

Protokoll zum Workshop: Aus den Augen, aus dem Sinn? –

Ideenwerkstatt zur Gewinnung neuer Engagierter

im Rahmen der Fachtagung „Freiwilliges Engagement stärken!...“
am 28./29.11.2019, Ort: Alte Börse Marzahn in Berlin

Begrüßung und Vorstellung des Programms

Stefan Kollasch begrüßt die Teilnehmenden und stellt das Programm für den Workshop vor.

Ablauf bis 14:30	
10:30	Begrüßung
10:40	Vorstellung + Erwartung
10:50	Impulse aus 4 Projektjahren
11:00	Impulse aus der Freiwilligenagentur
11:20	Offenes Plenum
12:05	Mittagspause (Kantine)
13:00	Kleingruppenarbeit
13:45	Präsentation & Diskussion
14:30	Ende



Im Anschluss daran stellt sich die Co-Referentin Doris Heineck von der Freiwilligenagentur Marburg-Biedenkopf e.V. kurz vor. Sie ist die Leiterin dieses Vereins, der seit mehr als 18 Jahren das freiwillige Engagement in der Stadt Marburg und dem Landkreis Marburg-Biedenkopf fördert und stärkt. Sie bittet die Teilnehmenden sich vorzustellen und dabei mitzuteilen, welche Erwartungen sie an den Workshop haben.

Erwartungen der Teilnehmenden an den Workshop

Erwartungsabfrage
- Ideen sammeln
- Nachwuchs / Generationenwechsel
- Menschen mit Migrationsgeschichte erreichen
- Projekte bekannt machen, ohne die falschen zu erreichen?
- Gibt es außergewöhnliche Ideen?
- neue Medien (Twitter etc.)
- Engagierte einbinden, wie und wo?
- Zielgruppenerweiterung (= Auszubildende, Arbeitslose erreichen?)
- neue Menschen unter veränderten Bedingungen?
- generationsübergreifende Projekte?
- Geflüchtete ins Ehrenamt bringen?
- Engagement von Jugendlichen
- Überforderung von EA

Erwartungsabfrage

- Ideen sammeln
- Nachwuchs/Generationenwechsel
- Menschen mit Migrationsgeschichte erreichen
- Projekte bekannter machen, ohne die falschen zu erreichen?
- Gibt es außergewöhnliche Ideen?
- Neue Medien (Twitter etc.)
- Engagierte einbinden, wie und wo?
- Zielgruppenerweiterung (- Auszubildenden, Arbeiterinnen erreichen?)
- Neue Menschen unter veränderten Bedingungen?
- Generationsübergreifende Projekte?
- Geflüchtete ins Ehrenamt bringen?
- Engagement von Jugendlichen
- Überforderung von Ehrenamtlichen

Impulse aus 4 Jahren Projekt

Bitte hier Deine Punkte zusammengefasst einfügen!



Impulse aus einer Freiwilligenagentur

Doris Heineck berichtet über die Arbeit von Freiwilligenagenturen sowie über das Thema Gewinnung und Begleitung von Freiwilligen (siehe dazu beigefügte Präsentation). Es findet zu den Beträgen von Stefan Kollasch und Doris Heineck ein reger Austausch mit den Teilnehmenden statt.

Mittagspause

Arbeitsgruppenphase:

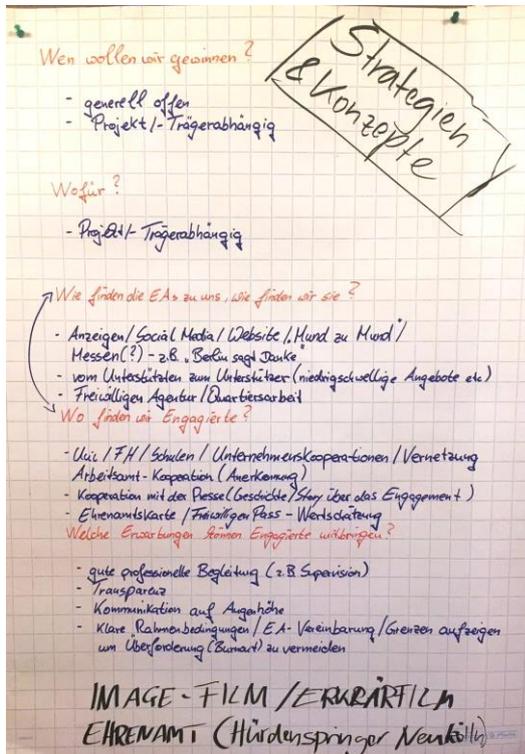
Die Teilnehmenden werden dazu eingeladen, sich in Kleingruppen zu verschiedenen Themen auszutauschen. Sie entscheiden sich für folgende Themen:

- Der Blick auf die Ehrenamtlichen (Gewinnung, Ansprache, Erwartungen von Freiwilligen)
- Wie können wir Netzwerke und Kooperationen zur Gewinnung von Freiwilligen/EA nutzen?
- Welche Wege der Öffentlichkeitsarbeit gibt es?

