Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Logo enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

Bewerbung für den   
„Preis für Nachhaltiges Kino 2025“

Antragsteller:

Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Logo enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

Deadline für die Bewerbung: 25. April 2025

Bitte per Email an: [nachhaltigkeitspreis@film-hessen.de](mailto:nachhaltigkeitspreis@film-hessen.de)

Das Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst verleiht 2025 zum 6. Mal den Hessischen Preis für Nachhaltiges Kino. Der Preis versteht sich als motivierende und fördernde Initiative, um die hessischen Kinos auf dem Weg zur nachhaltigen Betriebsführung, umweltfreundlichen, kulturellen und sozialen Praxis zu unterstützen. Anknüpfend an die um den Bereich Kultur erweiterte Nachhaltigkeitsstrategie des Landes Hessen berücksichtigt Nachhaltigkeit im Kinoalltag sämtliche Prozesse entlang der Wertschöpfungskette eines Kinobetriebs: angefangen bei der Frage, wie das Selbstverständnis und die Programmgestaltung kulturelle Nachhaltigkeit fördern können, bis hin zur Klimafreundlichkeit des Gebäudes und der Kinoplakate, der Vermeidung von Einwegmüll bei Popcorn und Softdrinks, dem sozial verantwortlichen Umgang mit Personal oder der nachhaltigen Mobilität der Kinobesucher.

Vom 19.3. bis 25.4.2025 können sich hessische Kinos für den mit insgesamt 10.000 € dotierten Preis bewerben. Ausgezeichnet wird ein Kino als Hauptgewinner, das ein überzeugendes Gesamtkonzept und Maßnahmen zu dessen Realisierung präsentiert. Über die Preisvergabe berät eine unabhängige Jury, die neben dem Hauptpreis in Höhe von mindestens 5.000 € weitere dotierte Würdigungen vergeben kann. Die Organisation des Bewerbungsverfahrens und der Preisverleihung liegt in Händen des Film- und Kinobüros Hessen, auf dessen Webseite alle für den Preis relevanten Informationen zu finden sind: [www.film-hessen.de/preis-fuer-nachhaltiges-kino](http://www.film-hessen.de/preis-fuer-nachhaltiges-kino)

Kinos können sich für fachliche Beratung zur Bewerbung und Fragen zum Bewerbungsbogen gerne an die Lust auf besser leben gGmbH wenden:

**Lust auf besser leben gGmbH**Dr. Alexandra von Winning  
[alexandra@lustaufbesserleben.de](mailto:alexandra@lustaufbesserleben.de)

Lukas Glöckner  
[lukas@lustaufbesserleben.de](mailto:lukas@lustaufbesserleben.de)

Steinweg 6 · 60313 Frankfurt am Main  
Tel +49(0)69 907 558 16

Kontaktadresse für den „Preis für nachhaltiges Kino“:

**Film- und Kinobüro Hessen e.V.**Erwin Heberling  
[info@film-hessen.de](mailto:info@film-hessen.de)   
Fahrgasse 89 · 60311 Frankfurt am Main  
Tel: +49(0)69 133 79 18

|  |
| --- |
| **ÜBER UNS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name des Kinos** | |
|  | |
|  | |
| **Alter des Kinogebäudes** | |
|  | |
|  | |
|  | |
| **Anzahl Mitarbeitende** | |
| Hauptberuflich Tätige        Minijobs        ehrenamtlich Tätige | |
|  | |
| **Anzahl der Säle und Sitzplätze** | |
|  | |
| Säle       Sitzplätze | |
|  | |
| **Kontakt** | |
| Ansprechpartner:in: |  |
| E-Mail: |  |
| Telefon: |  |
| Straße: |  |
| PLZ Ort: |  |
| Website: |  |
| Soziale Profile: |  |
|  |  |
| **Der Träger des Kinos ist** | |
|  | |
| ein privater Betrieb  eine Kommune  ein Verein  andere Rechtsform: | |
|  | |

