



Konzeption contact in Augsburg e. V.

contact in Augsburg e. V.

Im Tal 8

86179 Augsburg-Haunstetten

Tel. 0821-815 66 15

mail@contact-in-augsburg.de

INHALTSVERZEICHNIS

Inhalt

1. Präambel.....	1
2. Leitidee.....	2
3. Der Verein.....	3
3.1 Kurzübersicht	3
3.2 besondere Leistungen.....	3
3.3 Werte	4
4. Module.....	5
4.1 Verkauf.....	5
4.2 Nachhaltigkeit/Upcycling	7
4.3 Veranstaltungen.....	7
4.4 Hochbeete.....	8
4.5 Hilfstransporte.....	8
4.5 Foodsharing Point	8
4.6 Cafe	8
5. Zielgruppen.....	9
5.1 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.....	9
5.1.1 Altersstruktur Mitarbeiter.....	10
5.2 Besucherinnen und Besucher	11
6. Lageplan	12
7. Ausblick.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
8. Auszeichnungen	14
Kontaktinformationen.....	0
Firmeninformationen	Fehler! Textmarke nicht definiert.

Zur Vereinfachung wurde beim Schreiben auf eine geschlechtsspezifische Schreibweise verzichtet. Mit dem Gebrauch der männlichen Formen sind immer sowohl das männliche als auch das weibliche Geschlecht gemeint.

INHALTSVERZEICHNIS

1. Präambel

Roswitha Kugelman und Mike Rühl, die beide heute Vereinsvorsitzende bei contact sind, lernten sich 1994 in der Wärmestube in Augsburg kennen. Mike Rühl war damals noch selbst obdachlos und hatte Alkoholprobleme. Die Beiden suchten nach einer Möglichkeit, gemeinsam mit Bedürftigen zu arbeiten. Nach ersten Überlegungen stießen sie auf die Grundsätze der Emmaus-Gemeinschaften. Hierbei handelt es sich um Gemeinschaften, die aus freiwilligen Mitgliedern und Menschen bestehen. Diese Menschen suchen aus einer persönlichen Not eine Gemeinschaft, um ihrem Leben Sicherheit und Sinn zu geben. In diesen Gemeinschaften lebt und arbeitet niemand nur für sich alleine, sondern stets und grundsätzlich auch für andere.

Über die Erfahrungen mit den weltweit gut funktionierenden Emmaus-Gemeinschaften, deren erste vor 50 Jahren von Abbé Pierre in Paris gegründet wurde, entstand die Grundidee von contact:

- einen Ort der Begegnung schaffen, der offen ist für alle, die Kontakt suchen und das persönliche Gespräch brauchen,
- die dazu nötigen Räume finanzieren über den Verkauf von Gebrauchsgütern: jeder hat Sachen zuhause, die er/sie nicht mehr braucht, die Spendern und Kunden die unkomplizierte Möglichkeit geben, den Kontakt zu uns zu knüpfen,
- und mit den dadurch entstehenden Berührungen und Kontakten Helfern und auf Hilfe Angewiesenen die große Chance zu geben, sich immer weiter berühren zu lassen und damit den nächsten Schritt zu tun: denen helfen, die "noch mehr leiden" wie Abbé Pierre sagt, Menschen und Initiativen im In- und Ausland mit dem Erlös der Arbeit zu unterstützen.



2. Leitidee

contact hilft den Menschen aus der Einsamkeit. Das soll durch einen empathischen Umgang miteinander gefördert werden. Durch das gemeinsame Gespräch entsteht gegenseitige Hilfe, von der jeder profitiert.

Im Gegensatz zu anderen Vereinen, die Spenden sammeln oder Mitgliedsbeiträge erheben, finanziert sich contact in Augsburg e. V. über einen sogenannten Zweckbetrieb, in diesem Fall ein großes Sozialkaufhaus.

Finanziert wird das Kaufhaus durch den Verkauf von Gebrauchtwaren. Da die Waren möglichst preiswert angeboten werden sollen, werden sie nur angenommen, wenn sie ohne Entgelt angeboten werden.

Ziel ist die Möglichkeit der Kontaktaufnahme, die durch die Vernetzung mit anderen Initiativen und sozialen Einrichtungen gestärkt werden soll sowie die Schaffung von Arbeitsplätzen.

