilgenommen haben.

Derzeit findet **FitZ** in 14 Kindertagesstätten, 8 Grundschulen statt.

Durch die zielgruppen-gerechten Angebote und hohe Qualität erzielt **FitZ** bei den teilnehmenden Kindern und deren Eltern eine hohe Zufriedenheit und Wirkung.

## B.4 Die Kosten

Pro Kind sind alle entsprechenden Aufwendungen (Kurse, Organisation, Räume etc.), die für das Einhalten des Qualitätsversprechens notwendig sind, bei etwa 40 Euro pro Jahr anzusetzen.

Pro Jahr kostet das gesamte **FitZ**-Angebot derzeit ca. 150.000 Euro.

## B.5 Mehrwert

**FitZ** ist aber viel mehr als "nur" ein Lernangebot. Die zugrunde liegende Philosophie und fachliche Ausrichtung stellt das Kind mit all seinen Potenzialen und Stärken in den Fokus.

**FitZ**-Kinder sind selbstbewusst, begeisterungsfähig und wissbegierig.

Durch die Erfolge, die sie mit **FitZ** erzielen, können sie nachweislich auch besser mit Stress- und Konfliktsituationen im Alltag umgehen.

Sie sind zielgerichteter und über einen längeren Zeitraum konzentrierter als Kinder im vergleichbaren Alter, die nicht an **FitZ** teilnehmen. Zufriedene Eltern und Lehrkräfte bestätigen dies.

Somit leistet **FitZ** einen wirksamen und nachhaltigen Beitrag für die Schlüsselqualifikationen, die für eine erfolgreiche Laufbahn in Schule und Beruf erforderlich sind.

## B.6 Unterstützer

**FitZ** wird von einem Förderverein getragen und durch eine aktive Geschäftsführung und einen Vorstand operativ geleitet.

**FitZ** findet großzügige finanzielle Unterstützung seitens der Sparkassenstiftung Zukunft in der Stadt Rosenheim, der Stadt Rosenheim, der Stiftungen im Netzwerk der Stadt Rosenheim wie die Kultur- und Sozialstiftung Dr. Michael Stöcker, Gertraud Stumbeck-Stiftung, Emmy Schuster-Holzammer-Stiftung und der Bürgerstiftung Rosenheim.

Hinweis:

Die bisherige Finanzierung, d.h. Kombination aus städtische Haushalt, Spenden- und Stiftungsmittel sowie aus Mitglieds-/Fördervereinsbeiträgen, möge in den bisherigen Anteilen beibehalten werden.

Nur so ist die Pluralität aus Verwaltung, Gemeinnützigkeit und Gesellschaft (Einzelpersonen und Unternehmen) gewährleistet.

Diese viersäulige Finanzierung von **FitZ** sichert nicht nur finanzielle, sondern auch inhaltliche Unabhängigkeit von kurzfristigen Belangen und ist ein wichtiger Erfolgsgarant für die Marke **FitZ**.

## C. Die Marke FitZ

**FitZ** ist von Beginn an eine von der unmittelbaren (Kinder, Eltern) wie auch von der mittelbaren (Kitas, Grundschulen) Kundschaft hochgeschätzte und sehr stark nachgefragte Marke.

### C.1 Markenpositionierung

**FitZ** ist vor allem im Bereich der seelischen Gesundheit von Kindern sowie in dem Segment der formellen wie informellen Talentförderung sehr gut aufgestellt und positioniert.

Mit seiner Philosophie (inkl. Werte und Leitbild), seinem Angebot und seiner überprüfbaren und nachweislichen Qualität der inhaltlichen Umsetzung ergibt sich hier ein Alleinstellungsmerkmal – über die Grenzen Rosenheims hinaus.

## C.2 Markenwert

Mit der Marke werden laut Zufriedenheitsaussagen der unmittelbaren wie mittelbaren Zielgruppen insbesondere folgende Attribute verbunden:

- „Vertrauen“
- „Zuverlässigkeit“
- „Sympathie“
- „Glaubwürdigkeit“
- „Seriosität“
- „Sicherheit“
- „Emotion“
- „Empathie“
- „Kompetenz“

## C.3 Marken-Credo

Folgende Botschaften werden von Beginn an gesetzt, um die Markenbindung und -prägung sicherzustellen bzw. zu erhöhen:

