



Bundesamt  
für Familie und  
zivilgesellschaftliche Aufgaben



Zusammenhalt stärken  
Menschen verbinden

# ESF Plus-Programm „Zusammenhalt stärken – Menschen verbinden“

Auswertung der Erhebungswellen September 2024 bis August 2025



Bundesministerium  
für Bildung, Familie, Senioren,  
Frauen und Jugend

Die Europäische Union fördert zusammen mit dem Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend das Programm „Zusammenhalt stärken - Menschen verbinden“ über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) in Deutschland.



Kofinanziert von der  
Europäischen Union

## **Inhalt**

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Aufbau bzw. Verstärkung von kommunalen Strukturen</b> .....	<b>4</b>
2.1	Kooperationspartner.....	4
2.2	Zugang zur Zielgruppe.....	4
2.3	Zugang zur Zielgruppe über Kooperationspartner/Teilvorhabenpartner.....	5
2.4	Öffentlichkeitsarbeit.....	6
2.5	Strukturelle Anpassungen.....	7
<b>3</b>	<b>Erreichte Personen im Programm</b> .....	<b>10</b>
3.1	Erreichte Personen nach Erhebungszeiträumen.....	10
3.2	Alter und Geschlecht der erreichten Personen.....	11
3.3	Einsamkeit und soziale Isolation der erreichten Personen.....	13

## 1 Einleitung

Mit dem Programm „Zusammenhalt stärken - Menschen verbinden“ sollen im Zeitraum vom 01.09.2024 bis zum 31.08.2027 bzw. 31.12.2028 Maßnahmen für Menschen im mittleren Erwachsenenalter zwischen 28 und 59 Jahren gefördert werden. Ziel ist es, Menschen in kritischen Lebenssituationen und Umbruchphasen – etwa bei Trennung oder Scheidung, einem Arbeitsplatzwechsel oder -verlust oder einem Umzug – zu unterstützen. Solche Lebenslagen können mit einem erhöhten Risiko für Einsamkeit und soziale Isolation einhergehen. Das Programm zielt darauf ab, durch niedrigschwellige kommunale Strukturen mit verschiedenen Angeboten Einsamkeit zu verhindern oder zu begegnen.

Das Programm verfolgt zwei Ziele, die im Projekt verwirklicht werden müssen:

- a. Aufbau oder Verstärkung von kommunalen Strukturen zur Vorbeugung und Linderung von Einsamkeit und sozialer Isolation
- b. Verbesserung der sozialen Teilhabe und Arbeitsmarktchancen

Die Angaben des fortlaufenden Monitorings beziehen sich auf folgende Zeiträume:

1. Erhebungswelle: 01.09.2024 bis 28.02.2025.
2. Erhebungswelle: 01.03.2025 bis 31.08.2025.

### Die 18 Projektträger

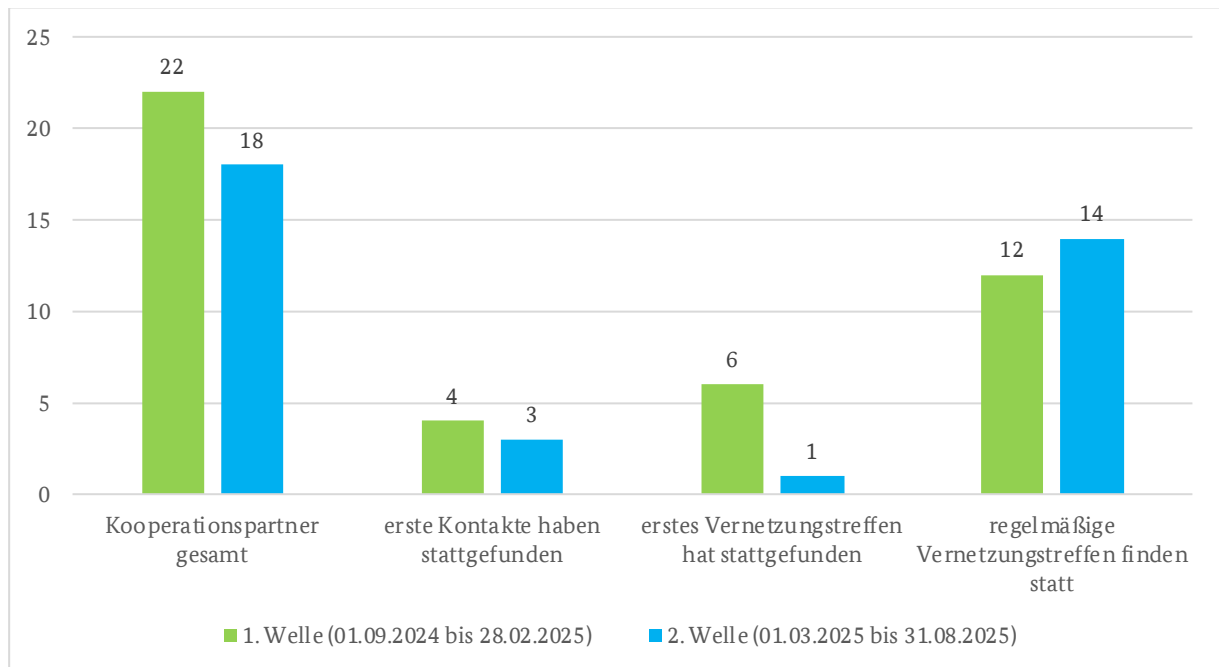
Stadtverwaltung Zwickau Amt für Wirtschaftsförderung	Wir im Nicolai-Quartier!
Stadt Ludwigslust	Lebenswertes Ludwigslust: DIY!
Landeshauptstadt Magdeburg - Dez. Soziales/Jugend/Gesundheit	Otto und Editha verbinden Menschen
Stadt Hildesheim	Gemeinsamkeit Leben
Stadt Offenbach am Main	"Honjok Offenbach"
Stadt Zossen	Stadt Zossen - Zusammen sind wir weniger allein
Gemeinde Hohenkirchen über Amt Klützer Winkel	Dorf machen - Gemeinschaft und Zusammenhalt im Hauptort Hohenkirchen
Stadtverwaltung Pirmasens	Zusammenhalt am Sommerwald
Stadt Troisdorf	MITTEndrin! Statt nur dabei.
Stadt Bielefeld	Koordinierungsstelle für Begegnung und Zusammenhalt
Landeshauptstadt Dresden/Sozialamt	Gemeinsam gegen Einsamkeit in Dresden
Stadt Mansfeld	Mansfeld Treff
Stadt Remscheid	Zusammen ist es Remscheid
Stadt Halle (Saale) GB IV Bildung und Soziales	Trainingswohnen mit sozialpädagogischer Betreuung
Stadt Ulm	Gemeinsam im Quartier weniger einsam
Stadt Regensburg	IN VIA - Treff für Frauen
Stadt Königs Wusterhausen	Gemeinsam gegen einsam in KW
Kreis Ostholstein	Zusammen wachsen: Neue Wege zu Gemeinschaft

