

MENSCHEN FÜR ENGAGEMENT BEGEISTERN

Tipps und Strategien aus
der Praxis, um Freiwillige zu
gewinnen












Deutsche Stiftung
für Engagement
und Ehrenamt



GLOSSAR

Engagementbereich

-  außerschulische Jugend- oder Bildungsarbeit für Erwachsene
-  Familie und Kinder
-  Freiwillige Feuerwehr
-  Freizeit und Geselligkeit
-  Gesundheit
-  Kultur
-  Nachbarschaftshilfe
-  Politik und politische Interessensvertretung
-  Schule oder Kindergarten
-  sonstiger Bereich
-  Sozialer Bereich
-  Sport
-  Umwelt-, Natur-, Tierschutz

Region

-  bundesweit
-  ländlicher Raum
-  Stadt

Themen

-  demografischer Wandel
-  Digitalisierung
-  Diversität
-  Flexibilisierung
-  Inklusion
-  junges Engagement
-  Verantwortungsübernahme

INHALTSVERZEICHNIS

So klappt es mit dem Nachwuchs	4
Einstieg	12
Check-In	16
Reflexion	24
Checkliste	25
Das Nein in ein Ja verwandeln	34
Öffentlichkeitsarbeit	39
Checkliste	46
Reflexion	47
Persona-Methode	52
Ab in die erste Reihe!	58
Organisationsstruktur	60
Reflexionsfrage	68
Checkliste	69
Gekommen um zu bleiben?	76
Organisationskultur	78
Checkliste	86
Übung	86
Reflexionsfrage	94
Impressum	99

EDITORIAL

„EngagementGewinner“ – mit diesem Förderpreis hat die Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt im Jahr 2021 gemeinnützige Organisationen ausgezeichnet, die mit innovativer Kraft und inklusiven Ideen Engagierte und Ehrenamtliche nachhaltig begeistern und aktivieren konnten.

Die Ausgezeichneten haben nicht nur gute Ideen in die Tat umgesetzt, sondern auch bereitwillig andere an ihrem Wissen, ihren Erfahrungen und ihrem Erfolg teilhaben lassen. So haben alle gewonnen – die Preistragenden, die Engagement- und Ehrenamtslandschaft in Deutschland, wir alle als Gesellschaft.

Dieser Ratgeber gibt Einblicke in gute Praxis, zeigt Wege und Strategien auf und ermutigt dazu, Bestehendes zu hinterfragen und Neues auszuprobieren.





SO KLAPPT ES MIT DEM NACHWUCHS



Menschen fürs Ehrenamt zu begeistern, ist keine leichte Aufgabe. Neben Kreativität helfen dabei vor allem auch wichtige Erkenntnisse aus Umfragen und Studien – etwa, dass der jungen Generation Qualifikationen wichtig sind, dass noch viel Potenzial in der Gewinnung von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte liegt, oder dass Menschen ohne hohe Bildungsabschlüsse ein echter Schatz sein können.

Ein Feuerwehrfahrzeug müsste man haben. Einen Löschwagen mit zwölf Meter langen Leitern auf dem Dach und der 2000 Liter Wasser pro Sekunde durch den Schlauch jagen kann, wie die Freiwillige Feuerwehr Kaikenried im Bayerischen Wald besitzt. Dann wäre es mit der Nachwuchsgewinnung im Ehrenamt im wahrsten Sinne ein Kinderspiel. Denn das Fahrzeug schindet mächtig Eindruck, vor allem bei den Jüngsten der 500-Seelen-Gemeinde. Das dachten sich auch die Vereinsmitglieder, als sie darüber berieten, wie sie Kinder für die Jugendfeuerwehr gewinnen könnten, nachdem in den vergangenen Jahren kaum noch jemand zum Feuerlöschen-Lernen kommen wollte.

Der Plan: An einem Aktionstag im Feuerwehrhaus im Zentrum des Dorfes gab es Spiele, Pizza und Wettbewerbe. Das Highlight: Wer sich zu dem Tag anmeldete, wurde mit dem Feuerwehrfahrzeug abgeholt – und schon trugen sich am Ende des Tages neun Kinder ein, um Mitglied der Jugendabteilung zu werden. Ein Rekord. Und Grund genug, einer der fünfzig ausgezeichneten

Organisationen des EngagementGewinner-Preises der DSEE aus dem Jahr 2021 zu sein.

Schon klar: Wer gerade kein Feuerwehrfahrzeug vor der Tür stehen hat, muss sich anderes einfallen lassen, um Menschen für sich und die eigene Mission zu gewinnen. Denn es geht nicht nur um Kinder, Jugendliche und junge Menschen. Nachwuchs ist mehr. Unsere Gesellschaft birgt wahre Schätze, die man entdecken kann: Menschen mit Zuwanderungsgeschichte etwa oder die sogenannten „Babyboomer“, die fürs Sofa noch viel zu fit sind und sich einbringen wollen. Menschen mit geringer formaler Bildung oder diejenigen, die sonst Hilfe empfangen und gerne etwas zurückgeben möchten. Und natürlich sollte man sich die Frage stellen, wie ehemalige Ehrenamtliche wieder zurück ins Engagement kommen.

Wissen und das Erkennen von Trends im Ehrenamtsbereich können helfen, sich ein Bild zu machen und zu erfahren, wo Potenziale im Anwerben von Aktiven liegen, von jung bis alt, von Menschen mit und ohne Migrationsgeschichte, von punktuellen bis langfristiges Engagement.

Fokus: Ein Blick in die Zahlen

Die gute Nachricht ist: **40 Prozent der Menschen über 14 Jahren in unserem Land sind ehrenamtlich engagiert, das sind 28,8 Millionen.** Die meisten von ihnen sind im Sport-Bereich zu finden. Die wenigsten Engagierten sind im Umwelt- und Naturschutz aktiv – noch, denn die Umweltorganisationen erleben jüngst den stärksten Zulauf von Engagierten. Jeder vierte Sportverein berichtet hingegen von sinkenden Zahlen. Die meisten Engagierten sind in Organisationen mit maximal 30 Aktiven und fast drei Viertel der Organisationen haben keine bezahlten Beschäftigten.

Die Zahl der gemeinnützigen Organisationen, die sich in vielfältiger Weise ehrenamtlich einsetzen, ist in Deutschland mit über 650.000 ziemlich groß. Den weitaus größten Teil machen die Vereine aus (94 Prozent). Allerdings: Das informelle Engagement ist von 1999 bis 2019 um 117 Prozent gestiegen. Heute sind etwa fünf Millionen Menschen in weniger langfristigen und informellen Initiativen als in klassischen Vereinen aktiv (siehe Abbildung 1).

Informelles Engagement nimmt im Vergleich stark zu

ENTWICKLUNG VON 1999 BIS 2019

Gebundenes Engagement (Von 12,6 auf 14,9 Mio. Engagierte / 18% Wachstum)
Informelles Engagement (Von 2,3 auf 5,0 Mio. Engagierte / 117% Wachstum)

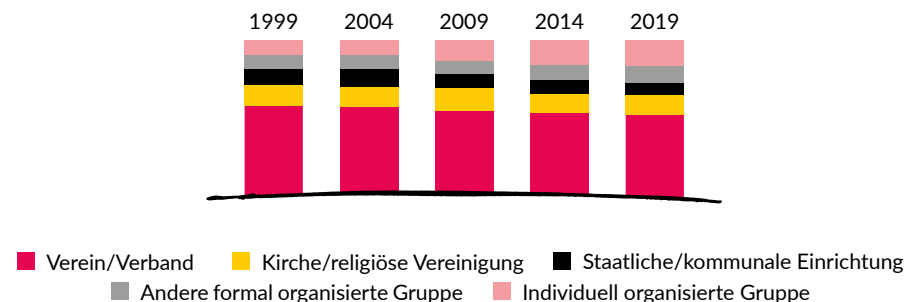


Abbildung 1 / Quelle: Informelles Engagement: Die neue Normalität?, 2023

Fokus: Junges Engagement

Wer nun glaubt, dass sich vor allem die junge Generation zunehmend vom klassischen Ehrenamt abwendet, der irrt: Ihr Engagement nimmt von Jahr zu Jahr zu und das weiterhin vorrangig in klassischen Organisationen oder Vereinen. Dreißig Prozent engagieren sich in eher informellen Strukturen.

In ihrer Motivation für ein Engagement – Spaß zu haben, anderen Menschen zu helfen und etwas für das Gemeinwohl zu tun – unterscheiden sich die jungen Engagierten kaum von anderen Altersgruppen. Was für sie aber wichtiger ist als für andere, sind Qualifikationen im Ehrenamt. Mit anderen Worten: Weiterbildungen, Zertifikate, Urkunden oder Bescheinigungen (siehe Abbildung 2).