Arbeitsgruppe: Der Blick auf die Ehrenamtlichen



Ergebnis der AG „Der Blick auf die Ehrenamtlichen“:



Wen wollen wir gewinnen?

- generell offen
- Projekt-/trägerabhängig

Wofür?

- Projekt-/trägerabhängig

Wie finden die EA zu uns, wie finden wir sie?

Anzeigen/Social Media/Website/“Mund-zu-Mund“
Messen (?) – z. B. „Berlin sagt Danke“ (ein Tag in Berlin, an denen Freiwillige Museen etc. kostenlos nutzen können)
Vom Unterstützten zum Unterstützer (niedrigschwellige Angebote), Freiwilligen Agentur / Quartiersarbeit

Wo finden wir Freiwillige?

Uni/FH/Schulen/Unternehmenskooperationen/Vernetzung
Arbeitsamt - Kooperation (Anerkennung)
Kooperation mit der Presse (Geschichte/Story über Engagement)
Ehrenamtskarte/Freiwilligen-Pass – Wertschätzung

Welche Erwartungen können Freiwillige mitbringen?

- gute professionelle Begleitung (z. B. Supervision)
- Transparenz
- Kommunikation auf Augenhöhe
- Klare Rahmenbedingungen/EA-Vereinbarung/Grenzen aufzeigen, um Überforderung (Burn-out) zu vermeiden

Strategien
+ Konzepte

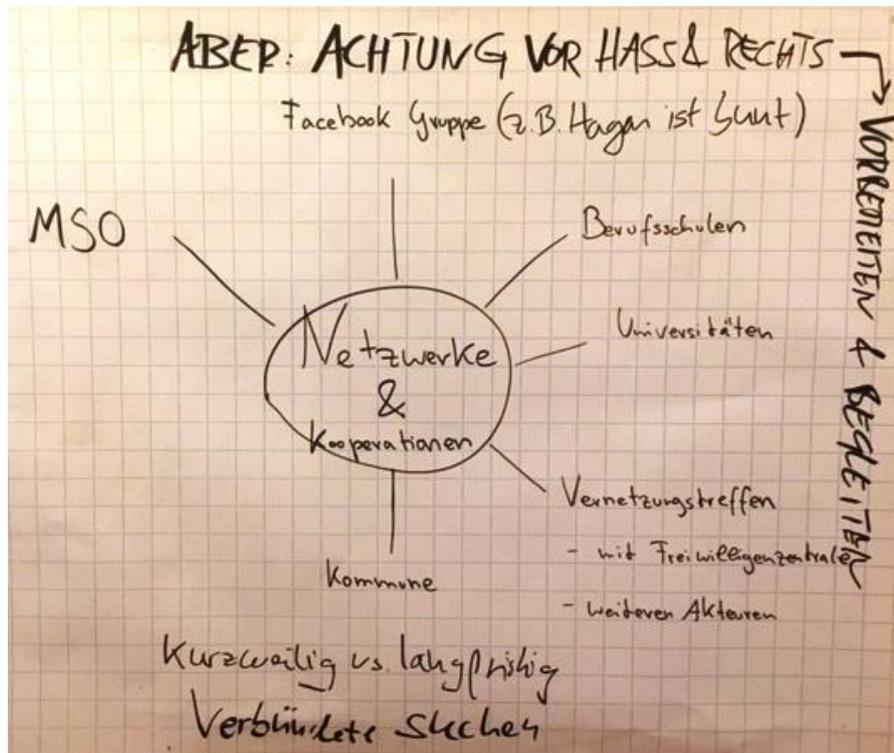
**Image-Film zum Ehrenamt / Engagement –
erhältlich bei Hürdenspringer Neukölln**

Arbeitsgruppe:

Wie können wir Netzwerke und Kooperationen zur Gewinnung von Ehrenamtlichen nutzen?

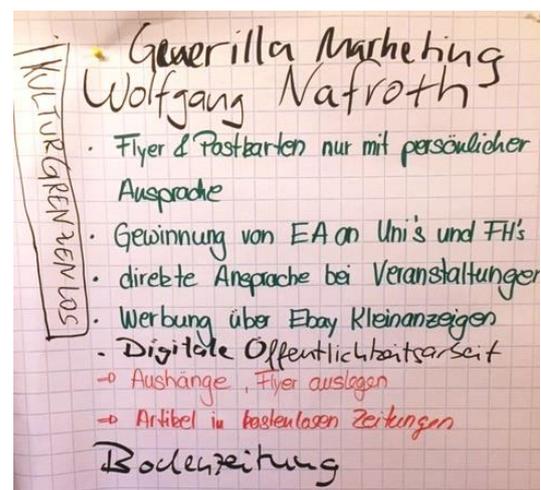


Ergebnisse der AG „Wie können wir Netzwerke und Kooperationen zur Gewinnung von Freiwilligen nutzen?“



Arbeitsgruppe: Öffentlichkeitsarbeit

Ergebnis:



Abschlussrunde:

Die Teilnehmenden bedanken sich bei den Referent*innenteam für den Workshop. Die beiden Referent*innen sichern den Teilnehmenden zu, ein Ergebnisprotokoll und eine Literaturliste zuzusenden.