## 2 Aufbau bzw. Verstärkung von kommunalen Strukturen

### 2.1 Kooperationspartner

Abbildung 1 zeigt, wie viele Kooperationspartner die befragten Vorhabenträger insgesamt in ihre Projekte eingebunden haben und in welchem Ausmaß diese Einbindung im jeweiligen Berichtszeitraum bereits stattfand.

Abbildung 1: Anzahl und Einbindung von Kooperationspartnern



Im Vergleich zum ersten Erhebungszeitraum (insgesamt 22 Kooperationspartner), hat die Anzahl der Kooperationspartner im zweiten Erhebungszeitraum abgenommen (insgesamt 18 Kooperationspartner).

Zudem fällt auf, dass die Einbindung in die Projekte im zweiten Erhebungszeitraum intensiver ist als im ersten Zeitraum. Während im ersten Erhebungszeitraum 12 von den insgesamt 22 angegebenen Kooperationspartnern schon mit regelmäßigen Vernetzungstreffen eingebunden sind, sind es im zweiten Erhebungszeitraum bereits 14 von insgesamt 18 angegebenen Kooperationspartnern.

### 2.2 Zugang zur Zielgruppe

Der Zugang zur Zielgruppe erfolgt über verschiedene Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit. Neben Printereignissen wie Plakate und Flyer werden Pressemitteilungen und Radiosendungen genutzt. Eine sehr wichtige Rolle spielen bestehende Netzwerke mit Vereinen, sozialen Einrichtungen, lokalen Bündnissen (z.B. gegen Wohnungslosigkeit), Beratungsstellen sowie Institutionen und Ämter (z.B. Jobcenter, Sozialamt). Eine digitale Präsenz (z.B. Unterinternetseite zur Stadtseite, Werbung auf anderen Internetseiten) erleichtert den Zugang zur Zielgruppe. Neben digitalen Angeboten werden aber weiterhin analoge für notwendig erachtet.

Diese bestehenden Strukturen ermöglichen insbesondere den Kontakt zu bereits erreichten Gruppen. Für neue Angebote wird eine sehr gezielte Ansprache als wichtig erachtet. Für bisher nicht Erreichte sind intensive und gezielte Ansprachen notwendig. Hierbei werden vor allem Alleinerziehende oder isolierte Personen genannt.

Niedrigschwelligkeit wird für den Zugang zur Zielgruppe als essentiell angesehen. Offene Angebote wie Gesprächsrunden in verschiedenen Gruppen (z.B. Eltern, Alleinerziehende, Wohnungslose) sind sehr beliebt. Aufsuchende Arbeit und übergreifende Veranstaltungen (z.B. Aktionswoche pflegende Angehörige) können gut für die persönliche Ansprache genutzt werden.

Im Programm zeigen sich bereits erste Erfolge bei der Etablierung von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren. Diese werden für den Zugang zur Zielgruppe als besonders hilfreich angesehen. Über eine Weiterempfehlung „Mund-zu-Mund“ ist die Zielgruppe sehr präzise erreichbar. Dazu zählen Schlüsselpersonen im Stadtteil, Stammbesucherinnen und -besucher sowie Teilnehmende, die Freundinnen und Freunde oder Verwandte mitbringen.

Insgesamt läuft bei rund zwei Drittel der Vorhabenträger der Zugang zur Zielgruppe gut, ein Drittel sieht noch Herausforderungen.

### **2.3 Zugang zur Zielgruppe über Kooperationspartner/Teilvorhabenspartner**

Der Zugang zur Zielgruppe erfolgt meist über etablierte Institutionen im nahen Wohnumfeld (z.B. Familienbildungsstätten, Kirchen, Vereine). Viele Kooperationspartner verfügen bereits über gewachsene Netzwerke und fungieren als anerkannte Begegnungsorte. Die Ansprache im Quartier von bereits bekannten Personen wird als sehr wirksam angesehen. Hier werden besonders Sozialarbeitende, ehrenamtlich Engagierte und Lotsinnen und Lotsen vor Ort positiv hervorgehoben, da sie oft schon in persönlichem Kontakt zur Zielgruppe stehen und Vertrauen aufbauen konnten. Die Erfahrungen der Kooperationspartner im alltäglichen Kontakt mit der Zielgruppe werden besonders geschätzt. So kann ein Einblick in die Lebenswelt von spezifischen Zielgruppen, z.B. Menschen mit Behinderungen, realitätsnah erfolgen.

Niedrigschwellige Angebote und offene Gesprächsformate schaffen eine vertrauensvolle Atmosphäre und sensibilisieren zugleich für das Thema Einsamkeit. Freizeit- und Mitmachangebote (z.B. Nähkurse, offene Werkstatt, Spieleabende, Ausflüge) erhöhen zusätzlich die Chance, isolierte Personen zu erreichen. Ergänzend werden Social Media, Messaging/Chat und lokale Netzwerke genutzt, um Reichweite zu erzielen. Veranstaltungen, Feste und Sprechstunden ergänzen das Angebot.