3. Der Verein

3.1 KURZÜBERSICHT

Roswitha Kugelmann
1. Vorsitzende

Michael Rühl
2. Vorsitzender

Vereinsregister Nr. 2414 Amtsgericht Augsburg

gegründet am 2. Dez. 1999

als gemeinnützig und mildtätig anerkannt

letzter Freistellungsbescheid des Finanzamts Augsburg-Stadt vom 23.09.2016

Satzungszweck:

- die selbstlose Unterstützung von Menschen in schwierigen Lebenslagen
- alles was Menschen hilft, ihr Leben zu meistern und Perspektiven aufzeigt für den weiteren Lebensweg
- Aktivitäten zur Suchtprävention
- Zusammenarbeit mit Personen und Gruppen, die soziale und ökologische Ziele verfolgen

3.2 BESONDERE LEISTUNGEN

Aus dem kleinen Verein ist in den letzten Jahren ein großes Sozialunternehmen geworden. Im Unternehmen konnten bereits viele positive Ideen und Entwicklungen umgesetzt werden.

Zu diesen zählen unter anderem:

- ausschließlich durch eigene Arbeitskraft, ohne Mitgliedsbeiträge und fast ohne Zuschüsse, konnte aus einem kleinen Laden ein großes Sozialkaufhaus in Augsburg entstehen, das zunehmend mehr Arbeitsplätze schafft.
- aus den 11 Gründungsmitgliedern wurde ein Team von derzeit über 150 Mitarbeitern, die zum großen Teil selbst zum Kreis der Bedürftigen gehören und kaum Chancen auf dem Arbeitsmarkt hatten.
 - Kontinuierlich werden weitere Arbeitsplätze geschaffen. Neben den derzeit 103 Festangestellten arbeiten 53 freiwillige Helfer und viele 20 Praktikanten und Studenten im Unternehmen mit.
- den Arbeitnehmern wird durch die Arbeitsmöglichkeit, aber vor allem durch die familienähnliche Struktur geholfen, das eigene Leben zu meistern und sich zu stabilisieren.
- vor allem durch die persönliche Atmosphäre können im Sozialkaufhaus Menschen, die helfen wollen, mit Menschen, die Hilfe brauchen zusammengebracht werden und so auf die vorhandenen Probleme aufmerksam gemacht werden. Ferner können dadurch die

Schwierigkeiten angesprochen und verarbeitet werden.

3.3 WERTE

- **Selbstvertrauen**

Die Menschen, die bei contact zu arbeiten beginnen, haben häufig – verursacht durch Schicksalsschläge – kein, oder wenig Selbstvertrauen. Dabei ist Selbstvertrauen ein wichtiger Erfolgsfaktor in persönlicher, emotionaler und beruflicher Hinsicht. Durch die Arbeit, den geregelten Tagesablauf und einer neuen, leistbaren Aufgabe werden die Arbeitnehmer schrittweise an die neuen Tätigkeiten herangeführt, um schließlich mehr Selbstvertrauen zu gewinnen. Hierfür sorgt auch das friedliche und familiäre Arbeitsklima, in der es wenig bis keine Hierarchien gibt. Die Unternehmenskultur basiert auf einem Wir-Gefühl, dass durch die „Du“-Ansprache gefördert wird. Hinzuzufügen ist auch, dass in einem solch dynamischen Umfeld starke Hierarchien zum Hindernis für effizientes Arbeiten werden würden, da im Verlauf häufig schnelle Entscheidungen getroffen werden müssen und gemeinsam getroffen werden.

- **Verantwortung**

Ohne Selbstverantwortung machen sich Menschen zum Opfer der Umstände oder anderer Menschen. Diese Verantwortung ist aber Voraussetzung für ein selbstbestimmtes- und damit für ein zufriedenes Leben. In schwierigen Lebenssituationen ist es häufig undenkbar und sehr herausfordernd, eine Arbeitsstelle zu finden. Durch den niedrigschwelligen Zugang zum Unternehmen ist die Hürde einen Arbeitsplatz zu finden bei contact nicht so groß wie auf dem 1. Arbeitsmarkt. Gleichermassen erleichtert das Wissen darüber, dass bei contact alle Menschen willkommen sind, den Zugang zur Arbeit.

Im Sozialunternehmen herrscht eine Kultur, die auf Vertrauen basiert. So findet im Vergleich zu anderen Unternehmen wenig Kontrolle der Mitarbeiter statt. Ordnung wird eher durch gegenseitiges Vertrauen und soziale Kontrolle hergestellt. Jeder Arbeitnehmer sorgt durch seine Arbeitsleistung für den Umsatz und die Sicherung des Unternehmens. Jeder arbeitet so viele Stunden wie er arbeiten möchte oder kann.