Wie gewinne, begleite und koordiniere ich Freiwillige ? Erfahrungen aus einer Freiwilligenagentur

Aus den Augen, aus dem Sinn?
Ideenwerkstatt zur Gewinnung neuer Engagierter
Input von
Doris Heineck, Freiwilligenagentur Marburg-Biedenkopf

Freiwilligenagentur Marburg–Biedenkopf

- ▶ Gemeinnütziger Verein,
- ▶ fördert das freiwillige Engagement seit über 18 Jahren in der Region
- ▶ Mitglieder: Kommunen, Landkreis, Stadt Marburg, Ev. Kirche, SkF, Caritas, uvm. parteipolitisch und konfessionell unabhängig
- ▶ Mischfinanzierung: Zuschüsse, Projektmittel, Mitgliedsbeiträge, Spenden

Aufgaben von Freiwilligenagenturen

- ▶ Beratung, Qualifizierung und Vermittlung von Freiwilligen
- ▶ Beratung von Organisationen und Kommunen beim Einsatz von Freiwilligen
- ▶ Initiierung und Umsetzung von Freiwilligenprojekten
- ▶ Anlaufstelle für Fragen „Rund um das Ehrenamt“
- ▶ Öffentlichkeitsarbeit für neue Freiwilligenkultur

Kenntnisse über Freiwilligenkoordination hilft

- ▶ Freiwillige zu gewinnen und zu halten
- ▶ Projekte erfolgreich umzusetzen

5 Stufen der FW-Koordination

Gewinnen

Begleiten

Behalten

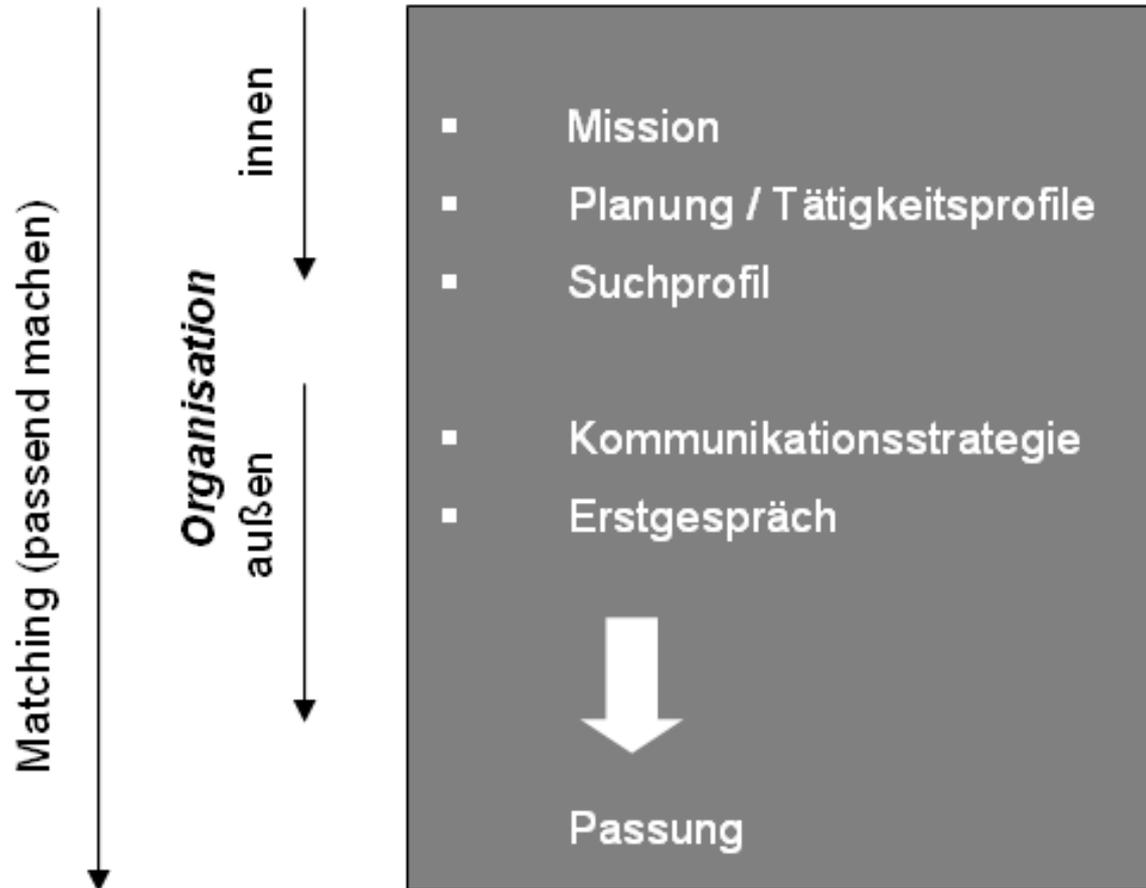
Anerkennen