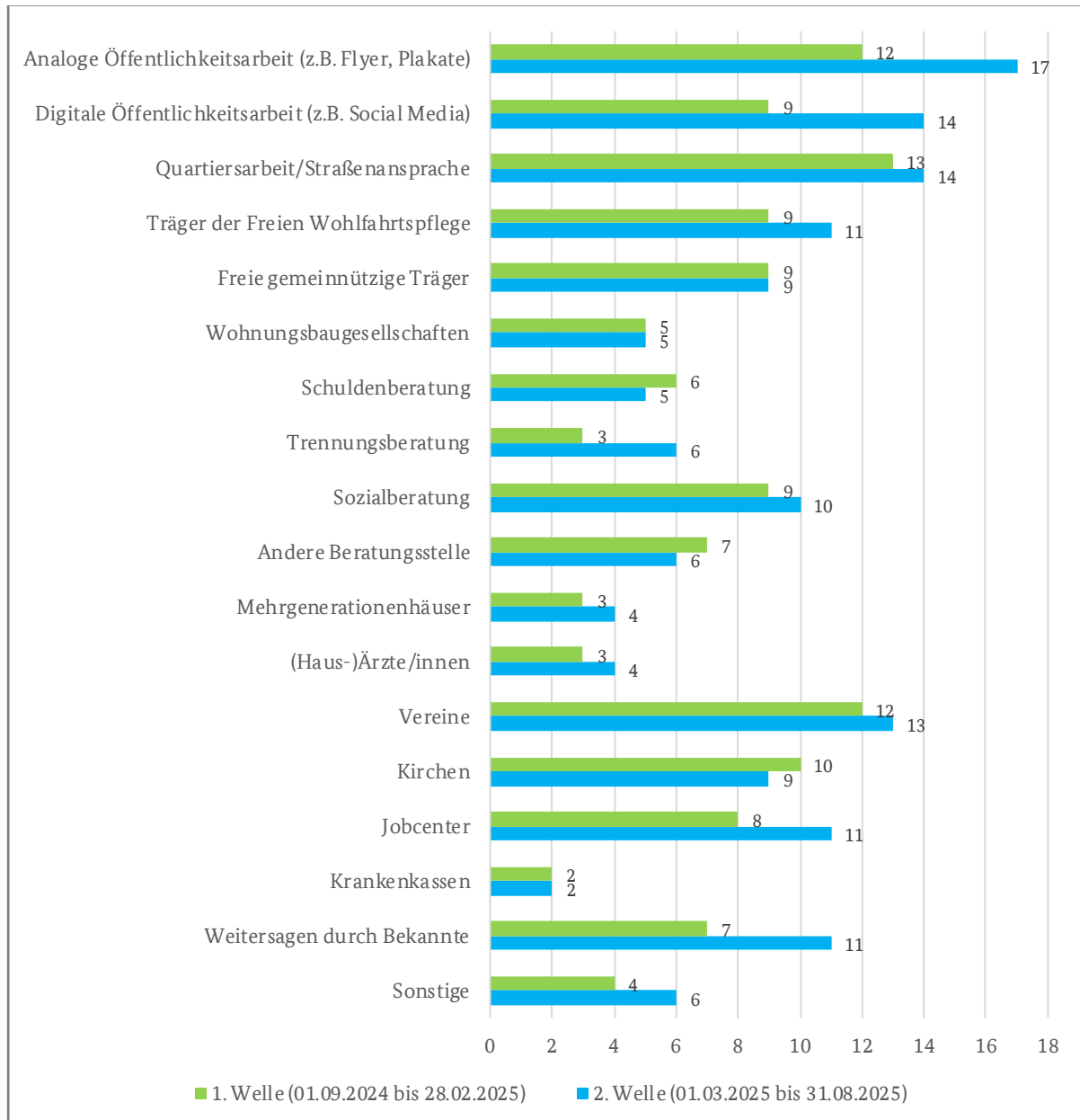
Der Zugang zur Zielgruppe über den Kooperationspartner wird von über zwei Drittel der Vorhabenträger als gut beurteilt. Bei den restlichen Vorhabenträgern werden verschiedene Herausforderungen genannt. Zum einen wird die neue Schwerpunktsetzung beim Kooperationspartner auf die Zielgruppe von einsamen Menschen als organisatorisch schwierig gesehen. Zum anderen ist die Zielgruppe aufgrund von Misstrauen, Angst und Isolation schwer zu überzeugen. In drei Projekten sind Kooperationspartner noch nicht aktiv.

Insgesamt profitieren die Projekte deutlich von den bestehenden Strukturen und Netzwerken der Kooperationspartner.

## 2.4 Öffentlichkeitsarbeit

Die Vorhabenträger wurden im Rahmen der Befragung gebeten, anzugeben, welche Formen der Öffentlichkeitsarbeit und welche Strukturen zur Ansprache der Zielgruppe genutzt werden (siehe Abbildung 2).

**Abbildung 2: Öffentlichkeitsarbeit und Strukturen zur Ansprache der Zielgruppe**



Anmerkung: n=18, die Antworten in absoluten Zahlen sind jeweils hinten am Balken abgetragen. Frage: „Welche Öffentlichkeitsarbeit machen Sie als Vorhabenträger bzw. Ihr Teilvorhabenpartner und/oder welche Strukturen binden Sie ein? (Mehrfachnennungen möglich)“

Im ersten Erhebungszeitraum werden Quartiersarbeit und Straßenansprache am häufigsten als Zugangswege zur Zielgruppe genannt (13 Nennungen, 72%). Es folgen analoge Öffentlichkeitsarbeit sowie Vereine (jeweils 12 Nennungen, 67%).

Im zweiten Erhebungszeitraum werden analoge Öffentlichkeitsarbeit (17 Nennungen, 95%) sowie digitale Öffentlichkeitsarbeit (14 Nennungen, 78%) häufiger genannt als im ersten Erhebungszeitraum. Quartiersarbeit und Straßenarbeit (14 Nennungen, 78%) sowie Vereine (13 Nennungen, 72%) werden ebenfalls weiterhin von einem Großteil der befragten Vorhabenträger als Zugangswege zur Zielgruppe angegeben.