ANGABEN DER FREIWILLIG ENGAGIERTEN ZU DEN MOTIVEN FÜR IHR ENGAGEMENT 2019

nach Alter (Basis: alle Engagierten; Mehrfachnennungen möglich)

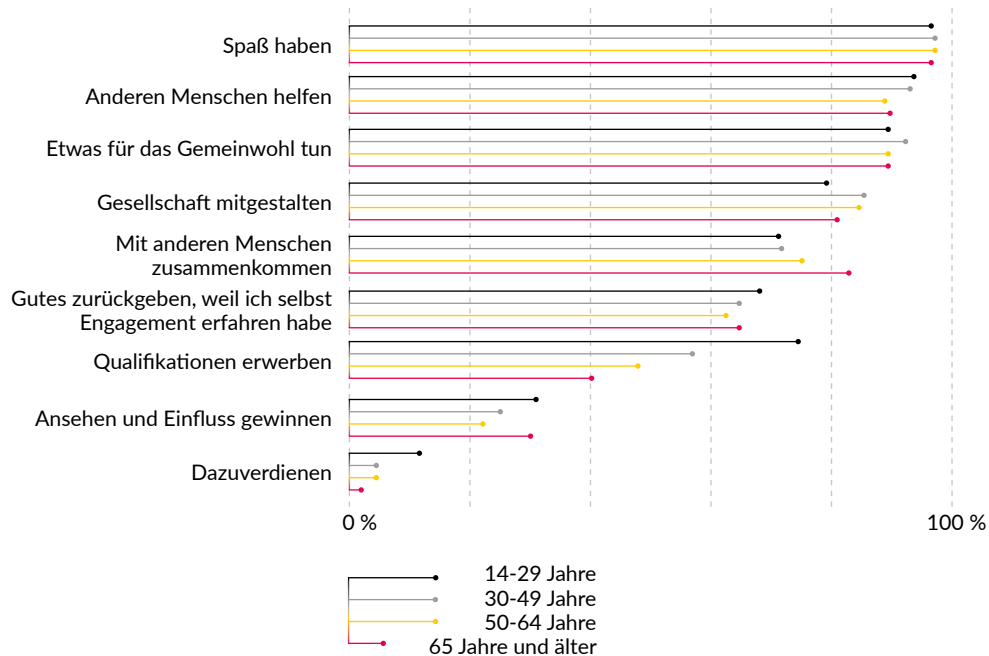


Abbildung 2 / Quelle: Freiwilligensurvey 2019

Was die jüngsten Engagierten ausmacht, davon haben in den vergangenen Jahren mehrere Studien ein ziemlich genaues Bild gezeichnet. Das ist wichtig, denn insgesamt haben fast drei von

vier Organisationen keine Engagierten unter 18 Jahren und bei knapp der Hälfte der Organisationen sind keine Engagierten zwischen 18 und 30 Jahren aktiv.

Die wichtigsten Erkenntnisse zu dieser Zielgruppe:



Jüngere Engagierte setzen sich vor allem für Kinder und Jugendliche ein.



Sie sind zumeist in den Bereichen Sport und Bewegung, Umwelt- und Klimaschutz sowie Zusammenleben vor Ort engagiert, die Hälfte von ihnen in einem Verein.



Sie gehen im Durchschnitt bis zu zwei Stunden in der Woche und mehrmals im Monat ihrer ehrenamtlichen Tätigkeit nach, wobei sie in Großstädten mehr Zeit aufwenden als in kleineren Gemeinden.



Die Sozialen Medien spielen für sie eine wichtige Rolle, etwa für Organisationszwecke. Aber: Sie bevorzugen mit deutlicher Mehrheit das Engagement vor Ort, also live und in Farbe. Die Hälfte von ihnen kann sich jedoch eine Mischung aus Online- und Offline-Tätigkeit vorstellen (siehe Abbildung 3). Klar ist: Für die jungen Aktiven im ländlichen Raum spielt das Internet eine deutlich größere Rolle als in Großstädten.



Eine bedenkliche Entwicklung: Immer weniger junge Menschen sind in ehrenamtlichen Leitungspositionen zu finden. Hier sind konkrete Maßnahmen erforderlich.



Junge Menschen mit formal höherer Schulbildung, akademischer Bildung und ohne Zuwanderungsgeschichte sind deutlich häufiger im Ehrenamt zu finden, die zweite Generation mit Migrationsbezug engagiert sich wiederum eher als die erste Generation.

Junge Freiwillige bevorzugen Engagement vor Ort (offline), knapp die Hälfte kann sich jedoch eine Mischung aus Online- und Offline-Engagement vorstellen

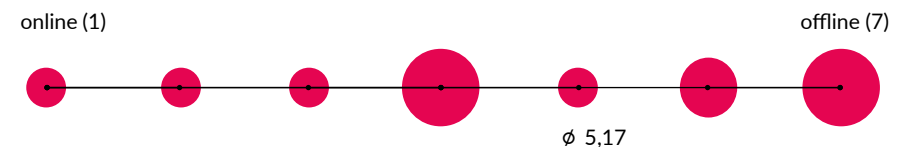


Abbildung 3 / Quelle: Freiwilligenumfrage 2020 von vostel volunteering UG



EUROPÄISCHER ENGAGEMENT-NACHWUCHS

Wer über den Tellerrand schaut, erfährt noch mehr: Die Allianz-Foundation hat Menschen zwischen 18 und 39 Jahren in Deutschland, Griechenland, Großbritannien und Polen zu ihrer Zukunft befragt. Eine der wichtigsten Erkenntnisse: Neben den 25 Prozent, die sich bereits gesellschaftlich einbringen, bekunden genauso viele großes Interesse am Engagement. Etwa vier von zehn Befragten sehen im Engagement ihre „Bürgerpflicht“ und sind deswegen aktiv. „Eine beachtliche Ressource für eine widerstandsfähige Zivilgesellschaft und stabile Demokratien in Europa“, lautet das Fazit der Studie. Ein Ergebnis, das Mut macht.

Die ganze Generationenstudie „The Movers of Tomorrow“ gibt es hier:



Fokus: Kulturelle Vielfalt

Mut machen könnte auch der Blick auf die kulturelle Vielfalt in der Gesellschaft und die damit verbundenen Möglichkeiten für die Zivilgesellschaft. Aber: In den meisten Vereinen haben die Engagierten eine ähnliche kulturelle Prägung. Auch die Leitungs- und Vorstandsfunktionen sind noch eher selten mit Menschen mit Zuwanderungsgeschichte besetzt. Angesichts dessen, dass mehr als ein Viertel der Gesamtbevölkerung Migrationsbezug hat, ist noch viel Potenzial. Umso erstaunlicher ist es, dass laut des ZiviZ-Survey von 2017 nur sechs Prozent der Organisationen angaben, gezielt Menschen mit Migrations- und/oder Fluchtgeschichte als Mitglieder zu gewinnen, nur fünf Prozent konnten sich seit 2012 diverser aufstellen.

Abgesehen davon, dass diese Personen mit ihren Perspektiven ein echter Schatz für jeden Verein sein können, sind sie auch ein Magnet. Denn der Großteil der neuen Freiwilligengeneration ist es laut Umfragen wichtig, dass der Einsatzort kulturelle Offenheit lebt, zum Beispiel durch ein diverses Team oder eine mehrsprachige Website

(siehe Abbildung 4). Auch ist es leichter, neue Zielgruppen für ein Engagement zu bewegen, wenn Vorbilder aus den jeweiligen Bezugsgruppen und Communitys bereits aktiv sind.

Wie auf dem regulären Arbeitsmarkt gilt also auch im Engagementsektor, dass die Entwicklungsmöglichkeiten für den zivilgesellschaftlichen Sektor durch geflüchtete und andere zugewanderte Menschen bei weitem noch nicht ausgeschöpft sind, aber dringend Handlungsbedarf besteht. Hebel dafür: Zugangsbarrieren verringern, mehrsprachige Informationen anbieten und die eigene Organisation auf mögliche diskriminierende Strukturen und Vorurteile prüfen.

Großteil der neuen Freiwilligengeneration ist es wichtig, dass der Einsatzort kulturelle Offenheit lebt, zum Beispiel durch ein diverses Team oder eine mehrsprachige Webseite

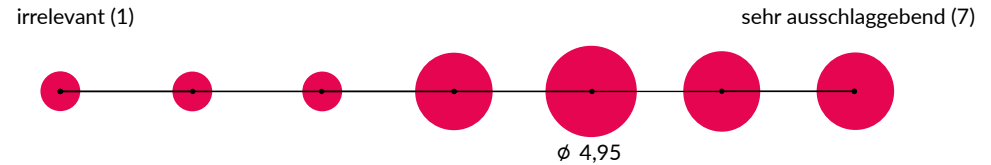


Abbildung 4 / Quelle: Freiwilligenumfrage 2020 von vosterl volunteering UG

Fokus: Bildung

Ob sich Personen freiwillig engagieren, hängt laut Studien zudem eng mit ihrem Bildungsstand zusammen. Menschen mit hoher formaler Bildung und jene, die noch zur Schule gehen, engagieren sich deutlich häufiger als jene mit formal niedrigeren Bildungsabschlüssen – und die Schere geht zunehmend auseinander (siehe Abbildung 5).

Laut den Expertinnen vom Deutschen Zentrum für Altersfragen, Nora Karnick und Céline Arriagada, sind die Zahlen ein Spiegelbild „ungleicher Teilhabechancen, die aus unterschiedlichen

Ressourcenausstattungen und Gelegenheitsstrukturen resultieren“. Anders ausgedrückt: Menschen mit höherer Bildung wissen, wie sie an Informationen für die Aufnahme einer Tätigkeit gelangen, sind besser vernetzt und können sich ein Engagement zeitlich und finanziell leisten. Auf der anderen Seite bezweifelten laut Drittem Engagementbericht von 2020 Erwachsene mit geringem formalem Bildungshintergrund häufig, dass ihre Fähigkeiten gebraucht würden und sie einen sinnvollen Beitrag leisten könnten. Für die Nachwuchsgewinnung bedeutet das, diesem Trugschluss entgegenzuwirken. Die Zielgruppe der Menschen mit niedriger formaler Bildung ist ein noch nicht gehobener Schatz.