****

|  |
| --- |
| **KULTURELLE NACHHALTIGKEIT** |



|  |
| --- |
| **Selbstverständnis als Ort für kulturelle Nachhaltigkeit** |
| Wie in kaum einem anderen Bereich kommen im Kino Menschen unterschiedlichen Alters und gesellschaftlicher Schichten zusammen. Mit seiner kulturellen Ausrichtung kann ein Kino die Auseinandersetzung mit bestimmten Themen fördern und somit zur Bildung von Wertvorstellungen und gesellschaftlichen Leitbildern nachhaltig beitragen. Kulturelle Nachhaltigkeit ist daher von zentraler Bedeutung und beschränkt sich nicht auf das Zeigen von Filmen mit explizit ökologischen Inhalten. |
| ***Verstehen Sie Ihr Kino als (sozio-)kulturellen Ort und wie drückt sich dies strukturell aus?***  ***Gibt es grundsätzliche Überlegungen, die für die Programmgestaltung wichtig sind?*** |
|  |
| |  | | --- | | **Wird Nachhaltigkeit bei der Gestaltung des Angebots und Kinoprogramms berücksichtigt?** | | Unter „nachhaltigem Angebot“ verstehen wir Angebote für Kinogäste, bei denen Sie mit gutem Gewissen sagen können, dass sie nicht nur zur Unterhaltung, sondern auch zu einer nachhaltigen kulturellen, ökologischen und gesellschaftlichen Entwicklung beitragen. Was zeichnet Ihr aktuelles Angebot als nachhaltig aus? Hier geht es um spezielle Angebote, die ganz unterschiedlich sein können und auf verschiedene Weise zu einer nachhaltigen gesellschaftlichen Entwicklung beitragen. | |  | | Filme/Filmreihen (nicht nur, aber auch im Nachhaltigkeitskontext, z.B. Filmreihe zur Agenda 2030)  Gespräche und Diskussionsrunden mit Filmbeteiligten  Cross-Over-Angebote zur Erweiterung der kulturellen Bandbreite, z.B. mit Musik-/Theaterdarbietungen  Angebote für bestimmte Ziel- und Interessensgruppen, z.B. Kinder, Jugendliche, Senioren, Geflüchtete o.ä.  Repertoire zur Wiederentdeckung/Erhalt des Filmerbes  Angebote zur Präsentation des Filmnachwuchses präsentieren, z.B. Kurzfilmabspiel, Präsentation des jungen Hessischen Films o.ä. | |  | | ***Beschreiben Sie, welche speziellen nachhaltigen Angebote Ihrem Kino besonders wichtig sind*** | |  | |  | |
|  |

|  |
| --- |
| **Engagement in der Region** |
| Wie ist Ihre Beziehung zur unmittelbaren Nachbarschaft/Kommune/lokalen Einrichtungen? Gibt es ein nachbarschaftliches Verhältnis im Stadtteil oder Ihrer Kommune? Ist das Kino ein sozialer und kultureller Treffpunkt? Wie versteht Ihr Kino sich als Teil der Gemeinschaft? |
|  |
| Aktive Beziehungen zur Nachbarschaft/Kommune  Kooperationen mit lokalen Initiativen/Einrichtungen, z.B. mit Schulen, Vereinen für Inklusion/Integration, etc. |
|  |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| **NACHHALTIGES RESSOURCENMANAGEMENT** |

![Ein Bild, das Objekt enthält.

Automatisch generierte Beschreibung]()