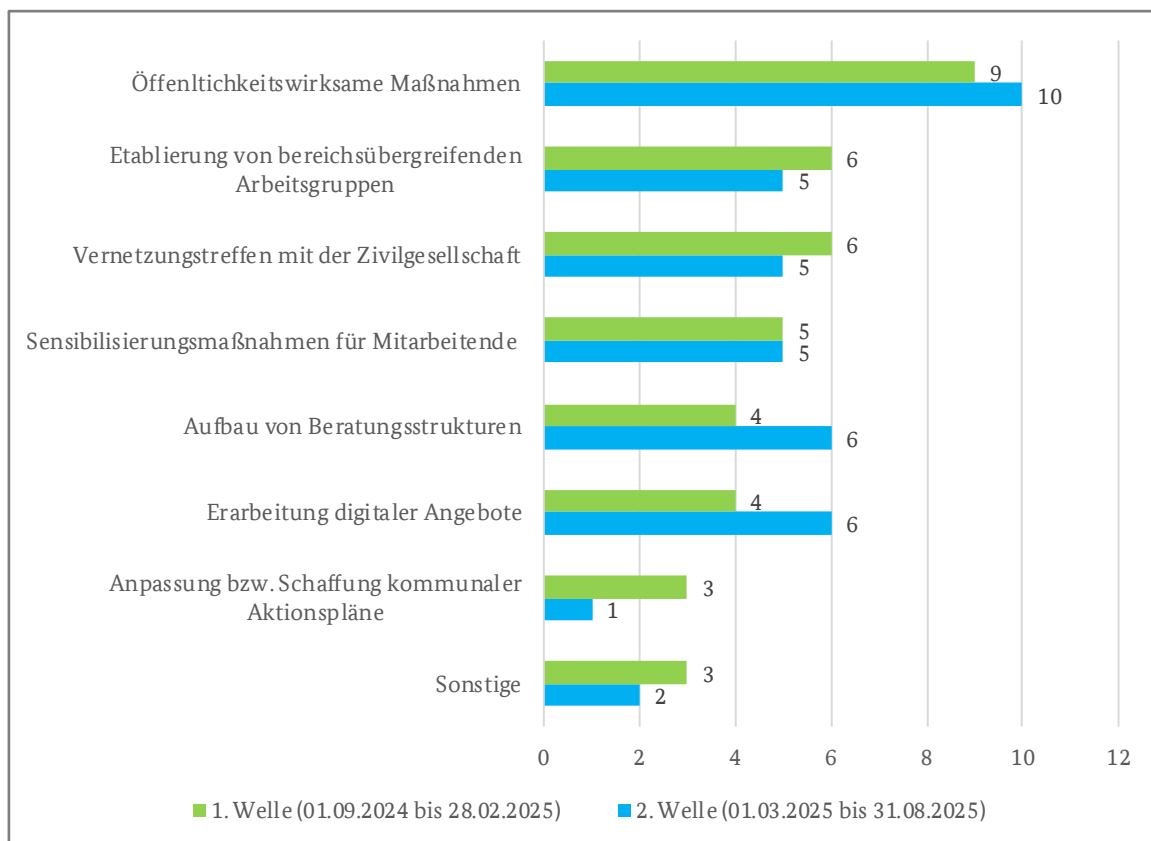
In der ersten Erhebungswelle sind weitere mehrfach genannte Zugangswege das Jobcenter (8 Nennungen, 44%), Sozialberatung (9 Nennungen, 50%) sowie das „Weitersagen durch Bekannte“ (7 Nennungen, 39%). Im zweiten Erhebungszeitraum werden diese Zugangswege häufiger angegeben: Jobcenter, Weitersagen durch Bekannte aber auch Vorhabenträger der Freien Wohlfahrtspflege werden jeweils 11-mal genannt (61%). Auch Sozialberatung mit 10 Nennungen (56%) und Trennungsberatung mit 6 Nennungen (33%) werden häufiger aufgeführt.

Weniger stark genutzt werden sowohl im ersten als auch zweiten Erhebungszeitraum Krankenkassen (jeweils 2 Nennungen, 11%), (Haus-)Ärzte und Ärztinnen oder Mehrgenerationenhäuser (jeweils 3 bzw. 4 Nennungen, 17% bzw. 22%).

## 2.5 Strukturelle Anpassungen

Abbildung 3 stellt dar, welche strukturellen Anpassungen von den befragten Vorhabenträgern im jeweiligen Berichtszeitraum vorgenommen wurden.

**Abbildung 3: Strukturelle Anpassungen**



Anmerkungen: n= 18, die Antworten in absoluten Zahlen sind jeweils hinten am Balken abgetragen.

Frage: „Bitte teilen Sie uns mit, welche strukturellen Anpassungen Sie im Berichtszeitraum vorgenommen haben? (Mehrfachnennungen möglich)“

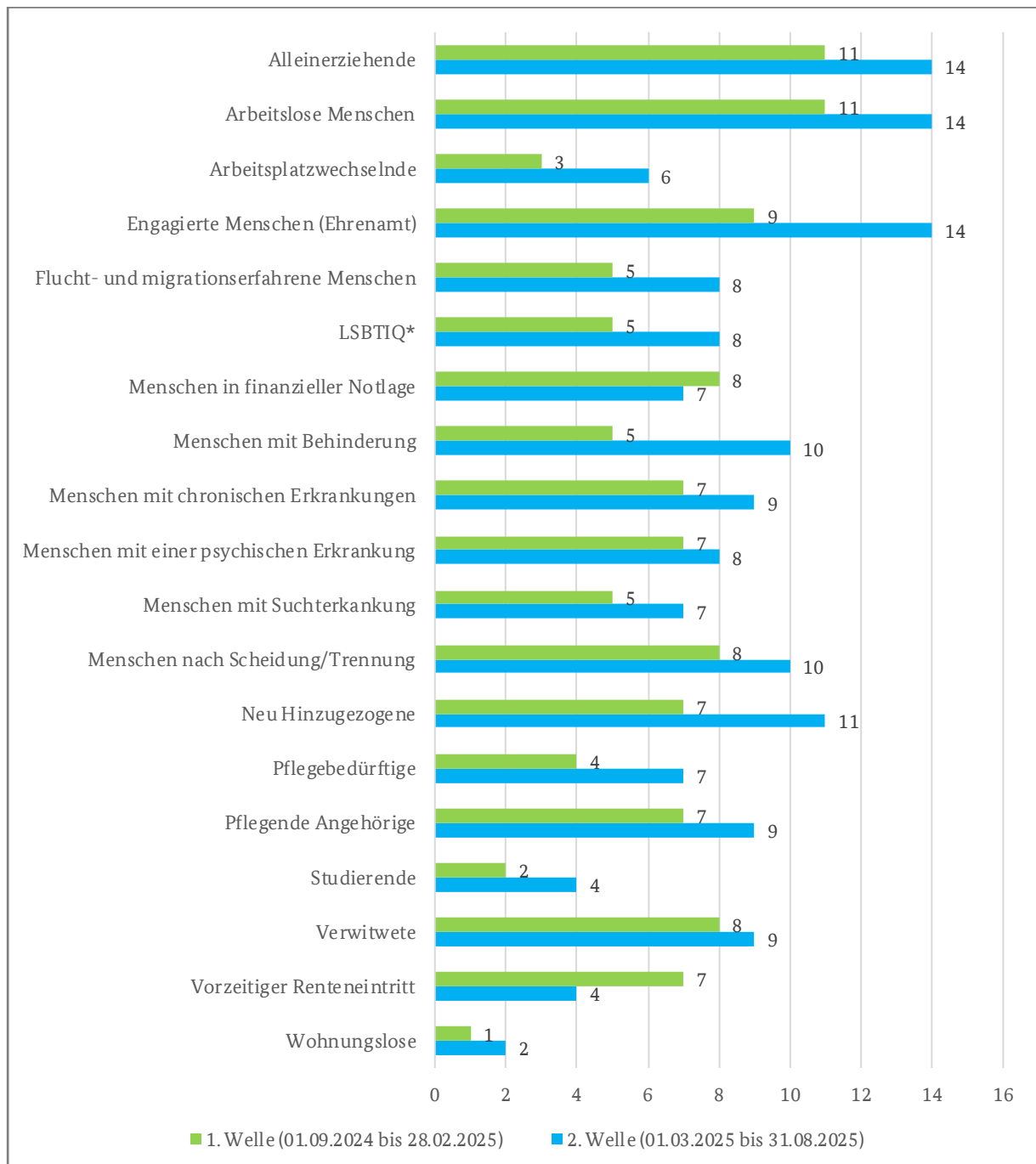
Öffentlichkeitswirksame Maßnahmen werden im ersten Erhebungszeitraum 9-mal und im zweiten Erhebungszeitraum 10-mal (56%) genannt und gehören damit in beiden Zeiträumen zu den am häufigsten genannten strukturellen Anpassungen.