WENIGER ENGAGEMENT BEI PERSONEN MIT GERINGEM BILDUNGSNIVEAU

Berlin, 29. Oktober 2022

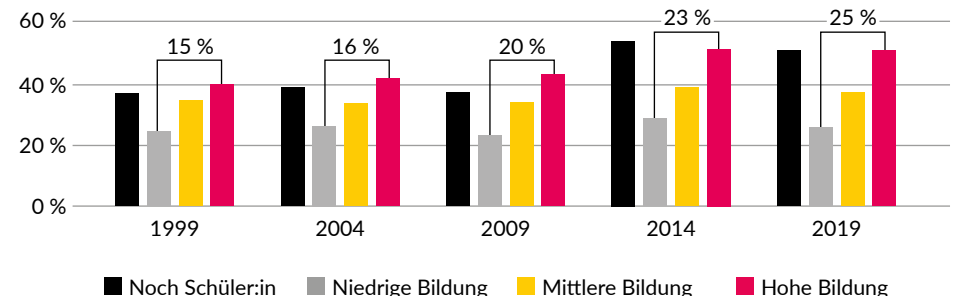


Abbildung 5 / Quelle: Freiwilligensurvey 2019

Fokus: Zukunft und Trends

Sämtliche Bemühungen zur Nachwuchsgewinnung finden nicht losgelöst von aktuellen Entwicklungen, gesellschaftlichen Strömungen und regionalen Besonderheiten statt. Stichwort Bevölkerungsentwicklung: Im ländlichen Raum wird es immer mehr ältere Menschen mit einer weiter steigenden Lebenserwartung geben, gleichzeitig leiden viele Regionen schon heute unter Leerständen. Stichwort Flexibilisierung: Die Flexibilisierung in der Arbeitswelt führt zur Flexibilisierung des Ehrenamts, die Mobilität nimmt weiter zu und damit der Wunsch nach digitalem Ehrenamt, weniger Verbindlichkeit, informelleren Strukturen und Entkopplung

des Engagements von Mitgliedschaften (siehe Abbildung 6). Stichwort Verdichtung: Die Beschleunigung unserer Arbeitswelt, die Verdichtung von Studien- und Ausbildungszeiten münden in weniger umfangreiches Ehrenamt. Auf all das müssen sich Organisationen einstellen, wollen sie neue Aktive gewinnen.

Was bedeutet das für die Nachwuchsgewinnung? Es gilt, flexibel auf die sich stetig wandelnden Rahmenbedingungen zu reagieren und einfache, aber Erfolg versprechende Ideen umzusetzen. Deshalb zeigen wir in diesem Ratgeber, wie Vereine auf ganz unterschiedliche Weise neue Aktive gewonnen haben. Und das ganz ohne Feuerwehrfahrzeug.

ENGAGEMENT IM RAHMEN VON MITGLIEDSCHAFTEN

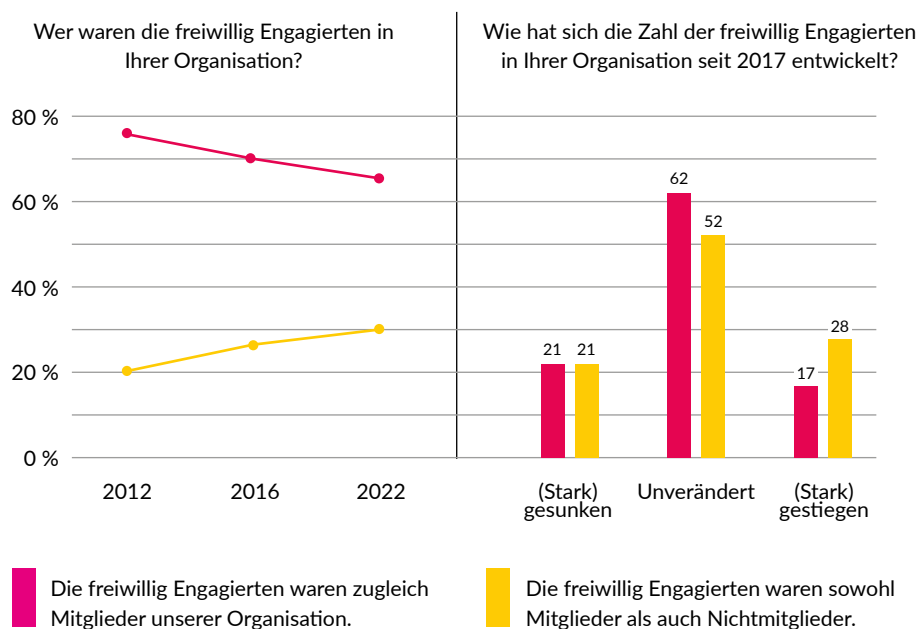


Abbildung 6 / Quelle: 3. ZiviZ-Survey 2023

Quellen:

Benning, L.; Gerber, L.; Krimmer, H.; Schubert, P. & Tahmaz, B. (2022). *Zivilgesellschaftliches Engagement im Jahr 2031*. Berlin: ZiviZ im Stifterverband.

BMFSFJ (2020). *Dritter Engagementbericht – Schwerpunkt: Zukunft Zivilgesellschaft: Junges Engagement im digitalen Zeitalter*. Berlin: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Priemer, J.; Krimmer, H. & Labigne, A. (2017). *ZiviZ-Survey 2017. Vielfalt verstehen. Zusammenhalt stärken*. Berlin: ZiviZ im Stifterverband.

Schubert P.; Kuhn, D. & Tahmaz, B. (2023). *ZiviZ-Survey 2023. Zivilgesellschaftliche Organisationen im Wandel – Gestaltungspotenziale erkennen. Resilienz und Vielfalt stärken*. Berlin: ZiviZ im Stifterverband.

Schubert, P. (2023). *Informelles Engagement: Die neue Normalität? Eine Analyse des organisationalen Rahmens von freiwilligem Engagement*. Essen: ZiviZ im Stifterverband.

Simonson, J., Kelle, N., Kausmann, C. & Tesch-Römer, C. (2021). *Freiwilliges Engagement in Deutschland – Der Deutsche Freiwilligen-survey 2019*. Berlin: Deutsches Zentrum für Altersfragen.

Vostel Volunteering UG (2020): *Freiwilligenumfrage von 2020*. Berlin.



EINSTIEG

Wie könnt ihr neue Engagierte gewinnen? Ein guter Anfang ist, ihnen einen leichten und unkomplizierten Einstieg ins Engagement zu bereiten. Auf den folgenden Seiten findet ihr Erfolgsbeispiele aus ganz Deutschland – von Schnupperprojekten, wertschätzenden Fragen bis zu digitalen Willkommens-Assistenten.



WISSENSCHÄTZE ENTDECKEN

BACK ON TRACK E.V.



Das macht „Back on Track“:

„Back on Track“ unterstützt Kinder und Jugendliche in Deutschland, die durch Krieg und Flucht zum Teil über Jahre nicht zur Schule gehen konnten. Dafür setzt der Verein auf muttersprachliche Mentorinnen und Mentoren – oft selbst Geflüchtete, die am Wochenende bei einem selbstorganisierten Lernangebot helfen, Wissenslücken in verschiedenen Unterrichtsfächern zu schließen.

So gewinnt „Back on Track“ neue Engagierte:

„Back on Track“ startete 2016 mit sieben Engagierten – wenige Jahre später waren es über 100. Wie das funktioniert hat? Mit einer einfachen Frage: „Was haben Sie vor Ihrer Flucht beruflich gemacht?“ Die Antworten brachten Pädagoginnen, IT-Spezialisten, Juristinnen, Physikerinnen oder Englischlehrkräfte zum Vorschein und der fragenden Petra Becker, Gründerin von „Back on Track“, viele neue Engagierte für ihren Verein.

*»ALLE SIND FROH, SINNVOLLES ZU TUN UND IHRE KOMPETENZEN AUCH IN DEUTSCHLAND EINSETZEN ZU KÖNNEN.«
(PETRA BECKER, BACK ON TRACK E.V.)*



Der Weg dahin...

- **In die Zielgruppe einfühlen:** Macht euch ein Bild davon, welche Bedürfnisse und Interessen die Menschen, die ihr ansprechen wollt, haben.
- **Potenziale sehen:** Seht Hilfesuchende auch als künftige Hilfegebende.
- **Persönliche Ansprache:** Sprecht Eltern von teilnehmenden Kindern auf ihren beruflichen Hintergrund an und schlagt einfach vor, sich zu engagieren.
- **Weiterbildung bieten:** Erleichtert den Einstieg in das Ehrenamt durch Fortbildungen und fragt ganz direkt, ob es Unsicherheiten gibt, bei denen ihr helfen könnt.
- **In Gemeinschaft einbinden:** Stärkt die Gruppendynamik durch gemeinsames Kochen oder Ausflüge und heißt die Neuen willkommen.
- **Anerkennung:** Neben einem einfachen DANKE wirkt auch der Zugang zu Ehrenamtspässen der Stadt anerkennend.