- **Empathie**

Eine empathische Grundhaltung wird von allen Arbeitnehmern voraus- und umgesetzt. Alle Menschen, die im Unternehmen tätig sind verbindet, dass sie bereits einen oder mehrere Schicksalsschläge erlebt haben. Dieses Wissen und gegenseitige Verstehen trägt die Gemeinschaft und schafft Verständnis füreinander, wodurch es auch möglich ist, sich bei aktuellen Krisen wechselseitig zu helfen.

- **Nachhaltigkeit**

Nachhaltigkeit besteht aus den vier Säulen Soziales, Ökologie, Ökonomie und Kulturelles.

Im Vordergrund steht bei contact e. V. der soziale Gedanke. Im Laufe der Zeit hat sich gezeigt, dass die Ökologie immer wichtiger wurde. Müllvermeidung, Ressourcenschonung und die Wiederverwendung von noch brauchbaren Gegenständen wurde bei contact zum primären Handlungsprinzip. Ferner sichert das ökonomische Handeln den Fortbestand des Sozialunternehmens. Die hohen laufenden Ausgaben müssen durch entsprechende Einnahmen gedeckt werden. Ganz im Sinne der Nachhaltigkeit werden alle Waren, die im Sozialkaufhaus abgegeben werden, zunächst sortiert, zum Teil repariert, Möbel neu lackiert und verkauft. Die Ware, die im Laden nicht mehr gebraucht wird, wird zum größten Teil durch Hilfstransporte dorthin gebracht, wo Hilfe benötigt wird, beispielsweise nach Rumänien, Portugal und Griechenland.

Nachhaltigkeit wird außerdem durch kulturelle Aspekte gesichert. Deshalb dient das Sozialunternehmen auch als Veranstaltungsort. Beispielweise finden im Unternehmen Konzerte und Filmabende statt.

- **Teilen**

Teilen wird definiert als das gemeinsame Nutzen von Ressourcen. So wird bei contact e. V. in erster Linie die Ressource „Arbeit“ geteilt. Ist im Sozialkaufhaus ein Warenüberschuss vorhanden, werden Hilfstransporte verschickt. Gleichmaßen werden überschüssige Lebensmittel an die Kunden kostenlos weitergegeben.

4. Module

4.1 VERKAUF

Finanziert wird contact ausschließlich durch den Verkauf von Gebrauchtwaren, die großzügiger Weise von Kunden gespendet werden. Diese werden dann so preiswert wie möglich im Sozialkaufhaus angeboten und verkauft.

