

# VERMITTLUNG VON ZEITZEUGEN ZEITZEUGENBÖRSE E.V. ....

**Die Organisation**  
Zeitzeugenbörse e.V.



**Rechtsform**  
eingetragener Verein (e.V.)  
**Gründungsjahr** 1993

**Kontakt**  
Dr. Gertrud Achinger  
Stellvertretende Vorsitzende  
Ackerstraße 13  
10115 Berlin  
(0 30) 3 22 89 98  
info@zeitzeugenboerse.de  
www.zeitzeugenboerse.de

**Das Projekt**  
Start des Projekts: 1993  
Erreichte Personen: 2010: 2.635 (176  
Zeitzeugen, 212 Vermittlungsanfragen,  
rund 2.000 erreichte Zuhörer); seit  
Projektstart: rund 29.000 insgesamt  
(bei ca. 4.050 Zeitzeugeneinsätzen)  
Wirkungsregion: lokal

<b>Einnahmen</b>	<b>Organisation = Projekt</b>
2008	13.627 €
2009	19.326 €
2010	18.695 €

<b>Mitarbeiter</b>	<b>Organisation = Projekt</b>
Hauptamtliche	0
Honorarkräfte	1
Ehrenamtliche	195



## HERAUSFORDERUNG

**Wenn Menschen sterben, stirbt Geschichte**  
Was passierte außer dem, was in den Geschichtsbüchern steht? Die Zeitzeugenbörse lässt die vergängliche Ressource der persönlichen Erinnerung in nachfolgenden Generationen weiterleben.

Wie war die Kindheit und Jugend im Nachkriegsberlin, mit welchen Problemen waren die Menschen in der DDR konfrontiert, was fühlten und dachten sie? Wenn eine Gesellschaft ihre heutige Verortung verstehen möchte, dann braucht sie Wissen über ihre Vergangenheit. Geschichtsbücher vermitteln dieses Wissen nur abstrakt, Medien arbeiten häufig mit Stereotypen. Viel greifbarer wird Geschichte, füllt man sie mit Leben: mit Menschen, die Ereignisse und Entwicklungen der Zeitgeschichte anhand ihrer persönlichen Erlebnisse ganz praktisch darstellen. Aber nicht jeder hat eine solche Person im Familien- oder Bekanntenkreis. Und nicht jeder, der erzählen kann, „wie es damals eigentlich so war“, findet dafür ein interessiertes Publikum. Häufig schlummern diese Erinnerungs- und Erfahrungsschätze im Verborgenen, da sich ältere Menschen der wertvollen Ressource oft nicht bewusst sind. Diesen Zeitzeugen eine Gelegenheit zu bieten, die eigene Vergangenheit als Teil der Geschichte dieses Landes wahrzunehmen und weiterzugeben, ist praktizierter Generationendialog. Umso wichtiger, da zeitbezogene persönliche Erinnerung eine versiegende Quelle ist.

## HANDLUNGSANSATZ

**Der Geschichte ein Gesicht geben**  
„Ich will meine Erinnerungen nicht mit ins Grab nehmen!“, sagte sich 1993 die damals 72-jährige Ingeburg Seldte und gründete die Zeitzeugenbörse in Berlin. Seitdem vermittelt der Verein Menschen, die diese Haltung teilen. Er versteht sich als Einrichtung der politischen Bildungsarbeit zur Stärkung der demokratischen Kultur.

Vermittlung und Dokumentation von Zeitgeschichte aus erster Hand, persönlich erlebt und fesselnd berichtet – das bietet die Zeitzeugenbörse. Schulen, Wissenschaftler, Medien und Privatpersonen wenden sich mit Themenwünschen an die Zeitzeugenbörse, meist zum Leben zur Zeit des Nationalsozialismus, zum Zweiten Weltkrieg, zur unmittelbaren Nachkriegszeit und zur DDR-Geschichte. Das Vermittlungsteam sucht dann aus der Kartei mit aktuell rund 180 Zeitzeugen ganz überwiegend der Generation 55+ die Person heraus, deren Geschichte am besten zur Anfrage passt. Aber nicht jeder, der (s)eine Geschichte erzählen möchte, wird aufgenommen. Damit Bedürfnisse und Erwartungen bei der Vermittlung auf beiden Seiten bestmöglich erfüllt werden, prüft der Verein in einem mehrstufigen Aufnahmeverfahren, wie der Zeitzeuge seine Geschichte darstellt, ob er Ideologien vertritt und ob er auch mit kritischen Fragen souverän umgehen kann. Als konsequente Fortsetzung des Anliegens, die Erinnerungen der Zeitzeugen unsterblich zu machen, dokumentiert die Zeitzeugenbörse diese Zeitzeugnisse in Form von CDs und DVDs.