© Back on Track e.V.

Brand New Bewegung e.V.



ONBOARDING - KLAR UND NIEDRIGSCHWELIG

BRAND NEW BUNDESTAG



Das macht „Brand New Bundestag“:

„Brand New Bundestag“ versteht sich als Brücke zwischen Zivilgesellschaft und Parteien und ermutigt zu politischer Teilhabe. Dafür unterstützt das Projekt Menschen dabei, einen Weg in politische Ämter und Parlamente zu finden, unabhängig von klassischen Parteistrukturen.

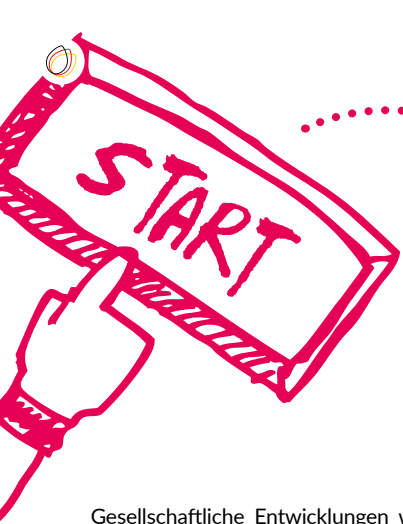
So gewinnt „Brand New Bundestag“ neue Engagierte:

„Brand New Bundestag“ schafft nicht nur einen einfachen Einstieg in demokratische Strukturen, sondern macht es auch ehrenamtlichen Mitstreiterinnen und Mitstreitern durch einen klaren Einstiegsprozess leicht, sich einzubringen. Wer mitmachen will, kann nach einem persönlichen Kennenlernen sofort loslegen. Dabei hilft ein digitaler Willkommens-Bot. Dieser digitale Assistent erklärt, wie die Online-Kommunikation im Verein läuft, lädt zu den ersten virtuellen Meetings ein und zeigt den Zugang zu Informationsmaterialien, um die Organisation und ihre Strukturen kennen- und verstehen zu lernen.

Der Weg dahin...

- **Ansprechend sein:** Euer digitaler Auftritt ist der Türöffner für Neue. Ist dieser informativ und ansprechend gestaltet, sinken die Hürden zur Kontaktaufnahme.
- **Schnell sein:** Auf die erste Nachricht von Interessierten solltet ihr schnell reagieren und zu einem persönlichen Kennenlernen einladen.
- **Herzlich sein:** Klingt banal, ist aber entscheidend. Der erste persönliche Kontakt legt den Grundstein für das weitere Engagement.
- **Begeisternd sein:** Bringt im ersten Gespräch eure Vision für die Veränderung rüber, die ihr bewirken wollt. Das stärkt die innere Motivation der Engagierten.
- **Transparent sein:** Informiert von Anfang darüber, wie Prozesse und Entscheidungen im Verein ablaufen. Das schafft Vertrauen und Identifikation.
- **Offen für Neues sein:** Gebt nicht zu viel vor. Seid ehrlich und offen für die Fähigkeiten, Erfahrungen und Perspektiven, die neue Aktive mitbringen.





CHECK-IN

SO ZUKUNFTSSICHER IST
EURE ORGANISATION

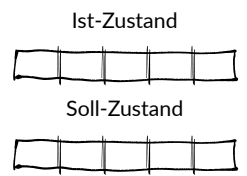
Gesellschaftliche Entwicklungen wie der demografische Wandel oder die zunehmende Bedeutung von Themen wie Inklusion und Diversität haben Einfluss auf die Arbeit von Organisationen, insbesondere auf die Gewinnung von Aktiven. Sie sind Herausforderung und Chance zugleich. Wenn sie auch nicht für alle Vereine oder Initiativen eine gleich große Rolle spielen, so kann

sich keine Organisation diesen Themen gänzlich entziehen. Veränderung ist hier die Chance, sich vielseitiger und damit kreativer aufzustellen.

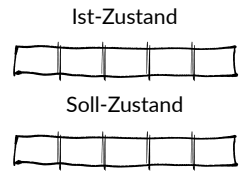
Hand aufs Herz: Wo steht eure Organisation bezogen auf diese Themen im Moment (Ist-Zustand) und wo möchtet ihr in diesem Bereich in 5 Jahren gerne stehen (Soll-Zustand)?

Nicht gut aufgestellt ↔ Sehr gut aufgestellt

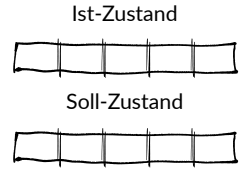
Diversität
Gender, Alter, soziokultureller Hintergrund oder Diskriminierungserfahrung: **Wie divers ist euer Team von Engagierten?**



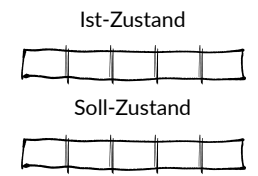
Demografischer Wandel
Immer fittere Ältere und gleichzeitig weniger junge Engagierte, vor allem im ländlichen Raum: **Wie gut kann eure Organisation auf den demografischen Wandel reagieren?**



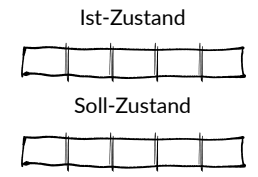
Inklusion
Für eine Teilhabe aller braucht es barrierearme Räumlichkeiten und eine barrierearme Kommunikation. **Wie inklusiv kann Engagement bei euch stattfinden?**



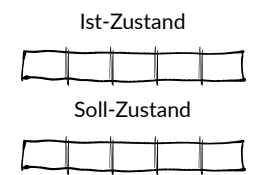
Digitalisierung
Online-Meetings, digitale Tools – die Digitalisierung kann die Nachwuchsgewinnung erleichtern. **Bei euch auch?**



Flexibilisierung
Die Verdichtung des Alltags, größere Mobilität, flexiblere Arbeitszeiten – all das verändert auch die Ansprüche an ein Ehrenamt. **Erprobt ihr bereits neue, flexible Modelle des Engagements?**



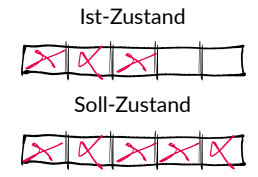
Verantwortungsübernahme
Nachwuchs zu finden, ist eine große Aufgabe für sich. Noch schwieriger ist es mit Nachwuchs, der auch Verantwortung innerhalb der Strukturen übernehmen möchte. **Wie gut gelingt das bei euch?**



Beispiel
So würde die Verteilung der Kreuzchen aussehen, wenn in eurer Organisation bereits ein recht ausgewogenes Verhältnis zwischen den Geschlechtern besteht und eure Engagierten eine breite Altersspanne zwischen 30 und 65 Jahren ab-

decken. Für den Soll-Zustand wünscht ihr euch aber mehr Diversität in den kulturellen Prägungen und Engagierte mit Migrationserfahrung zu gewinnen. Zudem wollt ihr versuchen, auch ganz junge Menschen zu einem Ehrenamt zu motivieren.

Diversität
Gender, Alter, soziokultureller Hintergrund oder Diskriminierungserfahrung: **Wie divers ist euer Team von Engagierten?**





EIN FONDS FÜR JUNGE IDEEN

STIFTUNG BÜRGER FÜR BÜRGER



Das macht die „Stiftung Bürger für Bürger“:

Die Stiftung versteht sich als Impulsgeberin für die Bürgergesellschaft, fördert bürgerschaftliches Engagement in Ostdeutschland und möchte es in seiner Vielfalt stärken.

So gewinnt die „Stiftung Bürger für Bürger“ neue Engagierte:

Mehr junge Menschen mit Zuwanderungsgeschichte zu einem Engagement aktivieren, das hat sich die Stiftung, deren Projekte sonst eher Erwachsene ansprechen, zum Ziel gesetzt. Der Weg: Mit einem Fonds (die Stiftung nennt ihn JUGENDSTIL*) Engagement-Ideen von Jugendlichen mit Migrationsbezug aus ganz Ostdeutschland niedrigschwellig und unbürokratisch mit bis zu 1.000 Euro fördern. Die Förderentscheidung liegt dabei in junger Hand: Eine Jugendjury mit Vertreterinnen und Vertretern aller beteiligten Bundesländer.

© Benjamin Jenak



»UNSER ZIEL IST NICHT, MÖGLICHST VIELE ERFOLGREICHE PROJEKTE DURCHZUFÜHREN - SONDERN MÖGLICHST VIELE TEILNEHMER POSITIV IN IHRER ENGAGEMENTBIOGRAPHIE ZU BEEINFLUSSEN.« (INES CALLSEN, STIFTUNG BÜRGER FÜR BÜRGER)

Der Weg dahin...