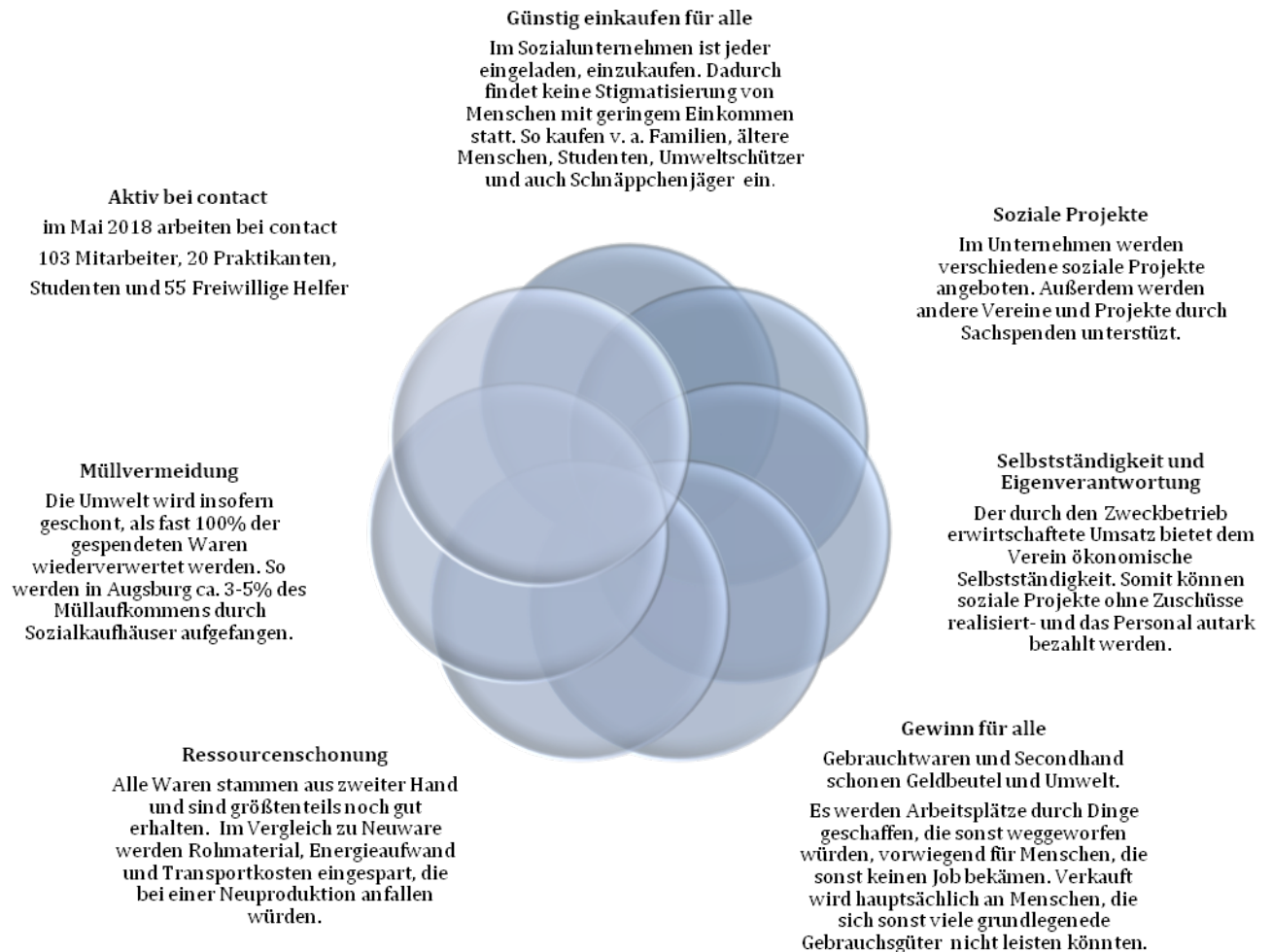
Aus Tabelle 1 geht hervor, wie viel Ware täglich in der Warenannahme abgegeben wird. Anschließend wird die Ware entsprechend der einzelnen Abteilungen sortiert und weitergegeben. Täglich werden ca. 5,6 Tonnen an das Sozialunternehmen gespendet. Davon werden täglich ca. 2,8 Tonnen verkauft. Die restlichen 2,8 Tonnen werden zum großen Teil mit Hilfstransporten nach Rumänien weitergegeben, einige Waren werden aufgewertet (Upcycling) und der Rest entsorgt (s. auch Tabelle 2 / Modul Recycling).

Tab. 1 täglicher Eingang Ware und Verkauf

Kategorien	Täglicher Eingang Ware / kg	Wöchentlicher Eingang Ware (6 Tage) /kg	Monatlicher Eingang Ware (25 Arbeitstage) /kg	Jährlicher Eingang Ware /kg	Täglicher Verkauf
Möbel	4000	24000	100000	1200000	2000
Kleidung	500	3000	12500	150000	250
Bücher	400	2400	10000	120000	200
Heimtextilien	150	900	3750	45000	75
Hausrat	200	12000	5000	60000	120
Spielsachen	60	360	1500	18000	30
Sportsachen	60	360	1500	18000	40
Heimwerkerbedarf	60	360	1500	18000	40
Büroartikel	4	24	100	1200	2
Elektro	150	900	3750	45000	60
Handtaschen / Gürtel	50	300	2500	30000	20

Stand:04/2018

4.2 NACHHALTIGKEIT/UPCYCLING



4.3 VERANSTALTUNGEN

Im Sozialunternehmen finden unterschiedliche Veranstaltungen statt:

- 10 Cent Buchaktion
- verschiedene Sonderverkäufe
- Jahreszeitenmärkte: Weihnachten, Ostern, Fasching, Kommunion
- Führungen
- Offener Handarbeitstreff
- Deutschkurse
- Hausaufgabenbetreuung

4.4 HOCHBEETE

Hinter dem Sozialkaufhaus wurde ein weiteres Gelände angemietet, das zum einen als Erholungsraum für die Angestellten und Mitarbeiter dient und zum anderen befinden sich dort Hochbeete, die sowohl von Angestellten kostenlos genutzt und bepflanzt werden dürfen, als auch von Besuchern. Die Hochbeete sind für Menschen gedacht, die selbst keinen eigenen Garten haben und Gemüse anpflanzen wollen, das sie dann ernten können oder einfach nur Spaß an der Sache haben.