Beenden

Gewinnen von Freiwilligen

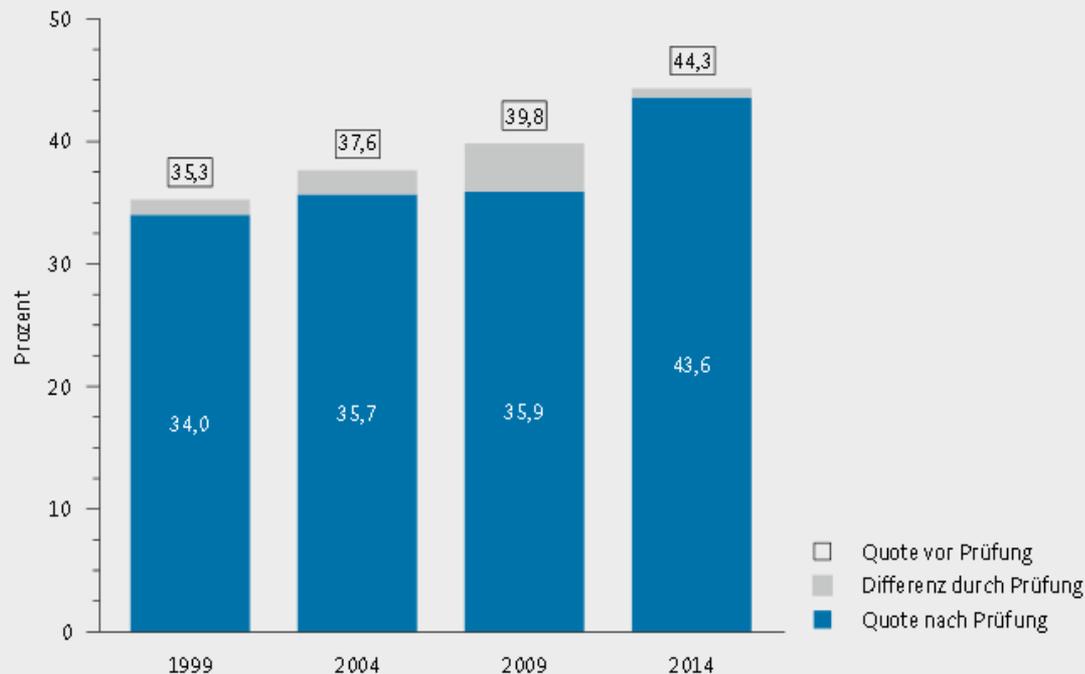
- ▶ Das Haus richten
- ▶ Motive
- ▶ Attraktive Engagementangebote
- ▶ Verschiedene Formen der Werbung

Das Haus richten



Freiwilliges Engagement – Zahlen

Abbildung 5: Anteile freiwillig engagierter Personen vor und nach Prüfung im Zeitvergleich



Quelle: FWS, gewichtet, eigene Berechnungen (DZA). Basis: alle Befragten.
FWS 1999 (n = 14.922), FWS 2004 (n = 15.000), FWS 2009 (n = 20.005), FWS 2014 (n = 28.689).
Nachrichtlich: Bei der Quote vor Prüfung im Jahr 1999 handelt es sich um eine Schätzung.



Beobachtungen in Hessen

Stundenumfang



Abbildung 5: Stundenumfang pro Woche für die freiwillige Tätigkeit im Zeitvergleich



Quelle: FWS, gewichtet, eigene Berechnungen (DZA). Basis: Alle Engagierten. FWS 1999 (n = 4.440), FWS 2009 (n = 6.740), FWS 2014 (n = 11.799). Hinweis: 2004 wurde der zeitliche Umfang der freiwilligen Tätigkeit nicht erfasst.

Ehrenamt im Wandel

Früher

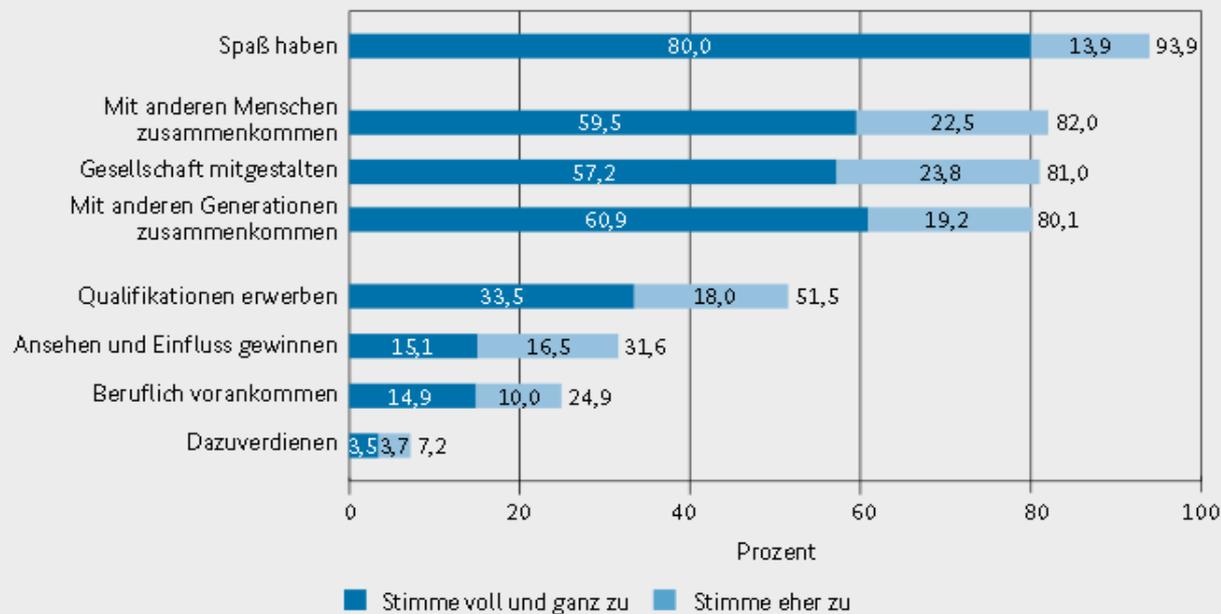
- Engagement in etablierten Organisationen
- langjähriges Engagement
- altruistische Motive, Pflichtgefühl
- hierarchische u. wenig transparente Strukturen