|  |
| --- |
| **Erneuerbare Energien** |
| Oft wird die Nutzung erneuerbarer Energien von vornherein als zu teuer oder unwirtschaftlich angesehen, ohne dass der Einsatz ernsthaft geprüft wird. Klimaschonende Energiequellen sind nicht nur wichtig für unsere Zukunft, sondern fördern auch die regionale Wirtschaft und können sich finanziell sogar lohnen. Einige Ökostromanbieter haben besondere Kooperationsangebote für Kinos. Beziehen Sie Ökostrom? |
|  |
| Eigene Photovoltaikanlage  Bezug von „echtem“ Ökostrom durch Energieanbieter        Prozent Ökostrom-Anteil |
|  |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |
| **Ressourceneffiziente Infrastruktur** |
| Zur Reduktion des ökologischen Fußabdrucks – und des Portemonnaies – ist das Einsparen von Ressourcen immer wirksamer als der Switch zu umweltfreundlichen Alternativen. Wie ressourceneffizient ist Ihr Kinogebäude und Ihre Ausstattung? |
|  |
| Gute Isolierung des Gebäudes  Energieeffiziente Abspieltechnik  Energieeffiziente Beleuchtung  Reduktion des Wasserverbrauchs  Umweltfreundliche Reinigungsmittel  Umweltfreundliche Waschmittel |
|  |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |
| **Nachhaltiger Druck** |
| Ja, der Druck von Kinoprogramm, Plakaten und Briefen ist wichtig. Aber man kann beim Druck von Printmaterialien in vielerlei Hinsicht auf Nachhaltigkeit achten. Achten Sie beim Druck von nicht vermeidbaren Printmaterialien (Flyer, Plakate, Verpackung, Broschüren, Briefpapier) auf Nachhaltigkeit? |
|  |
| Recyclingpapier für Bürobetrieb (z.B. Blauer Engel)  Recyclingpapier für Sanitär  Doppelseitiger Druck  Recyclingpapier für Flyer, Plakate, Broschüren, Verpackungen  Ökodruckfarben  Umweltfreundliche Veredelung  CO2-Kompensation  Auswahl einer umweltbewussten Druckerei für Aufträge  Verwendung von Fehldrucken als Schmierpapier  Blaue Bonrollen bevorzugen (ohne BPA-Beschichtung). Entsorgung über Altpapier |
|  |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |
| **Green IT** |
| IT bietet vielfältige Möglichkeiten für Kinos, grüner zu werden, z.B. können Eintrittskarten durch die Digitalisierung zukünftig überflüssig und Temperaturen nach Bedarf gesteuert werden. Gleichzeitig ist der CO2-Ausstoß, der durch das Internet verursacht wird, mittlerweile genauso hoch wie der des internationalen Flugverkehrs. Achten Sie auf Green IT? |
|  |
| Web- und Mailhoster mit Ökostrom-Rechenzentrum  Licht-, Temperatur- oder Streckensteuerung durch smart-IT  Kauf energieeffizienter und fair hergestellter IT-Geräte  Kauf von gebrauchten generalüberholten IT-Geräten  Regelmäßige Überprüfung nach überflüssigem Datenvolumen |
|  |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |
| **Kompensation von Treibhausgasen** |
| Klar, weniger Fahren oder Produzieren ist immer besser für die Klimabilanz. Wenn wirklich keine Einsparungen und Reduktionen von Treibhausgasen mehr möglich sind, kann Kompensation eine Möglichkeit sein. Klimakompensation ist ein Instrument, bei dem der verursachte Treibhausgasausstoß an anderer Stelle wieder ausgeglichen werden soll. Es gibt Anbieter, die Ihnen über die Kompensation auch ein Zertifikat ausstellen – am besten nach Gold Standard. Und die Kosten können auch noch abgesetzt werden. Worauf warten? |
|  |
| Wir kompensieren unsere Emissionslast aus Strom und Wärme (Scope 1 und 2)  Wir kompensieren vorgelagerte und nachgelagerte Emissionen, z.B. Anfahrt, Druck, Concessionbereich, etc. (Scope 3)  Wir kompensieren unsere Emissionen nicht  Wir kennen die Höhe unserer Treibhausgasemissionen nicht |
|  |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |
| **Nachhaltigkeit im Concessionbereich** |
| Nachhaltigkeit spielt auch in der Gastronomie eine immer wichtigere Rolle. Und da der Kinobesuch für viele Menschen mit Genuss und Konsum verknüpft ist, besteht auch eine verhältnismäßig hohe Zahlungsbereitschaft für Essen und Trinken im Kino. Kann das genutzt werden, um die Gastronomie nachhaltiger zu gestalten und vielleicht sogar eine neue Zielgruppe zu erschließen, der Ernährung wichtig ist? |
| Zu unserem Kino gehört ein Concessionbereich |
| JA  NEIN  Wenn JA:  Im Eigenbetrieb  Im Pachtverhältnis  Betrieb durch Fremdfirma  Nachhaltigkeit spielt bei unserer Gastronomie folgende Rolle: |
| Erarbeitung eines Konzeptes zur Reduzierung von Emissionen durch die Lieferung von Concessions (regionale Produkte, Auslastung von Transportfahrzeugen)  Lebensmittelsortiment (nachhaltige Marken, vegane/vegetarische Alternativen...)  Bevorzugung Bio-Produkte (Getränke und Snacks)  Bevorzugung regionaler Zulieferer/kurze Lieferwege (Getränke und Snacks)  Popcorn aus Europa  Vermeidung von Lebensmittelverschwendung  Ersatz von Palmöl (z.B. durch andere Öle bei der Popcornzubereitung) |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |
| **Motivieren wir unsere Mitarbeitenden zu mehr Nachhaltigkeit?** |
| Manchmal kommt das Team nicht von allein drauf, dass der Kinosaal noch nicht beheizt sein muss, wenn noch kein Film läuft, oder dass Müll getrennt werden sollte. Können Sie durch gezielte Kommunikation, Motivation und Beratung Einfluss auf ein verantwortungsvolles Verhalten Ihres Teams nehmen? |
|  |
| JA  NEIN |
|  |
| ***Wie?*** |
|  |