4.5 HILFSTRANSPORTE

Die gespendete Ware wird in die Kategorien A+, A, B und C unterteilt. Die C-Ware wird von contact selbst u. a. nach Rumänien transportiert, um sicherzustellen, dass die Ware auch dort ankommt, wo sie gebraucht wird. Gleichmaßen werden von contact aber auch Hilfscontainer zusammengestellt, die abgeholt werden. Außerdem werden über social media bedürftige Menschen beispielsweise durch Pakete unterstützt, um eine schnelle, unbürokratische Hilfe zu leisten.

4.5 FOODSHARING POINT

Bei contact handelt es sich um einen offiziellen „Fairteiler“ von Foodsharing. Jeder Kunde, der Lebensmittel übrig hat, kann sie in den dafür vorgesehenen Kühlschrank vor den Eingang stellen. Das Essen kann dann von anderen Kunden kostenlos mitgenommen werden.

Ferner wird das Sozialkaufhaus von Montag bis Samstag von Augsburger Bäckereien kostenlos mit übrigen Backwaren versorgt. Von Lidl, Netto und Tafeln bekommt contact Gemüse, Kühlprodukte und Backwaren. Außerdem erhält contact von einem Augsburger Altersheim fertiges Mittagessen, wenn dort ein Überschuss besteht.

Von den gespendeten Waren wird täglich das Mittagessen für die Belegschaft gekocht und an diese kostenlos weitergegeben. Sind die Arbeitnehmer versorgt, werden die Lebensmittel an die Kunden weitergegeben.

4.6 CAFE UND INFOPOINT

Im Cafe des Sozialunternehmens gibt es immer kostenlos Cafe, Tee, Wasser, verschiedenes Gebäck, die Zeitung und die Möglichkeit mit anderen Menschen in Kontakt zu treten. So kommen viele Besucher zu contact, um im Cafe zu sitzen und dadurch der Einsamkeit zu entfliehen. Häufig fehlt es diesen Menschen am nötigen Kleingeld, um sich in einem anderen Cafe zu treffen. Weiterhin besteht dadurch die



Möglichkeit, sich während des Einkaufens auszuruhen.

Ferner können dort Termine für Möbelabholungen und Wohnungsaufösungen vereinbart und Informationen jeglicher Art eingeholt werden. Menschen die keine Möglichkeit haben, Möbel nachhause zu transportieren, können für 20 € beliefert werden.

5. Zielgruppen

5.1 MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

Das Sozialkaufhaus soll in erster Linie präventiv der zunehmenden Vereinsamung entgegenwirken.

Eingestellt werden Menschen,

- die durch schwierige Lebenssituationen aus dem Alltag gerissen wurden,
- die auf dem ersten Arbeitsmarkt keine Chance auf Anstellung haben,
- Migranten, deren z. T. hohe Bildungsabschlüsse in Deutschland nicht anerkannt werden,
- Menschen mit körperlichen und geistigen Behinderungen,
- Menschen mit psychischen Schwierigkeiten,
- Menschen, die sich in der Langzeitarbeitslosigkeit befinden und diese beenden wollen,
- Menschen, die sich bereits in der Rente befinden und eine sinnvolle Aufgabe benötigen,
- Schüler und Studenten,
- Menschen, die aus Überzeugung in dem Sozialunternehmen arbeiten