- *„Jedes Kind hat Talente. Jedes Kind hat Begabungen. Deswegen darf kein Kind verloren gehen.“*
- *„Kindheit in Rosenheim - FitZ neu denken und handeln“*
- *„FitZ – Fit in die Zukunft. Begabungen erkennen und fördern.“*
- *„Ganzheitlich. Einzigartig. Zielgruppengerecht. Wirksam.“*
- *„FitZ – ein deutschlandweit einzigartiges Leuchtturmprojekt“*

## D. Falsifikationsvorbehalt

**FitZ** führt in regelmäßigen Abständen eine Überprüfung notwendiger Rahmenbedingungen (organisatorisch, finanziell, inhaltlich, personell, zielgruppenbezogen, bedarfsorientiert) durch, um nicht nur die Qualität sichern, sondern auch seine in der eigenen Vision festgehaltenen Ziele (stete und langsame Ausweitung bis 2025) erreichen zu können.

Dies geschieht über:

- Erhebung der Zufriedenheit mit der Marke FitZ durch Elternbefragungen, Befragungen an Schulen und Kitas, Kinderbefragungen
- Proaktive Jourfixe und Gremienarbeit
- Begleitende Sitzungen des Fachbeirates
- Regelmäßige Modellstandorttreffen
- Systematische Beratungsbesuche in allen teilnehmenden Institutionen
- Spendenakquise, Fundraising, Mitgliederversammlung
- Jährliche Mitgliederversammlung
- Regionale und überregionale Öffentlichkeitsarbeit

Die Sicherung der Marke **FitZ** mit den oben genannten Kriterien (Freiwilligkeit, Kostenfreiheit für die teilnehmenden Kinder, strukturelle und inhaltliche Unabhängigkeit, gleiche Umsetzung in allen Gegenden der Stadt, sowie stetes aber langsames Wachstum, Sicherung der inhaltlichen Linien „seelische Gesundheit und Talentförderung“ etc.) ist gerade in Zeiten von COVID-19 und der kürzlich erfolgten verwaltungsinternen Neuverortung wichtiger denn je.

Hinsichtlich der konzeptionellen Anpassung (video-basierte Angebote, Webinare vs./und Vor-Ort-Angebote) erarbeiten die Verantwortlichen derzeit Lösungen, die sowohl die Vorgaben bzgl. Gesundheit und Sicherheit) wie auch den Unterstützungsbedarf von Kindern und Familien berücksichtigen werden.

Auch das Fundraising wird um Videobasierte Unterstützungsangebote und -formate erweitert und angepasst (hier z.B. virtuelle Kamingespräche).

Die Marke **FitZ** wird in der fachlichen wie öffentlichen Wahrnehmung eng mit den Namen Saalfrank, Zeller und Wichmann verbunden. Insbesondere steht die Kollegin, Frau Saalfrank – zusammen mit Herrn Zeller - seitens der Stadt Rosenheim für die erwartete und notwendige Qualität der Angebote von **FitZ**.

Es ist zu empfehlen, dass mit der Neuverortung der Geschäftsstelle **FitZ** die bisherige inhaltliche Ausrichtung sowie die bisherigen notwendigen Kompetenzen und Handlungsbefugnisse auch zukünftig sichergestellt sind.

Denn der Erfolg von **FitZ** liegt auch im Wesentlichen in dem gleichwertigen Zusammenspiel zwischen den handelnden Personen der Stadtverwaltung Rosenheim und dem Förderverein.

Dies ist vor allem auch hinsichtlich der Bindung bisheriger Unterstützer\*innen ein nicht zu unterschätzender Punkt. Denn diese investieren ihre Unterstützung (Geld, Zeit, Sachspende) zum einen in die städtisch-fachliche Expertise und zum anderen in das gesellschaftlich-gemeinnützige Engagement.

Beide Facetten vereint **FitZ** zu einem deutschlandweit „[...] einzigartigen Begabungsförderungskonzept für alle jungen Hoffnungsträger in der Stadt Rosenheim[...].“

Deshalb wird hier Empfehlung ausgesprochen, die bestehenden Rahmenbedingungen nicht hinsichtlich einer

- kommunalen Stellenreduzierung,
- Veränderung der Handlungsfreiheiten,
- Reduzierung des Budgets,
- inhaltlicher Neuausrichtung bzw. Zielgruppenveränderung
- organisatorischen Veränderung (z.B. Übernahme in den regulären Schulbetrieb)

zu verändern.

Vielmehr mögen die Rahmenbedingungen regelmäßig dahingehend überprüft und ggf. angepasst werden, um die oben genannten Ziele zu erreichen werden.

Bud A. Willim, München, 22. Juli 2020