- **Schiebt „Hintergründe“ in den Vordergrund:** Das rückt neue und wichtige Perspektiven, die für viele unbekannt sind, in den Fokus.
- **Raum und Sicherheit geben:** Um bei Austauschtreffen „safe and brave spaces“ bieten zu können, braucht es (post)migrantische Perspektiven und Erfahrungen auch im betreuenden Projektteam.
- **Ansprache durch Gleichaltrige:** Wer eine Jugendjury hat, hat damit auch die besten und glaubwürdigsten Mutmacherinnen und Mutmacher für andere.
- **Kooperation:** Über Organisationen wie DaMOst (Dachverband der Migrant*innenorganisationen Ostdeutschland) und LAMSA (Landesnetzwerk Migrant*innenorganisationen Sachsen-Anhalt) erreicht ihr viele potenzielle Engagierte mit Migrationsbezug.
- **Junge Leute an die Macht:** Wer die Selbstwirksamkeit von jungen Menschen stärken will, muss unbedingt auch Entscheidungskompetenz an sie abgeben.
- **Fehlertoleranz:** Es sollte nicht das Ziel sein, möglichst viele Projekte erfolgreich umzusetzen, sondern möglichst viele junge Menschen in ihrer Engagement-Biografie positiv zu beeinflussen. Das bedeutet ausdrücklich, Fehler machen zu dürfen.

Stiftung Bürger für Bürger
buerger-fuer-buerger.de
info@buerger-fuer-buerger.de





ENGAGEMENT IM TANDEM

EPUNKT E. V.



Das macht „ePunkt“:

„ePunkt“ ist die Freiwilligenagentur der Stadt Lübeck. Sie bringt Ehrenamtliche und Vereine zusammen, begeistert für Engagement und entwickelt Projekte in den Bereichen Demokratiestärkung, Bildung, Inklusion, Nachbarschaft, Migration und Flucht.

So gewinnt „ePunkt“ neue Engagierte:

Das Projekt „Zusammen Sachen machen“ ist eine neue Art, Ehrenamt zu denken: „ePunkt“ hat jeweils zwei Menschen zusammengebracht, um eine Aufgabe (zum Beispiel Blumen pflanzen in einer Einrichtung) zu übernehmen, die beiden Spaß macht. Durch das unverbindliche und punktuelle gemeinsame Engagement wurden sie niedrigschwellig an ehrenamtliche Arbeit herangeführt. Die Idee entstand in der Corona-Zeit, um der Einsamkeit insbesondere von ausgegrenzten Menschen entgegenzuwirken.

»ES IST EINE ÄUSSERST NIEDRIGSCHWELIGE, UNKOMPLIZIERTE UND MODERNE ART, ENGAGIERTE ZU GEWINNEN, DEM VEREIN NEUEN SCHWUNG ZU GEBEN UND GLEICHZEITIG DER SOZIALEN VEREINZELUNG ENTGEGENZUWIRKEN.« (MELANIE WIENICKE, EPUNKT E. V.)



Der Weg dahin...

- **Kommunikation auf Augenhöhe:** Vermeidet Rollenklischees („Sie sind einsam und brauchen jemanden ...“, „Sie sind geflüchtet und brauchen Hilfe ...“). Macht mit einer positiven Ansprache Lust auf Begegnung und das gemeinsame Schaffen.
- **Spaßfaktor:** Organisiert zwischendurch auch Angebote, die nicht primär Arbeit sind, z. B. gemeinsame Fahrradtouren, Stadtpaziergänge, Spieleabende.
- **Das „Matching“ ist entscheidend:** Vermittelt den Menschen nicht das Gefühl, dass sie „Arbeitskraft“ sind, sondern dass sie gesehen werden und es um sie geht. Dafür muss das Erstgespräch ausführlich und tief sein. So lässt sich mehr über den Menschen erfahren.



ePunkt e.V. - Bürgeraktives und Freiwilligenbüro für Lübeck

© Exil e.V.



BRÜCKEN INS ENGAGEMENT

EXIL E. V.



Das macht „Exil“:

„Exil“ setzt sich für Geflüchtete und Menschen mit Zuwanderungsgeschichte ein und bietet Beratung in Bezug auf Asylverfahren, den Aufenthalt und das Leben in Deutschland. Hinzu kommen ehrenamtlich organisierte Bildungs-, Freizeit-, Kultur- und Begegnungsangebote.

So gewinnt „Exil“ neue Engagierte:

Der schöne Titel des Nachwuchsprojekts heißt „Mach's doch selbst!“. Dahinter verbirgt sich die Idee der „Kulturmittler und -mittlerinnen“ – das sind Projektverantwortliche, die selbst Flucht- oder Migrationsgeschichte haben. Sie tragen die Möglichkeiten des Ehrenamts in die migrantischen Communities und bauen so Brücken dorthin. Etwa ein Drittel der Ehrenamtlichen bei „Exil“ gehört selbst zur Zielgruppe des Vereins.

»WIR KOMMEN WEG VOM HELFEN UND HIN ZUM GEMEINSAMEN GESTALTEN.« (LARA BENTELER, EXIL E. V.)



Der Weg dahin...

- **Erster Kontakt:** Identifiziert Schlüsselpersonen, die euch helfen, Menschen in den jeweiligen Communitys für ein Engagement im Projekt zu begeistern.
- **Mehrsprachige Informationen:** Denkt an mögliche Sprachbarrieren und übersetzt wichtige Informationen zum Engagement beispielsweise in andere Sprachen, wie Englisch, Französisch, Farsi oder Arabisch.
- **Offen bleiben:** Obwohl es sicher genug zu tun gibt, lohnt es sich, die eigenen Ideen der neuen Aktiven umzusetzen. Wer IT-Wissen auf Arabisch vermitteln kann und möchte, sollte dies auch machen können.
- **Workshops zur Zusammenarbeit:** Damit Ehrenamtliche mit und ohne Migrations- und Fluchtgeschichte gut zusammenarbeiten, ist es wichtig, Themen wie Machtstrukturen, Paternalismus und Rassismus im Rahmen von Workshops einzubringen.
- **Weiterbildung anbieten:** Qualifizierungsworkshops bieten nicht nur Impulse für das Ehrenamt, auch für die persönliche und berufliche Entwicklung sind sie hilfreich – und kommen deshalb gut bei den Engagierten an.





SCHNUPPERN BEI DER SCHNITZELJAGD

GREIFBAR



Das macht „GreifBar“:

„GreifBar“ ist ein Werk des Pommerschen Kirchenkreises für Menschen, die klassische kirchliche Angebote nicht wahrnehmen. Ein Schwerpunkt ist die sozial-diakonische Arbeit im Greifswalder Ostseeviertel mit Bildungs-, Sport- und Gemeinschaftsangeboten für Kinder, Jugendliche, Familien und Nachbarschaft.

So gewinnt „GreifBar“ neue Engagierte:

In Greifswald erwies sich ein Klassiker deutscher Spielkultur als Ehrenamtsmagnet – die Schnitzeljagd. Aus der Not während der ersten Lock-down-Phase der Corona-Pandemie entstanden, konnten durch dieses Projekt viele neue Engagierte – von jung über alt bis zu Menschen mit verschiedenen Behinderungen – gewonnen werden. Für die Schatzsuche schrieben sie Geschichten, malten Bilder, schnitten Videos oder bauten Stationen auf- und ab und stiegen nicht selten auch tiefer bei „GreifBar“ ein.



Der Weg dahin...

- **Neues wagen:** Ein Projekt, das sich von den gängigen Angeboten eurer Organisation unterscheidet, bringt Menschen mit anderen Talenten und Begabungen hervor.
- **Persönliche Ansprache:** Ihr kennt Menschen, die für dieses Projekt wichtige Fähigkeiten mitbringen? Fragt und motiviert sie in einem persönlichen Gespräch zum Mitmachen.
- **Vision teilen:** Begeistert im Gespräch mit der Vision hinter den konkreten Aufgaben und zeigt auch im laufenden Projekt, wie jedes Mitwirken in Verbindung zum größeren Ziel steht.
- **Ehemalige ansprechen:** Aufgaben, die ortsungebunden stattfinden können, sind ein guter Grund, bei weggezogenen Ehemaligen anzuklopfen.
- **Gestaltungsfreiheit:** Setzt den Rahmen, aber überlässt den Engagierten den Rest – ohne sie dabei alleinzulassen.
- **Dranbleiben:** Fragt die Engagierten, ob sie über das Schnupperprojekt hinaus Lust haben, sich im Verein einzubringen.

Verein zur Förderung des Werkes „GreifBar“ im Pommerschen Evangelischen Kirchenkreis e. V.
greifbar.net
a.jansson@greifbar.net



STATT HILFE EMPFANGEN, HILFE GEBEN

LEBENSILFHE KREIS VIERSEN E. V.



Das macht die „Lebenshilfe Kreis Viersen“:

Die Selbsthilfevereinigung, die sich seit 1967 dem Wohl von Menschen mit Behinderung verpflichtet hat, setzt sich dafür ein, dass diese selbstbestimmt und gut leben können. Dazu gehört die Teilhabe an der Gesellschaft – auch im Engagement.

So gewinnt die „Lebenshilfe Kreis Viersen“ neue Engagierte:

Es gibt zahlreiche Organisationen, in denen sich Ehrenamtliche für Menschen mit Behinderung einsetzen. Doch beim Projekt „EhrenamtRückwärts“ der Lebenshilfe Kreis Viersen läuft es andersherum: Hier engagieren sich Menschen mit Behinderung. Sie mähen Rasen, falten Wäsche, verteilen Gemeindebriefe oder liefern das Essen der „Tafel“ an Bedürftige. Dieser Perspektiv- und Rollenwechsel ist eine Win-Win-Situation: Den Organisationen wird Arbeit abgenommen, sie leben Inklusion und die Menschen mit Behinderung können sich entfalten und ein positives Selbstbild entwickeln.

Der Weg dahin...