Heute

- Thema interessiert, Projekte
- eher zeitlich begrenzt
- etwas für sich und andere tun, Spaß, Kontakte
- Mitgestaltung, Transparenz

Motive

Abbildung 7: Angaben der freiwillig Engagierten zu den Motiven für ihr Engagement 2014



Quelle: FWS 2014, gewichtet, eigene Berechnungen (DZA). Basis: Alle Engagierten (n = 11.651-12.506)

Attraktive Angebote

Potenzielle Freiwilliger nutzen

Freiwilliger, der gerne unterrichtet
Organisationstalente gesucht



Attraktives Angebot

- ist präzise und detailliert beschrieben
- schafft eine Balance zwischen den Anforderungen der Organisation und den Wünschen und Bedürfnissen der Freiwilligen
- bietet Gestaltungsräume für die Freiwilligen
- ist flexibel in Bezug auf Zeiteinteilung

Beschreibung des Angebotes

Wer sind wir? Was tun wir?

Wie kann man mithelfen?

Zeitlicher Rahmen:

Voraussetzungen:

Geboten wird:

Verantwortung in Häppchen



Ansprechende Angebote?

- ▶ **Hausaufgabenbetreuung beim Islamischen Kulturverein**
- ▶ Der Marburger Islamische Kulturverein "Hadara" sucht dringend Freiwillige, die Lust haben Schüler und Schülerinnen aller, vorrangig mittlerer Jahrgangsstufen bei ihren Hausaufgaben zu unterstützen.
- ▶ **Voraussetzungen:** Gute Kenntnisse in einem oder mehreren der folgenden Fächer: Deutsch, Englisch und Mathe oder Französisch
Offenheit, Geduld und Interesse an anderen Kulturen.
Geboten wird: Einführung, Begleitung, Gutachtung und Unkostenerstattung
Zeitlicher Rahmen: 3-4 Std / Woche

Ansprechende Angebote?

- ▶ **Hausaufgabenbetreuung beim Islamischen Kulturverein**
- ▶ Der Marburger Islamische Kulturverein "Hadara" leistet seit vielen Jahren eine wichtige Integrationsarbeit in der Stadt Marburg. Für den Verein ist Bildung ein wichtiger Schlüssel zu einer gelingenden Integration. Deshalb unterstützt der Verein Kinder und Jugendliche bei den Hausaufgaben und bietet auch Nachhilfe in bestimmten Fächern an. Gesucht werden Freiwillige, die Lust haben, hier mitzuwirken und Schüler und Schülerinnen aller, vorrangig mittlerer Jahrgangsstufen bei ihren Hausaufgaben zu unterstützen.
- ▶ Voraussetzungen: Gute Kenntnisse in einem oder mehreren der folgenden Fächer: Deutsch, Englisch und Mathe oder Französisch, Offenheit, Geduld und Interesse an anderen Kulturen.
Geboten wird: Einführung, Begleitung, Gutachtung und Unkostenerstattung
Zeitlicher Rahmen: 3-4 Std / Woche

Werbung

- ▶ Wo finde ich meinen Freiwilligen?
- ▶ Persönliche Ansprache, Netzwerke Mitglieder
- ▶ Presse (Gemeindeblatt, Zeitung)
- ▶ Internet (Homepage Verein, Kommune)
- ▶ Anlaufstellen für Ehrenamt nutzen
- ▶ Flyer, Stand im öffentlichen Raum



- ▶ Screenshot von FAM–Homepage mit Übersicht Engagementangebote, wird noch eingefügt

Begleiten

- ▶ Ansprechpartner/in vorhanden
- ▶ Erstgespräch, „Schnupperphase“,
- ▶ Einarbeitung
- ▶ Begleitung
- ▶ Raum für Austausch und Gespräche

Behalten

- ▶ bei Fragen und Problemen zeitnah reagieren
- ▶ im Gespräch bleiben, auf Wünsche reagieren
- ▶ Freiwillige fühlt sich als Teil des Ganzen
- ▶ Freiwillige fordern

Anerkennen der Freiwilligen



Reicht der Blumenstrauß aus?