Die Etablierung bereichsübergreifender Arbeitsgruppen sowie Vernetzungstreffen mit der Zivilgesellschaft werden im zweiten Erhebungszeitraum mit jeweils 5 Nennungen (28%) seltener genannt als im ersten (jeweils 6 Nennungen, 33%). Gleichzeitig werden im zweiten Erhebungszeitraum der Aufbau von Beratungsstrukturen sowie die Erarbeitung digitaler Angebote mit jeweils 6 Nennungen (33%) häufiger genannt, als im ersten (jeweils 4 Nennungen, 22%).

Sensibilisierungsmaßnahmen werden in beiden Erhebungszeiträumen von jeweils 5 Vorhabenträgern genannt (28%). Die Anpassung bzw. Schaffung kommunaler Aktionspläne wurde im zweiten Erhebungszeitraum nur von einem Vorhabenträger benannt (6%), im ersten hingegen von drei Vorhabenträgern (17%).

In Abbildung 4 ist dargestellt, welche Personengruppen durch die oben genannten strukturellen Anpassungen im Berichtszeitraum erreicht wurden.

**Abbildung 4: Erreichte Personen durch strukturelle Anpassungen**



Anmerkungen: n=18, die Antworten in absoluten Zahlen sind jeweils hinten am Balken abgetragen.

Frage: „Welche Personengruppe erreichen Sie über die Anpassung Ihrer Strukturen? (Mehrfachnennungen möglich)“

In der ersten Welle werden am häufigsten alleinerziehende sowie arbeitslose Menschen mit jeweils 11 Nennungen (61%) genannt. Es folgen engagierte Menschen mit 9 Nennungen (50%). Ebenfalls relativ häufig werden Menschen in finanzieller Notlage, Menschen nach Scheidung oder Trennung und Verwitwete genannt (jeweils 8 Nennungen, 44%). Deutlich seltener genannt werden

Arbeitsplatzwechselnde (3 Nennungen, 17%), Studierende (2 Nennungen, 11%) und Wohnungslose (1 Nennung, 6%).

In der zweiten Welle verschiebt sich die Gewichtung teilweise. Am häufigsten werden weiterhin alleinerziehende, arbeitslose und engagierte Menschen genannt (14 Nennungen, 78%). Darauf folgen neu hinzugezogene Personen mit 11 Nennungen (61%). Ebenfalls häufig genannt werden Menschen mit Behinderung, Menschen nach Scheidung oder Trennung mit jeweils 10 Nennungen (56%) sowie Verwitwete, pflegende Angehörige und Menschen mit chronischen Erkrankungen mit jeweils 9 Nennungen (50%).

Seltener genannt werden insbesondere Studierende und Personen, mit einem vorzeitigen Renteneintritt (jeweils 4 Nennungen, 22%) und Wohnungslose (2 Nennungen, 11%).

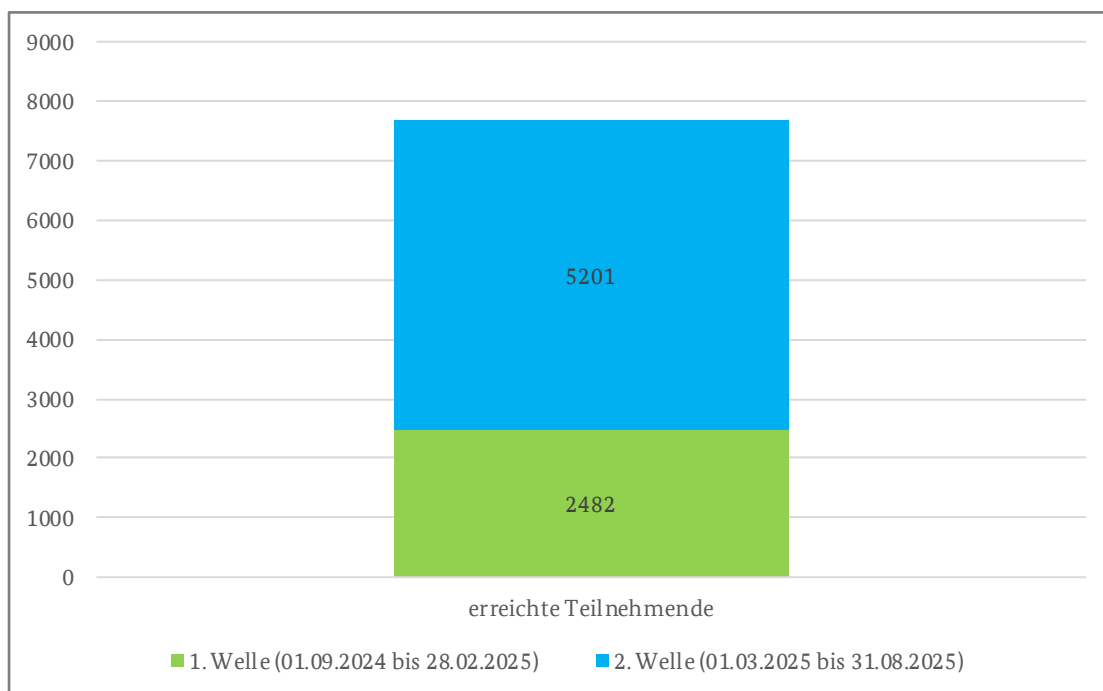
### 3 Erreichte Personen im Programm

Insgesamt haben die Vorhabenträger im Programm „Zusammenhalt stärken - Menschen verbinden“ zwischen dem 1. September 2024 und 31. August 2025 7.681 Personen erreicht, die von Einsamkeit und/oder sozialer Isolation betroffen sind.