- **Voraussetzungen prüfen:** Zuerst solltet ihr eure Ressourcen prüfen, denn die Engagierten brauchen Unterstützung (Logistik, Begleitung), um die Aufgaben zu erfüllen.
- **Bedarfe ermitteln:** Fragt Einrichtungen, Organisationen, Privatpersonen oder auch euch selbst, ob Hilfe gebraucht wird und es Aufgaben gibt, die Menschen mit Behinderung übernehmen könnten.
- **Potenziale sehen:** Wenn ihr Menschen mit Behinderung kennt oder mit ihnen arbeitet, überlegt, wer diese Aufgaben erfüllen könnte und Freude daran hätte.
- **Respekt und Wertschätzung zeigen:** Haltet es nicht für selbstverständlich, dass die Engagierten helfen. Dankt ihnen auch für die kleinen Aufgaben.
- **Zeit nehmen:** Die Einführung und Begleitung eines solchen Projektes bedarf Zeit. Verliert nicht die Geduld.

Lebenshilfe Kreis Viersen e. V.
lebenshilfe-viersen.de
e-mail@lebenshilfe-viersen.de



REFLEXION

NACHGEFRAGT

Fragt doch mal die Neuen in eurer Organisation, wie sie ihren Einstieg bei euch erlebt haben.

Wie haben sie von eurer Organisation erfahren? Wie liefen die ersten Kontakte? Wie wohl haben sie sich zu Beginn gefühlt? Was hat ihnen gut gefallen und gutgetan? Und was hat ihnen gefehlt?

Haltet die wichtigsten Punkte hier fest:



Schaut euch eure Notizen noch einmal in Ruhe an und wertet sie aus:

Was läuft bereits gut?

Wo steckt noch Verbesserungspotenzial?



CHECKLISTE

NACHGEDACHT

Wie leicht oder schwer Freiwilligen in eurer Organisation der Einstieg ins Engagement gemacht wird, ist der entscheidende Hebel in der Nachwuchsgewinnung. Jede Organisation hat eigene Praktiken und bewährte Methoden. Trotzdem ist es wichtig, die eigenen Routinen regelmäßig auf den Prüfstand zu stellen und sich neue Inspirati-

on zu holen – zum Beispiel in Form eines kleinen Gedankenexperiments.

So geht's: Stellt euch vor, ihr seid eine Person, die sich gerne bei eurer Organisation engagieren möchte. Auf welche der folgenden Punkte könnt ihr euch verlassen?



- Ich finde schnell heraus, an wen ich mich im Verein wenden kann, wenn ich Interesse am Mitmachen habe.
- Ich bekomme eine schnelle Rückmeldung mit einer Einladung zu einem persönlichen Kennenlernen (oder ähnliches).
- Ich fühle mich sehr willkommen und mit meinen Fähigkeiten gebraucht (dieses Gefühl hat mir zum Beispiel ein herzliches Kennenlerngespräch gegeben).
- An möglichen Barrieren, die mir den Einstieg erschweren könnten (sprachliche, räumliche, zeitliche) hat die Organisation bereits gedacht und zeigt Lösungen auf.
- Der Einstieg wird mir durch ein Willkommenspaket mit Infos zum Verein, seinen Strukturen und Kommunikationskanälen erleichtert.
- Es gibt Schnupperprojekte, in denen ich mich ausprobieren und die Organisation besser kennenlernen kann.
- Ich muss mich nicht sofort festlegen, in welchem Arbeitsbereich ich mitmachen möchte und kann überall einmal über die Schulter schauen.
- Es gibt eine Ansprechperson oder gar eine Patin oder einen Paten, der oder die mir den Einstieg in die Organisation erleichtert und meine Fragen gerne beantwortet.

Gibt es weitere Punkte und Ideen?

-

Diese Checkliste könnt ihr auch mit in eine Teamsitzung nehmen und gemeinsam überlegen, welche der Punkte, die ihr noch nicht erfüllt, ihr zukünftig umsetzen könnt.



AUS DEM INTEGRATIONSKURS INS ENGAGEMENT

MITMACHER GUG



Das macht „MITmacher“:

„MITmacher“ vermittelt und begleitet geflüchtete und zugewanderte Menschen ins Ehrenamt, um sie zu stärken und Teilhabe zu fördern. Dafür verbindet die gemeinnützige Unternehmergesellschaft Menschen, die sich engagieren möchten, mit sozialen Organisationen, die tatkräftige Hände und Vielfalt schätzen.

So gewinnt „MITmacher“ neue Engagierte:

Vermittlungskräfte von „MITmacher“ besuchen gezielt Integrationskurse für Menschen mit Flucht- oder Zuwanderungsgeschichte. Dort ermitteln sie in Einzelgesprächen Interessen, Wünsche und Erwartungen an ein Ehrenamt. Diejenigen, die mit einem Ehrenamt etwa in der Kinderbetreuung, in der Hilfe für Menschen mit Behinderung, im Handwerk (Repair Cafés) oder in Sportvereinen starten, werden dort noch drei Monate begleitet.

»ES FEHLT NICHT AN MOTIVATION, SONDERN AN MÖGLICHKEITEN. DA SETZEN WIR AN.« (REGINA FRÖHLICH, MITMACHER GUG)



MITmacher gUG
mitmacher.org
hallo@mitmacher.org

Der Weg dahin...

- **Passgenau:** Verwendet viel Zeit, wenn nötig auch sehr viel Zeit, um die Motivation und Potentiale der Migrierten oder Geflüchteten zu erkunden. Sucht nicht Freiwillige für bestimmte Aufgaben, sondern Aufgaben für die Freiwilligen.
- **Kennenlerntermin:** Der erste Besuch am möglichen Einsatzort ist entscheidend. Geht auf jeden Fall mit, um Berührungsängsten entgegenzuwirken und konkrete Aufgaben festzulegen.
- **Barrieren abbauen:** Einsatzstellen müssen ebenfalls darin unterstützt werden, mit kommunikativen und interkulturellen Herausforderungen umzugehen. Die Begleitung für die ersten drei Monate dient also beiden Seiten.

© Anne-Jas Vöhl



EIN HÖRBARER STADTTEIL

MÜHLSTRASSE 14 E. V.



Das macht „Mühlstraße 14“:

Im soziokulturellen Zentrum „Mühlstraße 14“ im sozial gemischten Leipziger Stadtteil Reudnitz finden Konzerte, Filme, Theateraufführungen und kreative Kurse statt. Mit mobilen Angeboten, einem offenen Treff und seinem niedrigschwelligen, auf Teilhabe bedachten Ansatz erreicht das Zentrum verschiedene Bevölkerungsgruppen.

So gewinnt „Mühlstraße 14“ neue Engagierte:

Junge Ehrenamtliche und engagierte Menschen mit Zuwanderungsgeschichte zu gewinnen und damit auf den Wandel der Bevölkerung im Stadtteil zu reagieren, war eine Herausforderung.

Mit dem Medienprojekt „Erzähl mir, Leipzig! Leipzig, hör zu!“ stellte der Verein deshalb Teilhabe und die Identifikation mit der Stadtgesellschaft in den Mittelpunkt. Engagierte sammelten dafür persönliche Geschichten mit dem Mikrofon und luden bei Hörstationen zum Mitmachen ein. Neue Engagierte konnten für das Projekt und inzwischen auch für andere Aufgaben des Vereins gewonnen werden.

© MÜHLSTRASSE 14 e.V.



Einstieg | 27



Mühlstraße 14 e. V.
muehlstrasse.de
kontakt@muehlstrasse.de

Der Weg dahin...

- **Tandem-Ansatz:** Wenn ihr nicht-deutschsprachige Engagierte einbinden wollt, bietet ein Tandem mit deutschsprachigen Engagierten an. Das schafft Vertrauen und umgeht die Sprachbarriere.
- **Raus in die Öffentlichkeit:** Lasst Projekte mitten im Stadtteil stattfinden, so werdet ihr als Organisation sichtbar. Aktive erhalten über die Außenwirkung eine positive Rückmeldung.
- **Auf die Ohren:** Formate mit Audio-Aufnahmen eignen sich auf vielfältige Weise, um Menschen einzubinden und ihre Perspektiven bei Veranstaltungen hörbar zu machen.
- **Flexibles Mitmachen:** Bindet neue Aktive im ersten Schritt mit individuell passenden und abgegrenzten Tätigkeiten ein, die Selbstwirksamkeit und Erfolge erlebbar machen.
- **Wissenstransfer garantieren:** Ein Verein lebt von den Erfahrungen der langjährigen Haupt- oder Ehrenamtlichen. Stellt diese als Ansprechpersonen für Neue zur Verfügung, damit sie Sicherheit bekommen.



ENGAGEMENT MACHT SCHULE

SONNENTREFF DER JOHANNITER-UNFALL-HILFE E. V.



Das macht der „Sonnentreff“:

Der „Sonnentreff“ ist seit 2017 ein Ort für inklusive Teilhabe- und Begegnungsangebote. Im dazugehörigen Café verteilen Freiwillige mehrmals wöchentlich Lebensmittel, die sie vorher in lokalen Geschäften vor dem Wegwerfen retten.