# VERMITTLUNG VON ZEITZEUGEN ZEITZEUGENBÖRSE E.V.

## Wirkungspotential des Projekts

Ziele und Zielgruppen	★★★★★
Konzept und Ansatz	★★★★☆
Qualitätsentwicklung	★★★★☆

## Leistungsfähigkeit der Organisation

Vision und Strategie	★★★★☆
Leitungsgremium und Personalmanagement	★★★★☆
Aufsichtsgremien	★★★★☆
Finanzen und Controlling	★★★★☆
Finanzierungskonzept und Fundraising	★★★★☆
Öffentlichkeitsarbeit	★★★★☆

## Legende

★★★★★	herausragend
★★★★☆	sehr gut
★★★★☆	gut
★★★★☆	akzeptabel
★★★★☆	entwicklungsbedürftig
★★★★☆	unzureichend

## RESULTATE

### „Mutter“ der Zeitzeugenbörsen

Seit 1993 haben rund 4.050 Zeitzeugen in 2.250 Einsätzen ihre Erinnerungen an nachfolgende Generationen weitergegeben. Fast zwei Drittel der Zeitzeugen aus Berlin und Umgebung wurden 2010 mindestens einmal vermittelt, manche bis zu 14-mal. Wiederholte Anfragen etablierter Einrichtungen – z. B. des Goethe-Instituts oder des ZDF – sprechen für die hohe Qualität. Für drei Viertel der Anfragen konnten 2010 Zeitzeugen vermittelt werden. Das zeigt, dass der Verein die Themennachfrage der Nutzer gut bedienen kann. „Ihre Zeitzeugenbörse ist eine tolle Einrichtung, die hilft, Geschichte lebendig zu machen und Generationen einander näherzubringen“, sagt eine Lehrerin. Die Zufriedenheit der Zielgruppen ist kein Zufall, sondern Ausdruck des klaren Verständnisses des Vereins für die Bedürfnisse beider Zielgruppen (Zeitzeugen und Anfrager). Deshalb erreicht die Zeitzeugenbörse beim PHINEO-Kriterium „Ziele & Zielgruppen“ auch herausragende fünf Sterne. Die Zeitzeugen engagieren sich über die Einsätze in Schulen o. Ä. hinaus auch für den Verein in rein ehrenamtlicher Tätigkeit. Sie spüren die Anerkennung ihrer Arbeit und tragen dies nach außen weiter: Durch das Netzwerk konnten 2010 wieder 17 neue Zeitzeugen gewonnen werden. Als dreijähriges Modellprojekt gestartet, erwies sich das Konzept der Zeitzeugenbörse als so erfolgreich, dass es als Vorbild für Zeitzeugenbörsen in verschiedenen Städten Deutschlands diente.

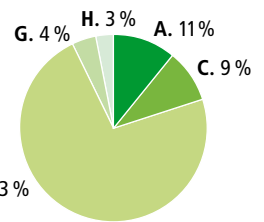
## EMPFEHLUNGEN

### Aktive Akquise unterstützen

Dem Verein gelingt es, den Status quo dank konservativer Mittelverwendung und einer öffentlichen Förderung des Berliner Senats zu halten. Wachstum ist so allerdings nur bedingt möglich. Die Zeitzeugenbörse würde eine Spende von 2.000 Euro für die verstärkte Akquise von Zeitzeugen und von Zeitzeugen-Einsätzen verwenden. Auch über eine Spezialisierung der Zeitzeugen, z. B. im Hinblick auf Stadtführungen, denkt der Verein nach. Um das Konzept auszuarbeiten und Kooperationen z. B. mit Reiseveranstaltern einzugehen, wären 1.000 Euro hilfreich. Investitionsbedarf von 3.000 Euro besteht bei der für eine Wachstumsstrategie wichtigen Öffentlichkeitsarbeit, z. B. ist bereits eine Broschüre in Planung. Zur Erweiterung des Medienangebots werden 8.000 Euro für den Erwerb einer digitalen Videokamera sowie für die Produktion neuer DVDs benötigt. Die Rückmeldungen zeigen ein Bild der Wertschätzung, eine systematische Wirkungsmessung fehlt jedoch. Gerade im Hinblick auf den Einfluss auf das Geschichtsbewusstsein der Jüngeren wäre eine Evaluation sinnvoll, für die eine Spende von 1.000 Euro verwendet würde.

Die Zeitzeugenbörse ist für Soziale Investoren interessant, die einen historischen Fokus auf Berlin setzen. Die Vereinsvorstände sind auch für neue Ideen aufgeschlossen. Daher sind auch Förderer angesprochen, die sich über eine reine Geldspende hinaus in den Bereichen Strategieentwicklung, Fundraising oder Kooperationen einbringen möchten.

## Finanzierungsquellen der Organisation



- A. Spenden
- B. Zuwendungen von Stiftungen/Vereinen
- C. Mitgliedsbeiträge
- D. Sponsorengelder
- E. Zins-/Vermögenserträge
- F. Öffentliche Gelder
- G. Leistungsabhängige Einnahmen
- H. Sonstige

Abweichungen von 100 % ergeben sich durch math. Runden

## Analysiert und empfohlen

im Themenreport:  
Engagement 55+ 6/2011



### Handlungsansatz:

Trainer/Wissens-Weitergeber und Manager/Koordinator für politische Bildung

Dieses Porträt ist eine Kurzfassung. Weitere Informationen sind bei PHINEO erhältlich.



HAFTUNGS-AUSSCHLUSS: Ansprüche gegen PHINEO aufgrund der Nutzung der vorstehenden Informationen sind ausgeschlossen. Bitte beachten Sie unseren ausführlichen Haftungshinweis unter: [www.phineo.org/haftung](http://www.phineo.org/haftung)