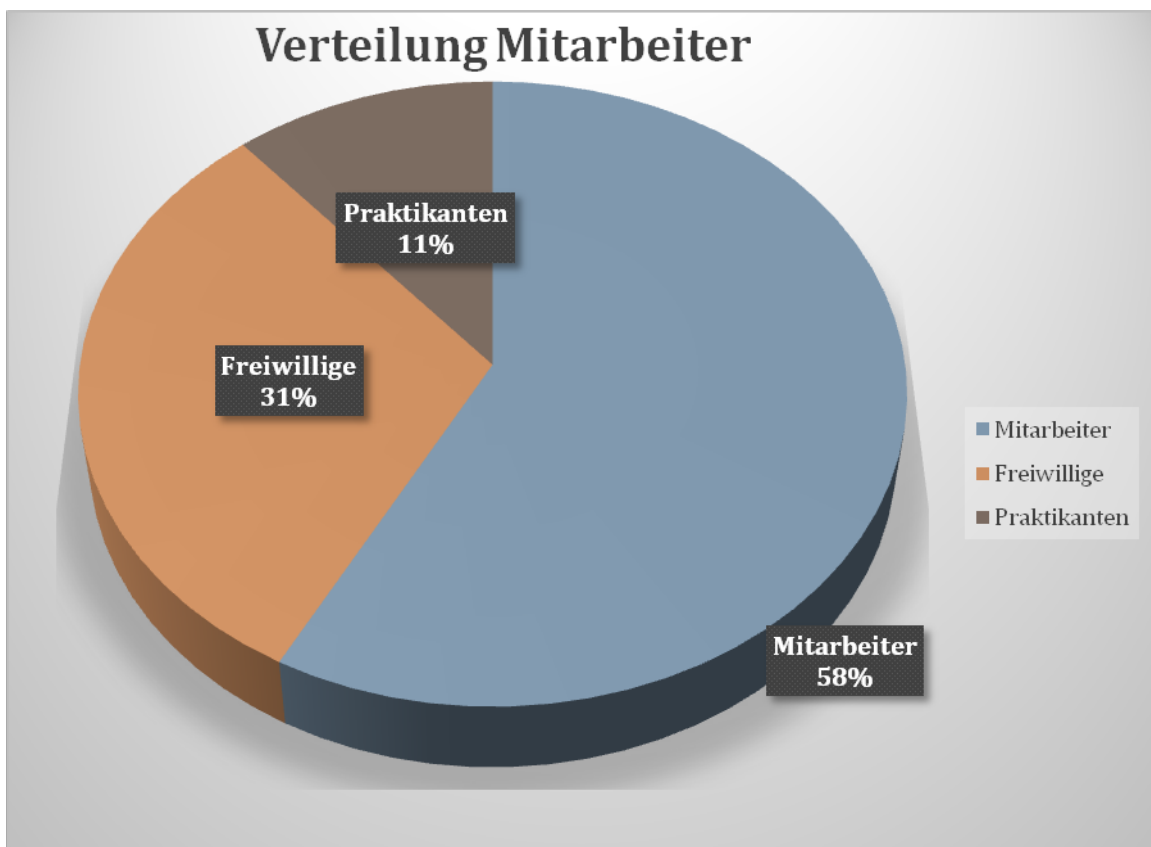
.. folglich: angestellt werden alle Menschen, egal welchen Alters, Herkunft, sozialen Milieus oder Religiosität. Wir nutzen die Heterogenität und versuchen die Menschen bezüglich ihrer Talente und Wünsche zu fördern. Dies dient der Stabilisierung und letztlich dazu, das eigene Leben wieder zu meistern.

Die o. g. Menschen werden beschäftigt als:

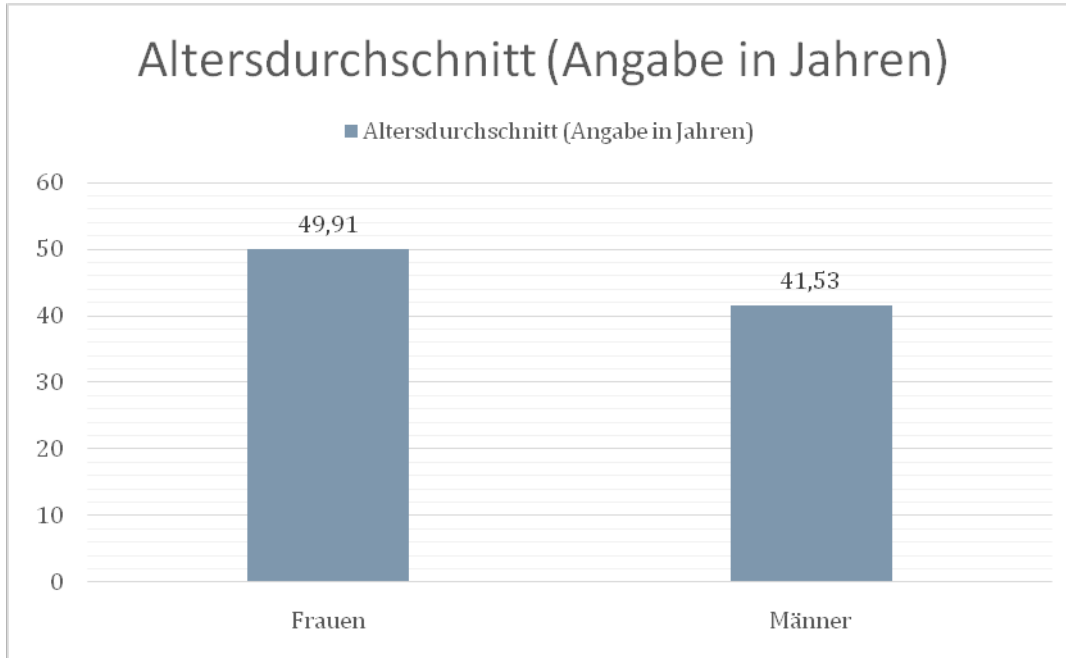
- Voll- und Teilzeitangestellte,
- geringfügig Beschäftigte,
- zur Wiedereingliederung
- Ehrenamtliche und Freiwillige,
- Helfer im Rahmen der Social Days oder Projekte der Uni, der FH, der Stadtwerke, private Firmen
- Praktikanten
- Sozialarbeiter
- in Ausbildung