Anerkennen der Freiwilligen

- ▶ Wertschätzen, Würdigen,
- ▶ Weiterbilden
- ▶ Etwas schönes gemeinsam tun!

Beenden – Ausstiegskultur

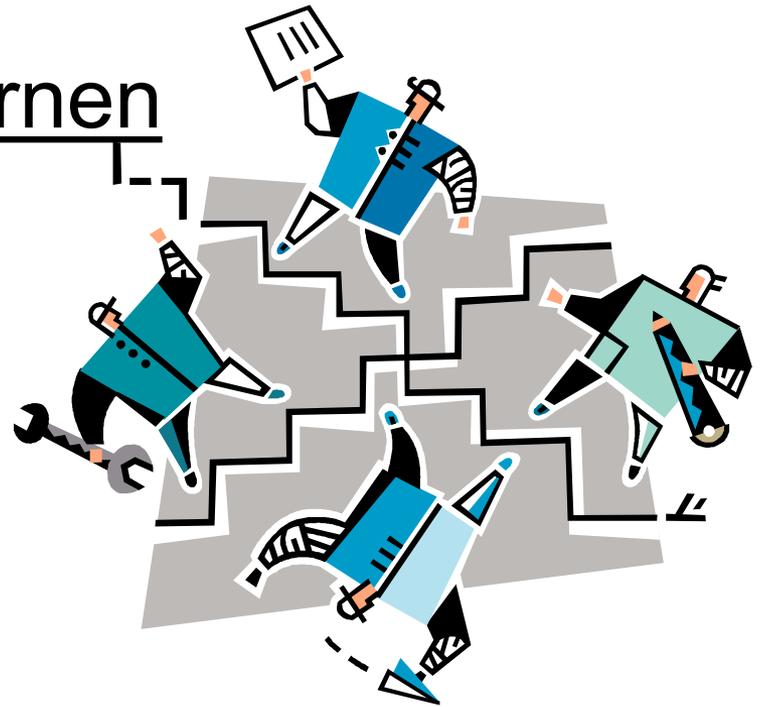
- ▶ Das Recht auf Beendigung der Tätigkeit
- ▶ Abschlussgespräch
 - Dankeschön
 - Möglichkeiten des im Kontakt bleiben
 - offener Dialog über Erfahrungen, Kritik erwünscht!

Tipp 1

Von anderen Vereinen lernen

Welche Wege werden
ausprobiert?

Mit anderen reden!

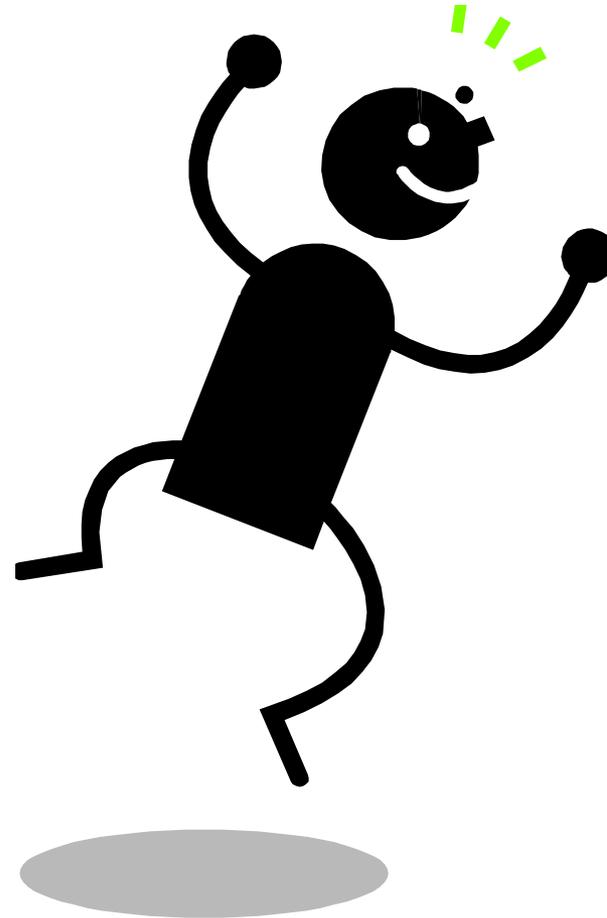


Tipp 2

Spaß an der Arbeit

wirkt ansteckend

Lust statt Last



- „Bürgerschaftliches Engagement kann man nicht herstellen, aber man kann Bedingungen schaffen, unter denen es sehr wahrscheinlich ist, dass Bürgerinnen und Bürger Lust haben, mitzumachen.“ (Zitat von Prof. Dr. Gerald Hüther)



Engagement ist einzigartig.