So gewinnt der „Sonnentreff“ neue Engagierte:

Der „Sonnentreff“ steht allen offen, auch denjenigen, denen Teilhabe an anderen Stellen oft verwehrt wird. Daher suchten die Verantwortlichen gerade in dieser Zielgruppe nach Freiwilligen und wagten ein Experiment – mit Erfolg: In Kooperation mit einer örtlichen Förderschule werden im Sonnentreff Schülerinnen und Schüler an ehrenamtliches Engagement herangeführt. Dabei begleitet der Treff die Jugendlichen eng mit einem eigens entwickelten Evaluations- und Feedbackverfahren und die Lehrkräfte unterstützen mit fachlicher Nachbereitung im Unterricht. Die Methode nennt sich Service Learning, weitere Schulen und Betriebe haben bereits Interesse gezeigt.

Der Weg dahin...

- **Kontakte herstellen:** Junge Menschen verpflichten sich ungern in ihrer Freizeit auf ein regelmäßiges Ehrenamt. Wenn ihr gemeinsam mit Bildungseinrichtungen Aktionstage oder Service Learning-Projekte organisiert, ist der Zugang leichter gelegt.
- **Kontakte halten:** Begleitet die jungen Freiwilligen durch Evaluations- und Feedbackverfahren – damit bestärkt ihr sie in der neuen Rolle und haltet den Kontakt.
- **Kontakte gewinnen:** Bittet eure Freiwilligen, über ihr Engagement zu reden – persönlich im Freundes- und Bekanntenkreis, oder über private Social-Media-Kanäle –, und so mit gutem Beispiel voranzugehen.

© Sonnentreff der Johanniter-Unfall-Hilfe e.V. in Leutkirch

© Tennisclub Laubach



INKLUSION LEICHT GEMACHT

TENNISCLUB LAUBACH E. V.



Das macht der „Tennisclub Laubach“:

Vier Sandplätze und ein Clubhaus mit eigener Gastronomie: Der „Tennisclub Laubach“ ist rein ehrenamtlich organisiert und bietet den über 200 Mitgliedern Förderung im Breitensport. Zu den Prioritäten der Vereinsarbeit zählt die aktive Jugendarbeit und Inklusion.

So gewinnt der „Tennisclub Laubach“ neue Engagierte:

Gerade einmal 75 Mitglieder zählte der Verein noch vor einigen Jahren, die Zukunft war damit nicht gesichert. Durch die Aktion „Tennis für alle“ hat sich die Zahl der aktiven Mitglieder innerhalb eines Jahres mehr als verdoppelt. Der Tennisclub richtete zwei Schnuppertage und einen großen Aktionstag aus und präsentierte sich offen für neue Mitglieder mit und ohne Behinderung. Inzwischen haben einige Trainerinnen und Trainer eine Fortbildung in Inklusionstennis absolviert und der Verein ist lebendiger und inklusiver denn je.

»MEHR ALS 100 BESUCHER MIT UND OHNE BEHINDERUNG KAMEN [ZUM AKTIONSTAG]. ES GAB EINE GROSSE MEDIENRESONANZ. DAS WAR EIN RIESENERFOLG.« (DIRK OSSWALD, TENNISCLUB LAUBACH E. V.)



Tennisclub Laubach e. V.
tc-laubach.de
hallo@tc-laubach.de

Der Weg dahin...

- **Offen für Neues:** Ladet zunächst Interessierte ein und ermittelt, was die Menschen brauchen, um zu bleiben. Erste Kontakte und Beratung leisten lokale Vereine von und für Menschen mit Behinderung oder die Ansprechpersonen in den Dachverbänden.
- **Niedrigschwelliger Einstieg:** Bietet nicht nur einen Schnuppertag jährlich an, sondern gleich mehrere. Eine kostenlose Mitgliedschaft im ersten Jahr kann auch ein zusätzlicher Anreiz sein.
- **Gute Ausrüstung:** Wenn möglich, bietet zunächst vereinseigene Ausrüstung an. Unterstützt die Sportlerinnen und Sportler mit Behinderung bei der Beschaffung eigener Ausrüstung, oft gibt es dafür öffentliche Fördergelder.
- **Viel Aufmerksamkeit:** Plant Zeit und wenn möglich auch Geld für die Öffentlichkeitsarbeit zum Aktionstag ein, damit möglichst viele von eurer Aktion erfahren.
- **Vielfalt belebt:** Von Inklusionsprojekten profitiert oft die gesamte Organisationskultur – und das zieht neue Mitglieder, mit und ohne Behinderung an.

Sonnentreff der Johanniter-Unfall-Hilfe e.V. in Leutkirch
lead.me/SonnentreffLeutkirch
sonnentreff.leutkirch@johanniter.de





PRAKTIKA ALS EINSTIEG

UNTERBARMER KINDERTELLER E. V.



Das macht der „Unterbarmer Kinderteller“:

Der Verein bietet Kindern aus von Armut betroffenen Familien in Wuppertal an drei Tagen in der Woche eine warme Mahlzeit. Er versorgt sie darüber hinaus mit Spiel-, Bastel- und Freizeitangeboten und leistet Hilfe bei den Hausaufgaben.

So gewinnt „Unterbarmer Kinderteller“ neue Engagierte:

Da der „Unterbarmer Kinderteller“ aus einem Kirchenprojekt hervorgegangen ist, engagieren sich viele Gemeindemitglieder, die oft bereits im Rentenalter sind. Um den Generationenmix auszubalancieren, verfolgt der Verein eine zentrale Strategie: Er bietet Schülerinnen und Schülern sowie Studierenden Praktika an. Nicht selten der Ausgangspunkt für ein langfristiges Engagement.

»FÜR DIE ARBEIT MIT DEN KINDERN IST ES WICHTIG, AUCH JÜNGERE ENGAGIERTE ZU GEWINNEN.« (MARKUS PILTERS, UNTERBARMER KINDERTELLER E. V.)



Der Weg dahin...

- **Auf Schulen zugehen:** Besucht die weiterführenden Schulen in eurem Umfeld. Aus deren Perspektive ist die Suche nach Praktikumsplätzen für Schülerinnen und Schüler oft mühsam. Wenn ihr interessante Aufgaben zu bieten habt, rennt ihr vermutlich offene Türen ein.
- **Mit Universitäten kooperieren:** Für den „Unterbarmer Kinderteller“ ist die kirchliche Hochschule in Wuppertal ein wichtiger Partner. Deren Studierende suchen ebenfalls Praktika, oft auch für längere Zeiträume.
- **Beschäftigungsmaßnahmen anbieten:** Als Qualifizierungsmaßnahmen für arbeitssuchende Menschen sind Stellen im sozialen Bereich ebenfalls gefragt und sorgen für mehr Vielfalt in eurem Team.
- **Lernmöglichkeiten:** Praktikantinnen und Praktikanten wollen etwas dazu lernen. Beim „Unterbarmer Kinderteller“ werden sie von einer pädagogischen Fachkraft begleitet und dürfen an Weiterbildungen teilnehmen.
- **Respektvolle Kommunikation:** Egal, woher eure Ehrenamtlichen kommen: Sie werden sich nur dann auf Dauer engagieren, wenn ihr ihnen respektvoll und auf Augenhöhe begegnet.

Unterbarmer Kinderteller e. V.
unterbarmer-kinderteller.de
unterbarmer.kinderteller@email.de



NEIN SAGEN GEHÖRT DAZU

WOLFSTRÄNE E. V.



Das macht „Wolfsträne“:

„Wolfsträne“ begleitet Kinder und Jugendliche in Leipzig und Torgau, die einen Elternteil oder ein Geschwisterkind verloren haben. Sie bekommen Raum und Zeit, um ihre Trauer altersgerecht verarbeiten zu können, besuchen Trauergruppen und finden qualifizierte Unterstützung im Prozess des Abschiednehmens.

So gewinnt „Wolfsträne“ neue Engagierte:

Das Herzstück von „Wolfsträne“ sind ihre ehrenamtlichen Mitarbeitenden, die zunächst die Ausbildung zur Kindertrauerbegleitung absolvieren. Das Anwerben neuer Aktiver ruht auf vielen Säulen, im Fokus stehen persönliche Netzwerke und intensive Gespräche, um zu klären, ob ein Ehrenamt in diesem emotional schwierigen und verantwortungsvollen Themenfeld das richtige für sie ist.

© Wolfsträne e.V.



Wolfsträne e. V.
wolfstraene.de
info@wolfstraene.de



Der Weg dahin...

- **Feinfühlig sein:** Bei der Trauerbegleitung – wie auch bei anderen belastenden Themen – passt keine offensive Werbung. Setzt lieber auf persönliche Begegnungen und Gespräche.
- **Private Netzwerke:** Engagierte selbst sind am besten darin, weitere Unterstützerinnen und Unterstützer auszumachen und anzusprechen. Diese persönliche Ebene ist besonders wichtig bei Aufgaben, die große Hingabe und eine feste Verpflichtung erfordern.
- **Gute Aufklärung:** Trauerbegleitung ist kein einfaches Ehrenamt. Wichtig ist es deshalb, dass ihr Interessierten ein möglichst realistisches Bild von ihrem Einsatz vermittelt.
- **Nein sagen können:** Traut euch, Interessierte abzulehnen, wenn ihr den Eindruck habt, sie müssten zuerst noch eigene Schicksalsschläge verarbeiten. „Nein“ zu sagen ist schwer, bei belastenden Themen aber manchmal nötig.



FUSSBALL ALS BRÜCKE

ZWEITZEUGEN E. V.