5.1.1 STATISTIK MITARBEITER

Bei contact arbeiteten 2017:



Bei den 103 Festangestellten ergab sich 2017 folgender Altersdurchschnitt:



5.2 BESUCHERINNEN UND BESUCHER

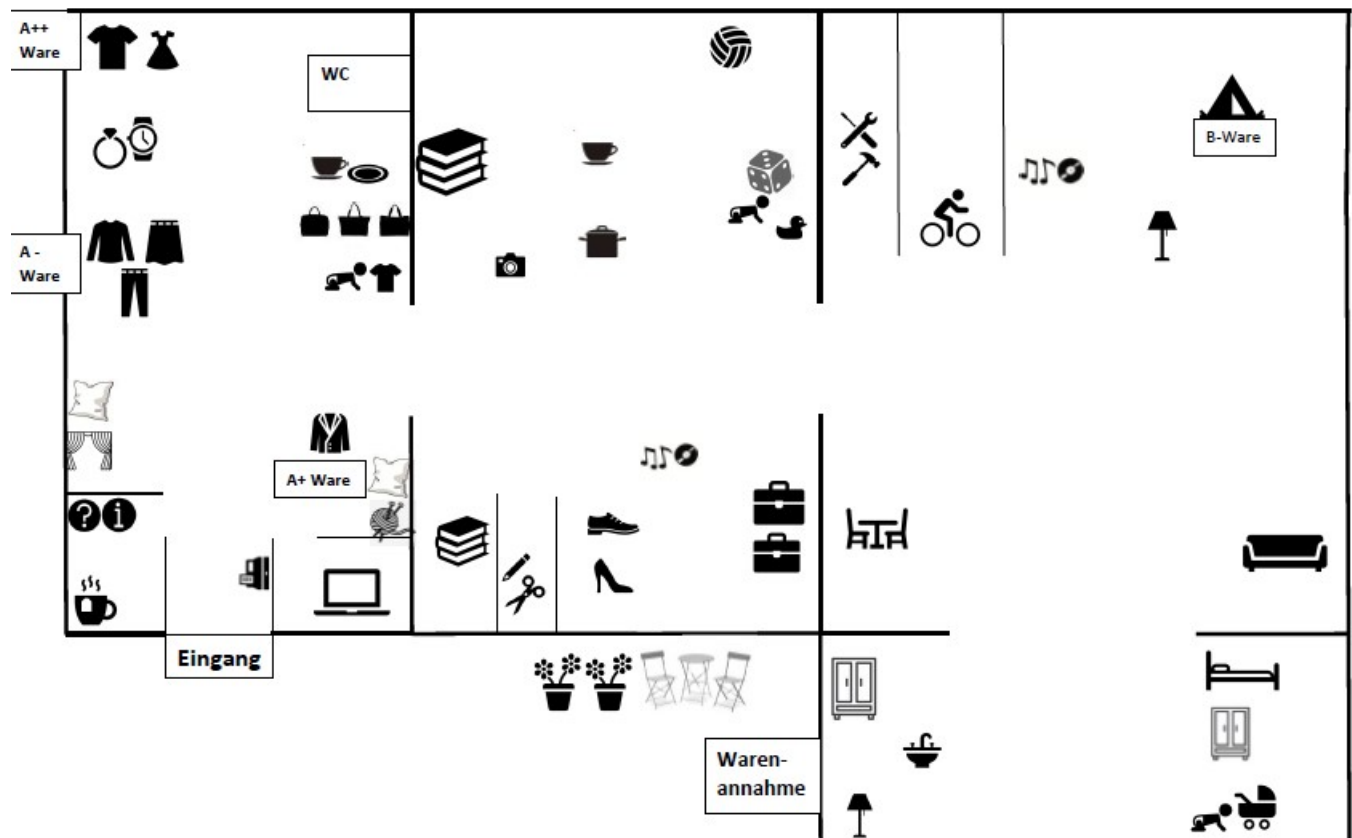
Täglich besuchen circa 800 Menschen das Sozialunternehmen. Sozial schwache und benachteiligte Besucher erhalten im Sozialkaufhaus günstige Gebrauchsgüter. Contact ist aber auch für alle Menschen offen, die Spaß an Secondhandware haben und damit die Umwelt und ihren Geldbeutel schonen möchten. Jeder, der bei contact einkauft hilft, die Kosten zu decken und die Preise so niedrig wie möglich zu halten. Das Sozialkaufhaus heißt alle Menschen willkommen. Egal welchen Alters, welcher Herkunft und aus welchem sozialen Milieu stammend. Heterogenität wird im Kaufhaus als Chance verstanden, wodurch ein großes Lernen stattfindet und Bildungsvorgänge in Gang gesetzt werden.