|  |
| --- |
| **NACHHALTIGES ABFALLMANAGEMENT** |

|  |
| --- |
| **Müllvermeidung** |
| Müll vermeiden ist immer besser als Recycling oder Upcycling. Können Sie dazu beitragen, die Müllberge erst gar nicht so wachsen zu lassen? Manchmal lässt sich Müll aber auch nicht ganz vermeiden. Wie gehen Sie damit um? Haben Sie vielleicht auch schon mit umweltfreundlichen Verpackungsalternativen experimentiert? Gibt es Mehrwegbecher oder Popcorneimer mit Pfand bei Ihnen statt Einwegmüll? Welche Abfallstoffe fallen bei Ihnen im Büro, an der Theke oder im Kinosaal an? Wie können diese sinnvoll wiederverwendet werden? Was passiert mit abgelaufenen oder übriggebliebenen Produkten? |
| Mülltrennung: |
| Erarbeitung eines Konzeptes für Abfallvermeidung und Wertstofftrennung (z.B. mit dem Wirkungsziel: Jährliche Überwachung des Müllaufkommens)  Mülltrennung in mindestens den drei recycelbaren Abfallsorten mit der größten Abfallmenge im Betrieb (z.B. Verpackung, Glas, Papier, Biomüll; zusätzlich: Elektroschrott, Chemikalien, Batterien)  Mülltrennung/Recycling, auch im Kundenbereich  Allgemein:  Wiederverwendung von 3D-Brillen  Reduktion von Werbematerial bei Verleihfirmen  Upcycling von Resten, z.B. alte Kinovorhänge, Plakate etc.  Concessionbereich:  Mehrwegbehälter z.B. für Getränke oder Essen  Einkauf von Großgebinden  Umweltfreundliche Verpackung, z.B. von Bechern und Schalen (z.B. unbeschichteten Popcorn-Tüten oder Faltschachteln  „Unverpackt“-Angebote für Kunden, z.B. Abfüllstation an der Süßigkeitentheke |
|  |
| ***Kommentar*** |
|  |



|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **NACHHALTIGE MOBILITÄT** |