#### 3.1 Erreichte Personen nach Erhebungszeiträumen

Abbildung 5 bildet die Verteilung der erreichten Personen nach Erhebungszeiträumen ab. Im zweiten Erhebungszeitraum haben die Vorhabenträger mit 5.201 Personen insgesamt mehr Teilnehmende erreicht als im ersten Erhebungszeitraum mit 2.482 Personen.

Abbildung 5: Erreichte Personen nach Erhebungszeiträumen



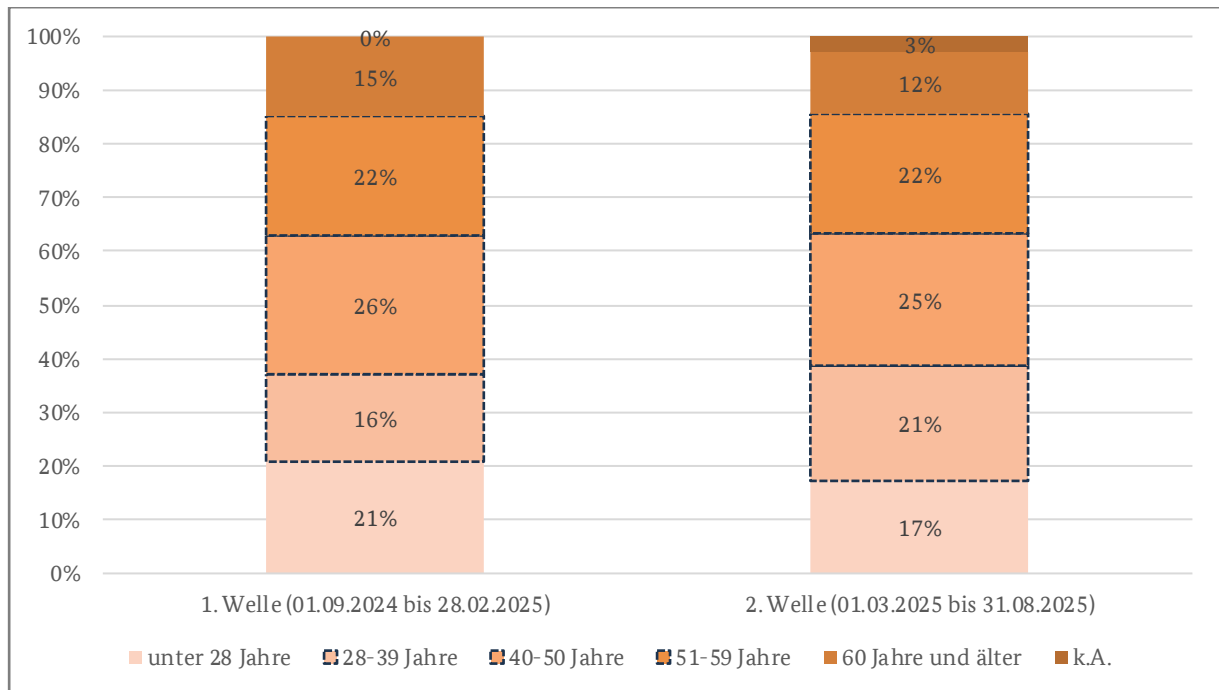
Anmerkungen: n= 18, die Antworten in absoluten Zahlen sind jeweils mittig im Balken abgetragen.

Frage: „Wie viele Personen der Zielgruppe dieses Programms haben schätzungsweise an Ihrem Projekt im Erhebungszeitraum insgesamt teilgenommen?“

### 3.2 Alter und Geschlecht der erreichten Personen

Abbildung 6 und Abbildung 7 zeigen die Verteilung der im jeweiligen Erhebungszeitraum insgesamt erreichten Personen nach Alter und Geschlecht.

Abbildung 6: Alter der erreichten Personen



Anmerkungen: n=7681, die gerundete prozentuale Verteilung ist jeweils mittig im Balken abgetragen. Die Vorhabenträger wurden aufgefordert auf Grundlage eigener Aufzeichnungen/Einschätzungen das Alter der Teilnehmenden anzugeben; Hinweis: ein Vorhabenträger kann aufgrund des Vorhabenkonzepts zum Zeitpunkt der Erhebung keine Angabe zum Alter der erreichten Personen machen (hier unter k.A. abgebildet).