Darüber hinaus finden Menschen bei contact einen Raum der Begegnung und die Möglichkeit, mit anderen in Kontakt zu treten. Gerade Menschen, die sich in schwierigen Lebenslagen befinden, benötigen einen Raum, in dem sie wie „normale“ Menschen behandelt und geachtet werden. Seit 10 Jahren steigen die Besucherzahlen stetig, was für den Erfolg des Konzeptes spricht.

Im Cafe gibt es immer kostenloses Cafe und verschiedenes Gebäck, das gespendet wurde. So kommen viele Besucherinnen und Besucher zu contact, um im Cafe zu sitzen und sich mit anderen Menschen zu unterhalten.

6. Lageplan

Bei den ca. 7000m² Grundstücksfläche ergibt sich bei der ca. 4000 m² Verkaufsfläche folgende Aufteilung:



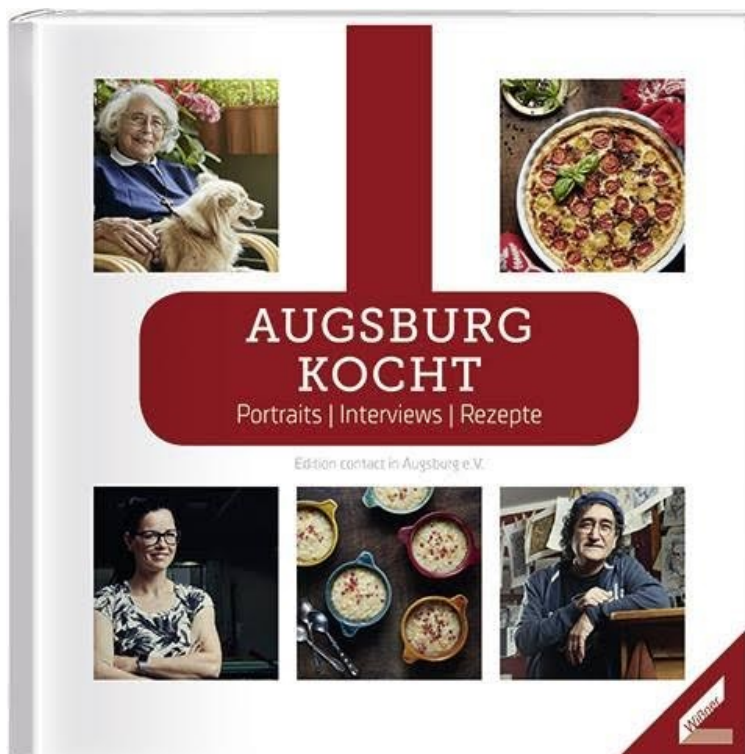


7. Auszeichnungen





Buchveröffentlichung:



Das Buch ist mehr als ein Kochbuch: es ist Lesebuch über 50 Augsburger Initiativen aus dem sozialen und kulturellen Bereich .und es ist Kochbuch, denn jede Initiative hat ein Lieblingsrezept beigesteuert. Das Buch bietet beeindruckende Gespräche mit den Machern, es beschreibt, was sie bewegt, dort anzupacken wo andere nur reden. Ihr Lohn ist die Erfahrung und die Dankbarkeit von denen, für die sie es machen. Herausgeber ist der Verein contact in Augsburg e.V., die interviewten Initiativen wurden von den beiden Autorinnen Roswitha Kugelman und Ann-Kathrin Glania-Bunea ausgewählt. Das Buch kann für 18,90 € im Sozialkaufhaus erworben werden.

Kontaktinformationen

Soziales Zentrum

Im Tal 8

Tel. 0821-8156615

E-Mail: mail@contact-in-augsburg.de

www.contact-in-augsburg.de

Durch **LOGO**
ersetzen

Öffnungszeiten

Mo. – Fr. 10:00-19:00 Uhr,

Sa.: 10:00-18:00 Uhr

Konzepterstellung: Laura Weishaupt, M.A. /Mai 2018