|  |
| --- |
| **Mobilität des Kinopublikums** |
| Mobilität und Erreichbarkeit sind Grundvoraussetzungen für das Funktionieren eines Kinos. Besucher müssen das Kino schnell und einfach erreichen können. Alternativen zur Fahrt mit dem Auto sind abhängig von der Lage des Kinos (Stadt-Land) bzw. von der Verfügbarkeit von Alternativangeboten, wie Fahrrad, ÖPNV, etc. Dabei ist mittlerweile bekannt, dass die An- und Abfahrt des Publikums für den größten Teil des CO2-Fußabdrucks des Kinobesuchs verantwortlich ist. Wie unterstützen Sie die umweltfreundliche Anreise Ihres Publikums? |
|  |
| Infrastruktur (z.B. Fahrradstellplätze, E-Ladestelle)  Kombiticket für Eintritt und ÖPNV  Hinweis auf alternative An- und Abfahrtmöglichkeiten auf der Website des Kinos  Angebote, um Fahrgemeinschaften zu bilden oder Gruppentaxis zu nutzen |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |
| **Mobilität der Mitarbeitenden** |
| Die aktive Gestaltung von Mobilität im eigenen Kinobetrieb hat viele Facetten: Die Dienstwagen müssen bezahlbar sein, Dienstwege und Dienstreisen sind effizient abzuwickeln und Material muss transportiert werden. Wie unterstützen Sie die umweltfreundliche Mobilität Ihres Teams? |
|  |
| Infrastruktur (z.B. Fahrradstellplätze, E-Ladestelle)  Umweltfreundlichkeit im eigenen Fuhrpark (z.B. CarSharing, E-Mobilität)  Förderung eines Jobtickets für Mitarbeitende  Dienstfahrten mit Bus und Bahn |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| **SOZIALE VERANTWORTUNG** |

Ein Bild, das Büroklammer enthält.

Automatisch generierte Beschreibung

|  |
| --- |
| **Wie setzen wir nachhaltiges Personalmanagement um?** |
| Langfristiger ökonomischer Erfolg und Zukunftsfähigkeit sind eng verbunden mit den beschäftigten Mitarbeitenden. Kinos, die sich nicht um Ihre Mitarbeitenden bemühen, müssen entscheidende Wettbewerbsnachteile in Kauf nehmen. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich nicht mit dem Kino verbunden fühlen, liefern u. a. tendenziell schlechtere Qualität, sind weniger produktiv und können den Rest des Teams negativ beeinflussen. Wie schaffen Sie den Spagat zwischen Zeit- und Geldknappheit und Investitionen in Humankapital? |
|  |
| Langfristige Personalentwicklung  Mitarbeiterpartizipation  Konstruktive Feedback- und Fehlerkultur in alle Richtungen  Eigenverantwortung der Mitarbeiter\*innen  Beschäftigung von Benachteiligten (Inklusion/Integration)  Work-Life-Balance  Flexible Arbeitszeiten  Ergonomische Arbeitsplätze  Bonusleistungen, z.B. Laptop, Handy, Fitnessstudio o.ä.  Investitionen in Fort- und Weiterbildung  Faire Entlohnung |
|  |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |
| **Welchen Beitrag leisten wir für Aus- und Weiterbildung?** |
| Bildung ist Zukunft, gerade in Deutschland. Denn wer über eine gute Bildung verfügt, hat bessere Chancen im Leben, und wer über gut gebildete Mitarbeiter\*innen verfügt, hat bessere Chancen im Geschäft. Können Sie dazu beitragen? |
|  |
| Praktikumsangebot  Möglichkeit zum Freiwilligen Sozialen/Ökologischen Jahr  Azubi-Stelle  Inklusion/Integration  Qualifizierung älterer Beschäftigter  Budget für Weiterbildung  Keine Kapazitäten für Aus- und Weiterbildung |
|  |
| ***Kommentar*** |
|  |

|  |
| --- |
| **Barrierefreiheit** |
| Barrierefreiheit nutzt allen: Menschen mit und ohne Behinderung, Senioren, Kindern, Eltern und Menschen, die nur vorübergehend in ihrer Mobilität eingeschränkt sind. So hilft ein Aufzug Eltern mit Kinderwagen, alten und gehbehinderten Menschen gleichermaßen. Und nicht zuletzt erschließen Sie sich durch Barrierefreiheit durchaus weitere Zielgruppen. Wie barrierefrei ist Ihr Kino? |
|  |
| Bauliche Barrierefreiheit (Rampe, breite Tür, Aufzug...)  Technische Angebote für Audiodeskription  Texte mit leichter Sprache, Untertitel oder Bebilderung  Fremdsprachen-/Gebärdenspracheangebot  barrierefreie Webseite |
|  |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| **ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT UND STRATEGIEN** |

Ein Bild, das Büroklammer, Briefpapier enthält.