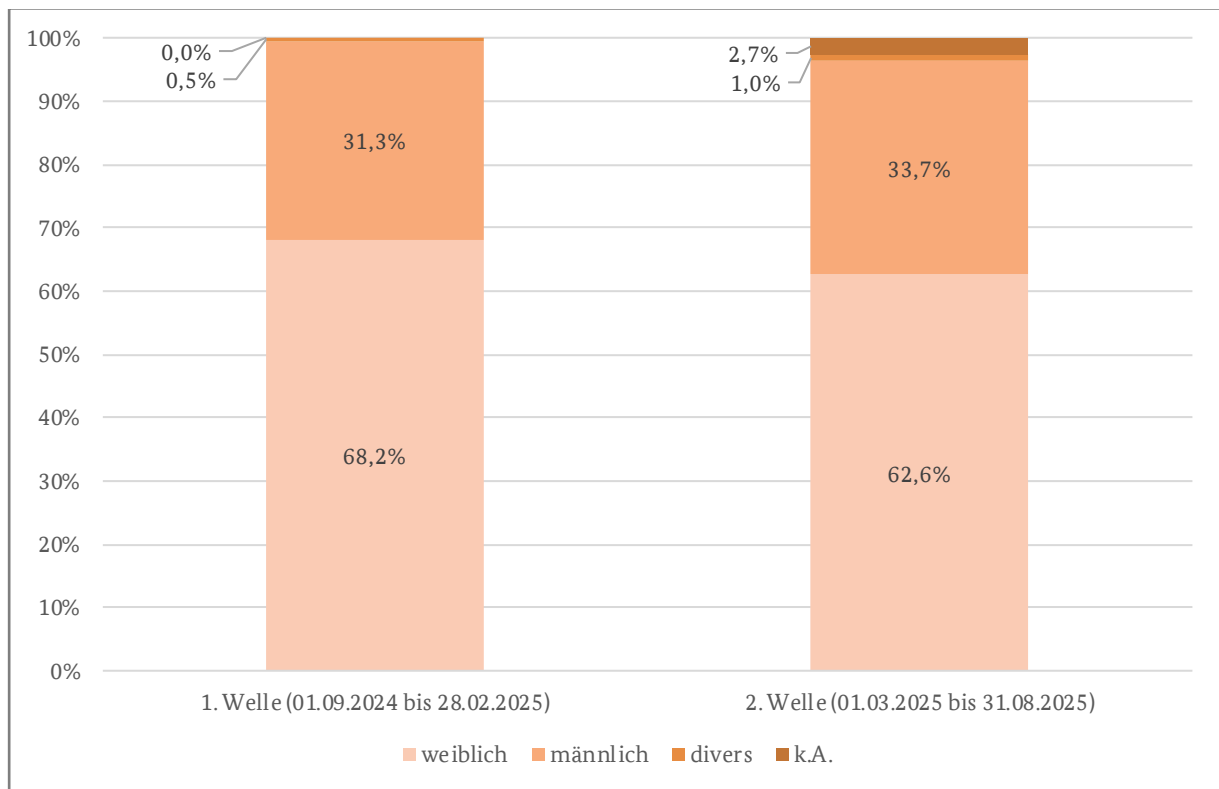
Die größte Altersgruppe bilden mit 26% sowohl im ersten Erhebungszeitraum als auch mit 25% im zweiten Erhebungszeitraum die 40- bis 50-Jährigen. Ebenfalls weiterhin gleich verteilt ist die Gruppe der 51–59-Jährigen mit jeweils 22% in beiden Erhebungszeiträumen.

Während im ersten Erhebungszeitraum die Gruppe der unter 28-Jährigen mit 21% noch stärker repräsentiert war als im zweiten Erhebungszeitraum (17%), hat sich dies nun in die Gruppe der 28-39-Jährigen mit 21% im zweiten Erhebungszeitraum (16% im ersten Erhebungszeitraum) verschoben. Dies zeigt eine leichte Verschiebung der Altersgruppen hin zu der Zielgruppe des Programms<sup>1</sup>. Im ersten Erhebungszeitraum machen 64% der Teilnehmenden die Alterszielgruppe des Programms aus, im zweiten Erhebungszeitraum sind es insgesamt 68%

Die Personen ab 60 Jahren stellen in beiden Zeiträumen den geringsten Anteil mit 15% (erster Erhebungszeitraum) und 12% (zweiter Erhebungszeitraum) dar.

<sup>1</sup> Die Zielgruppe des Programms „Zusammenhalt stärken - Menschen verbinden“ sind Personen zwischen 28 und 59 Jahren.

**Abbildung 7: Geschlecht der erreichten Personen**



Anmerkungen: n=7681, die gerundete prozentuale Verteilung ist jeweils mittig im Balken abgetragen. Die Vorhabenträger wurden aufgefordert auf Grundlage eigener Aufzeichnungen/Einschätzungen das Geschlecht der Teilnehmenden anzugeben; Hinweis: ein Vorhabenträger kann aufgrund des Vorhabenkonzepts zum Zeitpunkt der Erhebung keine Angabe zum Geschlecht der erreichten Personen machen (hier unter k.A. abgebildet).

Sowohl im ersten als auch zweiten Erhebungszeitraum wird der überwiegende Teil der Personen von den Vorhabenträgern als weiblich identifiziert mit einem Anteil von 68,2% im ersten Erhebungszeitraum und 62,6% im zweiten.

Männliche Personen machen im ersten Erhebungszeitraum 31,3% der Erreichten aus, im zweiten Erhebungszeitraum 33,7%.

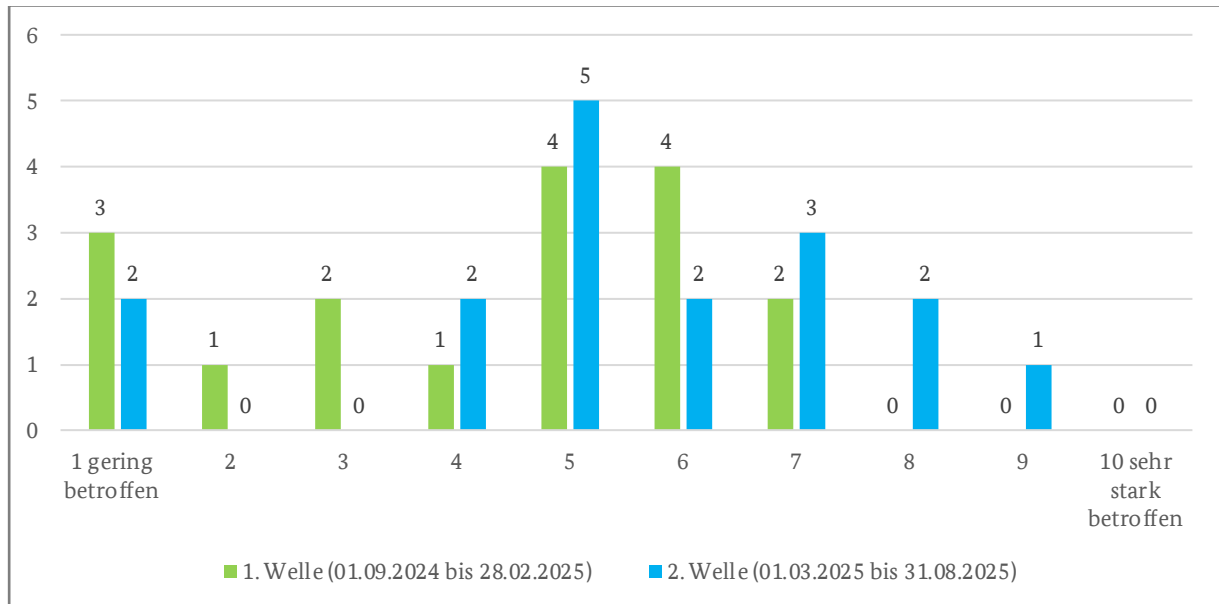
Der Anteil von Personen, die als divers identifiziert werden, liegt bei 0,5% im ersten Erhebungszeitraum und 1% im zweiten Erhebungszeitraum.