Ehrenamtliche gewinnen – *Lessons Learned* aus vier Projektjahren

Sprechzettel zur Werkstatt „Ehrenamtliche gewinnen“ im Rahmen der BAGFW Fachtagung „Freiwilliges Engagement stärken! Für ein selbstbewusstes Ehrenamt für und mit geflüchteten Menschen“ am 28. und 29. November 2019 in Berlin

Der Blick nach innen: Was Organisationen vorbereitend tun können, um Engagierte zu gewinnen

Es gibt viele Motive, sich für geflüchtete Menschen zu engagieren: gesellschaftspolitisches Engagement gegen rechts, karitative Hilfe in der Not, Interesse an den Menschen oder persönliche Kontakte. Wer sich engagiert, tut dies aber auch gerne in der Gemeinschaft. Menschen für ein Engagement in der Flüchtlingshilfe zu gewinnen kann also dann besonders gut gelingen, wenn eine Organisation neben funktionalen Angeboten für Ehrenamtliche (wie zum Beispiel Koordination, Beratung, Qualifizierung oder Vermittlung) auch soziale Selbstwirksamkeit und ein Gemeinschaftsgefühl ermöglichen. Hier sind dann je nach Organisation nicht nur die Engagierten und geflüchteten Menschen gefragt, sondern auch die Fachkräfte der sozialen Arbeit selbst. Dies spiegelt sich zum Beispiel in den vielfältigen Formen und Anlässen von Freizeitaktivitäten, Festen, Ausflügen oder ähnlichen gemeinschaftsstiftenden Aktivitäten wieder. Sie können nicht nur für die geflüchteten Menschen sondern auch für Engagierte nachhaltig integrativ wirken.

Damit ein Gemeinschaftsgefühl entstehen kann, benötigt die Organisation natürlich eine Identität, ein sinnstiftendes Selbstverständnis, worauf man sich im täglichen Miteinander beziehen kann. Das ermöglicht es Organisationen einerseits, nach außen hin deutlich zu machen, wofür man steht und was neue Engagierte erwarten können (und so können auch Menschen leichter ausgeschlossen oder ferngehalten werden, die sich nicht mit den Zielen und Werten der Organisation auseinandersetzen). Andererseits kann die Erarbeitung eines gemeinsamen Selbstverständnisses auch ein sinn- und gemeinschaftsstiftender Prozess sein, sofern dieser partizipativ angelegt ist.

Daher ist es notwendig, die Arbeit in der Organisation niedrigschwellig, zugänglich, transparent und teilhabeorientiert zu gestalten – soweit Partizipation in den einzelnen Handlungsfeldern der Organisation eben erwünscht ist. Ehrenamtliche können dann gut gewonnen werden, wenn allen Beteiligten die Arbeitsweise- und Strukturen und die Verantwortlichkeiten in der Organisation klar sind und diese auch – soweit möglich – selbst mit gestaltet werden können. Hierzu können beispielsweise Buddy- oder Mentor*innenprogramme hilfreich sein.

Um diese Strukturen zu schaffen, ist es aber notwendig, Machtverhältnisse, Hierarchien und (un)bewusste Einstellungen und Diskriminierungsformen zu

reflektieren: Sexismus, Rassismus oder Klassismus können auch in Organisationen und bei Menschen wirken, die sich für Geflüchtete engagieren. Machtverhältnisse und Hierarchien bestehen immer, das Ziel sollte es sein, sie transparent zu machen und soweit wie möglich abzubauen. Partizipation ist (auch) Power Sharing. Menschen mit eigenem Flucht- oder Migrationshintergrund oder Menschen mit nicht-akademischem Hintergrund können dann eher für ein Engagement gewonnen werden.

Dafür ist es notwendig, auch die Sprache zu reflektieren. Worüber wird gesprochen – und wie wird darüber gesprochen? Sprache schafft Realitäten und kann auf vielen Ebenen inklusiv und gemeinschaftsstiftend, aber auch exklusiv und ausgrenzend wirken. Dabei geht es nicht nur um Deutschkenntnisse oder das Gendern: eine akademische Sprache kann einschüchtern und Begriffe wie „Flüchtlingskrise“, „Flüchtlingswelle“ oder „Asylant“ sind negativ konnotiert und können auch so wirken.

Der Blick nach außen: Welche Wege der Ehrenamtsgewinnung gut funktionieren

Seit 2015 haben sich sehr viele Menschen für Geflüchtete engagiert. Die große öffentliche und mediale Präsenz hat maßgeblich dazu beigetragen, Engagierte zu aktivieren. In der Folge haben die Engagierten sich Betätigungsfelder und Organisationsformen gesucht, auch in der Freien Wohlfahrt. Seit 2017 hat sich die Zahl der Engagierten wieder verringert, aber auf einem höheren Niveau als vorher etabliert. Neue Engagierte müssen immer häufiger aktiv angesprochen werden. Aber wie gelingt das?