Automatisch generierte Beschreibung

|  |
| --- |
| **Nachhaltige Gewinnerzielung** |
| Die ökonomische Nachhaltigkeit fordert zukunftsorientiertes Wirtschaften. Auch nachhaltige Kinos müssen genug Gewinne erzielen, um diese beispielsweise in moderne Technik, Infrastruktur und faire Bezahlung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern investieren zu können. Wie stellt Ihr Kino nachhaltige Gewinnerzielung sicher? |
| Ausbau der Kinosäle oder Investitionen in bestehende Infrastruktur  Strategische Überprüfung der Finanzierung und Programmgestaltung  Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie für Einkauf und Investitionen  Veränderung organisatorischer Strukturen  Innovatives Geschäftsmodell |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |
| **Strategien zur Umsetzung von Nachhaltigkeit im Kino** |
| Wie stellt Ihr Kino sicher, dass Nachhaltigkeit auch ein Teil der Unternehmens-Strategie ist? |
|  |
| Verankerung von Nachhaltigkeit in der allgemeinen Betriebsstrategie  Formulierung der Nachhaltigkeitsziele  Veröffentlichung der Nachhaltigkeitsziele intern und extern  klare personelle Zuständigkeit für das Thema Nachhaltigkeit  Systematische Umsetzung von Maßnahmen zur Steigerung der Nachhaltigkeit  Jährliche Nutzung externer Weiterbildungsmöglichkeiten  Regelmäßige Nutzung von Beratungen zum Thema Nachhaltigkeit  Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie für Einkauf und Investitionen (Concessions, Mobiliar, Geräte und Anlagen) |
|  |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |
| **Grüne Bankgeschäfte** |
| Wir beschäftigen uns oft nicht so ausführlich damit, was die Bank eigentlich mit unserem Geld macht. Dabei gibt es Banken, die das Geld auf Basis strenger Kriterien investieren, sowohl im sozialen als auch im ökologischen Sinne. Bei welcher Bank sind Sie? Oder schonen Sie Ressourcen durch digitale Buchhaltung und Online-Banking? |
|  |
| Online-Banking statt Fahrt zur Bank  Digitale Buchhaltung  Konto bei Nachhaltiger Bank |
|  |
| ***Kommentar*** |
|  |

|  |
| --- |
| **Kommunikation von Nachhaltigkeitszielen** |
| Um die eigenen Bemühungen bekannt zu machen, aber auch, um ein Umdenken in der Gesellschaft zu unterstützen, hilft es, diese Bemühungen zu kommunizieren.  Dialog kann auf vielfältige Weise stattfinden: durch Informationen auf der Webseite, auf Social Media oder in der Presse.  Wie kommunizieren Sie über Ihre Nachhaltigkeitsthemen? |
| Webseite  Social Media  Flyer/Broschüren  Poster im Kino  Veranstaltungen  persönliche Gespräche |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| **AB IN DIE ZUKUNFT** |

****

|  |
| --- |
| **Was sind unsere Nachhaltigkeitsziele für das kommende Jahr?** |
| Gehen Sie die einzelnen Punkte des Fragebogens noch mal in Ruhe durch und zählen Sie auf, was Sie sich für das kommende Jahr in Bezug auf nachhaltige Entwicklung vornehmen. Für was würden Sie Ihr Preisgeld verwenden? |
|  |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |
| **Was braucht es, damit nachhaltige Entwicklung für uns einfacher wird?** |
| Fortschritt ist nicht immer einfach, aber er wird einfacher, wenn die Rahmenbedingungen auf Zukunft gestellt sind. Was würde Ihnen helfen, um Ihre Wertschöpfung nachhaltiger zu gestalten? |
|  |
| Stärkere Nachfrage durch Kinobesuch  Unterstützung durch Verbände/Kammern  Vernetzung  Veränderung politischer Rahmenbedingungen  Beratungsleistung |
|  |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |
| **Für welches Thema bräuchten wir konkrete Unterstützung?** |
|  |
| ***Kommentar*** |
|  |
|  |