Insgesamt ist eine leichte, ausgleichende Verschiebung hin zu mehr männlichen und als divers identifizierten Teilnehmenden auszumachen.

### 3.3 Einsamkeit und soziale Isolation der erreichten Personen

Abbildung 8 und Abbildung 9 zeigen die von den Vorhabenträgern geschätzte durchschnittliche Einsamkeit und soziale Isolation der im jeweiligen Projekt erreichten Personen nach Erhebungszeitraum auf einer Skala von 1 „gering betroffen“ bis 10 „sehr stark betroffen“.

**Abbildung 8: Einsamkeit der erreichten Personen**

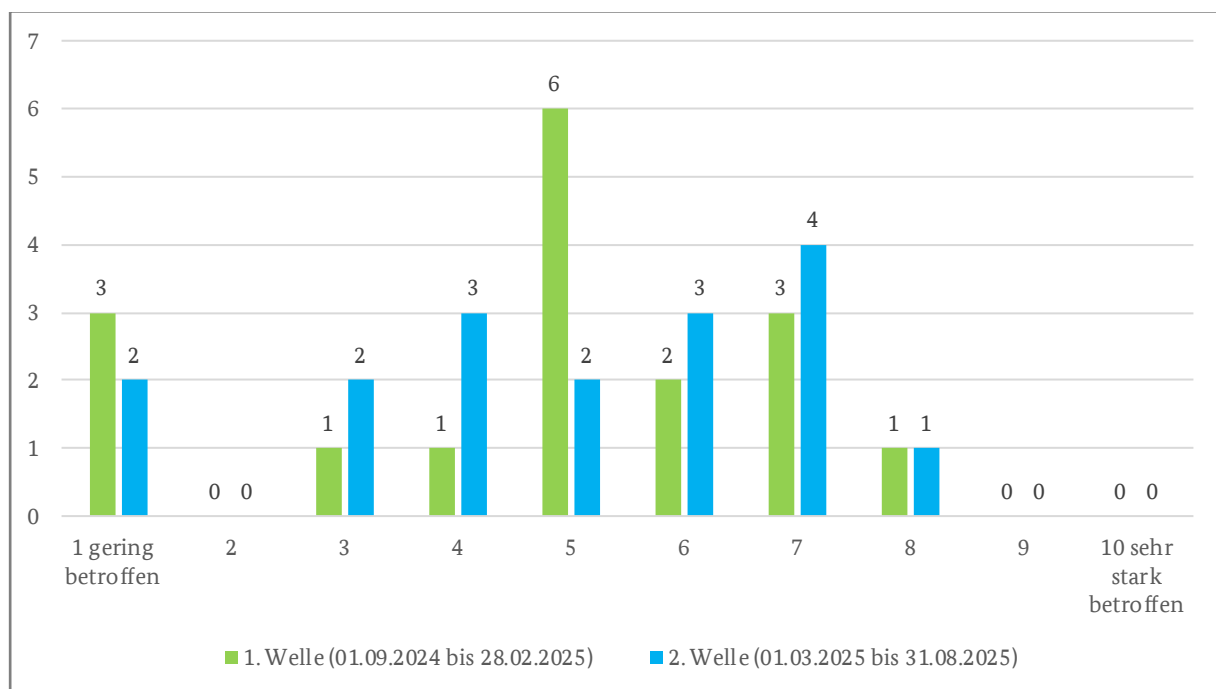


Anmerkungen: n=18, die Antworten in absoluten Zahlen sind jeweils oben am Balken abgetragen; ein Vorhabenträger kann aufgrund des Vorhabenkonzepts zum Zeitpunkt der Erhebung zu diesen Fragen keine Angaben machen. Dies ist der Übersicht halber nicht im Diagramm abgetragen.

Frage: „Wie einsam fühlen sich die erreichten Personen auf einer Skala von 1 bis 10 aus Ihrer Sicht im Durchschnitt (1 bedeutet gering betroffen und 10 sehr stark betroffen)?“

In beiden Erhebungszeiträumen schätzt der überwiegende Teil der Vorhabenträger die durchschnittliche Einsamkeit der Teilnehmenden im mittleren bis eher stark betroffenen Bereich ein. Im Gegensatz zum ersten Erhebungszeitraum wird die Einsamkeit der Teilnehmenden im zweiten Erhebungszeitraum im Durchschnitt höher eingeschätzt. Im ersten Erhebungszeitraum geben 10 der insgesamt 18 Vorhabenträger Werte ab 5 und höher an. Im zweiten Erhebungszeitraum sind es 13 der insgesamt 18 Vorhabenträger, mit 3 Vorhabenträgern die Werte von 8 und 9 angeben.

Abbildung 9: Soziale Isolation der erreichten Personen



Anmerkungen: n=18, die Antworten in absoluten Zahlen sind jeweils oben am Balken abgetragen; ein Vorhabenträger kann aufgrund des Vorhabenkonzepts zum Zeitpunkt der Erhebung zu diesen Fragen keine Angaben machen. Dies ist der Übersicht halber nicht im Diagramm abgetragen.

Frage: „Wie sozial isoliert fühlen sich die erreichten Personen auf einer Skala von 1 bis 10 aus Ihrer Sicht im Durchschnitt (1 bedeutet gering betroffen und 10 sehr stark betroffen)?“

Auch bei der Einschätzung zur durchschnittlichen sozialen Isolation der Teilnehmenden geben die befragten Vorhabenträger Werte im mittleren Bereich an. Im Vergleich der beiden Erhebungszeiträume zeigt sich auch hier eine leichte Verschiebung zu höheren Einschätzungen der sozialen Isolation. Während im ersten Erhebungszeitraum der Wert 5 am häufigsten vorkommt, liegt der Schwerpunkt im zweiten Erhebungszeitraum stärker bei den Werten 6 und 7. Extreme Bewertungen am oberen Ende der Skala treten jedoch in beiden Erhebungszeiträumen nicht auf.