Aus unseren Projekterfahrungen wissen wir: Die beste Werbung ist die Mund-zu-Mund-Erzählung, sind persönliche Kontakte. Wenn sich Menschen in ihrer Organisation wohlfühlen, erzählen sie davon und bringen vielleicht neue Engagierte mit. Ehemalige Engagierte können als Alumni gute Botschafter*innen werden. Eine große Ressource liegt aber vor allem bei den geflüchteten Menschen selbst, die Hilfe erhalten haben. Immer mehr engagieren sich selber; das gelingt aber nur, wenn die Organisation hier entsprechend offen ist (siehe oben).

Hat der Verein ein Selbstverständnis entwickelt, kann dies auch für die Werbung genutzt werden. Ob in Social Media, auf der Website oder in Anzeigen – immer steht im Vordergrund die Frage, warum Menschen sich gerade bei dieser Organisation engagieren sollten. Dafür ist es wichtig, dass Organisationen erzählen, wofür sie stehen und was sie bieten, aber auch, was sie von Engagierten erwarten. Instrumente wie story telling, zum Beispiel über kurze Videos, oder die Präsentation der eigenen Organisation und entsprechende Engagementmöglichkeiten bei Veranstaltungen, Messen etc. sind hier gute Wege. Auch neue Formate wie Webinare können genutzt werden.

Dabei sollte man beachten: Keine Ressourcen für parallele Strukturen vergeuden. Nutzen Sie soziale Medien und Kanäle, die bereits durch viele andere genutzt werden: Über facebook erreichen Organisationen eher die ab 30-jährigen, aber dafür

auch viele Menschen mit Migrationsgeschichte. Über Twitter werden insgesamt weniger Menschen erreicht, es eignet sich aber gut für die Öffentlichkeits- und Pressearbeit. Kreative Wege gehen kann man ebenfalls: Warum nicht mal Engagierte über ebay-Kleinanzeigen suchen?

Neben den bereits erwähnten Motiven sind auch die Milieus von Bedeutung, aus denen Engagierte kommen und die Netzwerke, die Organisationen knüpfen. Zugänge über Universitäten und Hochschulen gestalten sich zum Beispiel recht einfach, denn hier findet sich eine große Schnittmenge an Menschen, die Ressourcen, Einstellungen und Fähigkeiten haben, geflüchtete Menschen direkt zu unterstützen. Auf Auszubildende oder Menschen im Berufsleben trifft das seltener zu. Hier müssen andere Wege der Ansprache und Gewinnung gegangen werden, zum Beispiel über Kooperationen mit Unternehmen, öffentlichen Einrichtungen, Vereinen o.ä.

Engagierte müssen dort gewonnen und abgeholt werden, wo sie stehen, sie sprichwörtlich in die Organisation reinzuholen gelingt gerade bei Menschen zwischen 30 und 60 nicht so gut. Projekte müssen also unter Berücksichtigung dieser Bedingungen und nach Möglichkeit frühzeitig mit den (potentiellen) Kooperationspartner*innen geplant werden. Ob es um die Themen Studium/ Ausbildung, Berufsorientierung, Schule, Wohnen oder Freizeit geht: Überall bieten sich Kooperationspartner*innen an. Hier heißt es umschaun und Gespräche führen, Netzwerke knüpfen und Sachen ausprobieren. Engagement ist vielfältig und verändert sich ständig. Machen Sie deutlich, wo der Mehrwert für die Engagierten und die Kooperationspartner*innen liegt.

Und ein letzter Punkt: Es gibt immer wieder gesellschaftliche Entwicklungen, die Engagierte aktivieren. Dies sind leider nicht selten Ereignisse wie Anschläge, Gewalttaten, Wahlerfolge von rechten Parteien, rechte Hasskampagnen oder Gesetzesänderungen. Nach der Erfahrung der letzten Jahre sind dies aber auch immer Situationen, die zivilgesellschaftliches Engagement aktivieren. Organisationen sollten sensibel für solche Momente und vorbereitet sein auf Engagierte, die ganz plötzlich vor der Tür stehen und helfen wollen.

*Stefan Paul Kollasch, Der Paritätische Wohlfahrtsverband Gesamtverband e.V.,
Dezember 2019*

Tätigkeitsprofil (innen) für Projekt:

Zur Organisation: Name Adresse AnsprechpartnerIn, Erreichbarkeit
Wer sind wir? Ziele / Projektbeschreibung
Was ist konkret zu tun? Aufgabe des Freiwilligen zeitliche Anforderungen eine Person oder eine Gruppe?
Welche Voraussetzungen sollten Freiwillige mitbringen Gewünschte Fähigkeiten Wann Geschlecht
Welche Leistungen erbringt die Organisation? Aufwandsentschädigung Einarbeitung Versicherung ...

**Suchprofil/Anzeige (außen) für Projekt:
Wen suchen wir für unser Projekt:**

Alter: Geschlecht:
Harte Faktoren: Fähigkeiten Engagement-Erfahrung Körperliche Anforderungen
Weiche Faktoren: Einstellungen (persönliche Werte / Ziele) Motive Interessen
Besondere Kenntnisse:
Lebensphase: Ruhestand, nach Familienphase Jugend
Kontaktfähigkeit
Zeitlicher Rahmen