Das macht ZWEITZEUGEN:

ZWEITZEUGEN dokumentiert (Über-)Lebensgeschichten des Holocaust und ermutigt nachfolgende Generationen, sich als sogenannte Zweitzeuginnen und -zeugen gegen Antisemitismus und Rassismus zu engagieren. In Analogie wie digitalen Bildungsprojekten ermöglicht der Verein Kindern und Jugendlichen einen persönlichen Zugang zum abstrakten Thema Holocaust.

So gewinnt ZWEITZEUGEN neue Engagierte:

Wie bindet man diejenigen ein, die sich von Bildungsprojekten oft nicht angesprochen fühlen? ZWEITZEUGEN hat eine Antwort gefunden. Die Bildungsarbeit dorthin verlagern, wo sie nicht erwartet wird: ins Fußballstadion. Durch die Zusammenarbeit mit Fußball-Lernzentren, wie denen von Borussia Dortmund und Borussia Mönchengladbach, konnten mehr Förderklassen angesprochen und männliche Engagierte gewonnen werden.

© Björn Heipap



»DURCH EIN JUNGES DESIGN, EINE TRANSPARENTE UND WERTSCHÄTZENDE KOMMUNIKATION SOWIE EINE MODERNE ARBEITSWEISE ZIEHEN WIR VIELE JUNGE MENSCHEN AN.«
(LENA HARTMANN, ZWEITZEUGEN E. V.)

Der Weg dahin...

- **Verknüpfung zu einem unüblichen Lernort finden:** Überlegt, wie ihr Lerninhalte mit Themen verbinden könnt, für die Jugendliche sich begeistern. ZWEITZEUGEN hat dafür beispielsweise mit Geschichten jüdischer Fußballspieler gearbeitet.
- **Spaß und Lernen verbinden:** Die Begeisterung für Fußball (oder ein anderes Thema) darf und muss nicht zu kurz kommen. Einen Workshop könnt ihr zum Beispiel mit einer Stadionführung oder einem Spielbesuch verbinden.
- **Barrierearmen Zugang gewähren:** Allein mit einem spannenden Thema ist es noch nicht getan. Wer beispielsweise Menschen mit Behinderung anspricht, muss auch die Voraussetzungen schaffen, dass das Angebot genutzt werden kann: Arbeitsmaterialien in leichter Sprache, Audios und Videos mit Untertiteln oder Gebärdensprache.
- **Nach dem Workshop ist vor dem Engagement:** Wenn ihr junge Menschen durch ein besonderes Format begeistern konntet, seid auch im weiteren Kontakt zeitgemäß, inklusiv und unkonventionell. Bei ZWEITZEUGEN heißt das: digitale und flexible Engagementformen, barrierearme Kommunikation und digitale Lerntools.

ZWEITZEUGEN e. V.
zweitzeugen.de
kontakt@zweitzeugen.de





DAS NEIN IN EIN JA VERWANDELN

Wer sich nicht engagiert, hat sicherlich gute Gründe dafür. Aber auch gute Gründe lassen sich aus dem Weg räumen, zum Beispiel durch niedrigschwellige Einstiege, offene Kommunikation, digitale Möglichkeiten und einen wertschätzenden Umgang. Wir verraten ein paar Tricks.

Zu wenig Zeit. Okay. Andere Verpflichtungen. Auch okay. Nicht wissen, an wen man sich wenden soll? Nicht so okay. Gründe gibt es immer. Wer sich die Hürden auf dem Weg in ein Ehrenamt anschaut, darf einige getrost als ziemlich hoch bewerten – andere wiederum als ziemlich flach. Wer Interessierten hilft, diese zu überwinden, hat gute Karten, mehr Aktive zu gewinnen.

Doch welche sind das genau? Laut dem Deutschen Freiwilligensurvey (FWS) von 2019 können

sich 58,7 Prozent der aktuell Nicht-Engagierten vorstellen, in Zukunft eine freiwillige Tätigkeit aufzunehmen. Das Potenzial in der jüngeren Generation ist sogar noch größer. Nach einer Umfrage von YouGov im Auftrag des Malteser-Verbands sagen nur neun Prozent der jungen befragten Nicht-Engagierten, dass sie generell kein Interesse haben. Was im Umkehrschluss heißt: Neun von zehn Personen haben ein Interesse am Ehrenamt! Das ist eine Menge (siehe Abbildung 1). Wie aber können sie besser abgeholt werden?

WAS HINDERT DICH IM MOMENT DARAN, DICH EHRENAMTLICH ZU ENGAGIEREN? (793 Befragte (nicht engagiert))

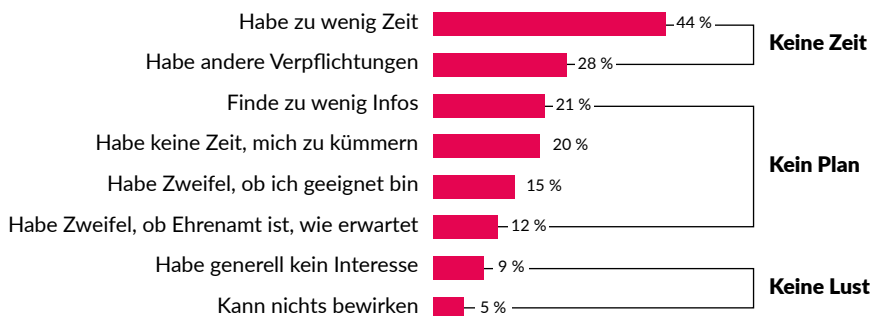


Abbildung 1 / Quelle: Malteser/YouGov 2019



Über alle Bildungsschichten hinweg wissen zwischen 20 und 35 Prozent schlicht nicht, an wen sie sich für ein Ehrenamt wenden können. Nicht wenige Menschen mit niedriger und mittlerer formaler Bildung fühlen sich für eine solche Tätigkeit nicht geeignet (siehe Ab-

bildung 2). Andere gaben an, dass ihnen die Kontaktaufnahmen mit einer Organisation zu aufwendig erscheinen. Was im Umkehrschluss heißt: Es geht um mehr Sichtbarkeit, niedrigschwellige Einstiegsangebote und geringe Hürden im Erstkontakt.

HINDERUNGSGRÜNDE FÜR FREIWILLIGES ENGAGEMENT 2019, NACH BILDUNG

(Basis: nie engagierte Personen; Mehrfachnennungen möglich)

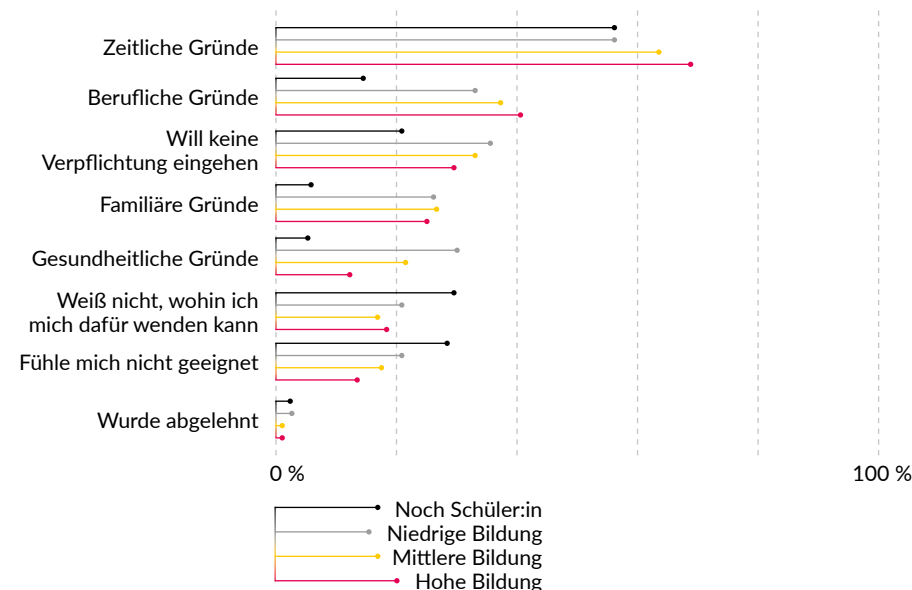


Abbildung 2 / Quelle: FWS 2019

Sichtbarkeit

Erste Lektion: verbesserte Öffentlichkeitsarbeit. Je häufiger potenzielle Engagierte über ein Engagement-Projekt in der Zeitung lesen, von Freundinnen und Freunden darüber hören oder Berührungspunkte vor Ort mit der Organisation haben, umso eher denken sie ans Mitmachen. Die Wege zu den zukünftigen Ehrenamtlichen

sind vielfältig: klassische Pressearbeit, eine übersichtliche Website, Aktivitäten in den sozialen Medien, Plakate und Flyer, Newsletter, Kooperationen mit anderen Einrichtungen oder auch eine außergewöhnliche Aktion im öffentlichen Raum (siehe Abbildung 3). Wichtig dabei: Begeistern, Erfolgsgeschichten erzählen und die Vision für eine bessere Zukunft teilen. Mehr Tipps siehe Kapitel Öffentlichkeitsarbeit, S. 39.



ÜBER WELCHE/-N KANAL/KANÄLE BIST DU AUF DEIN ENGAGEMENT/HAUPTENGAGEMENT AUFMERKSAM GEWORDEN?

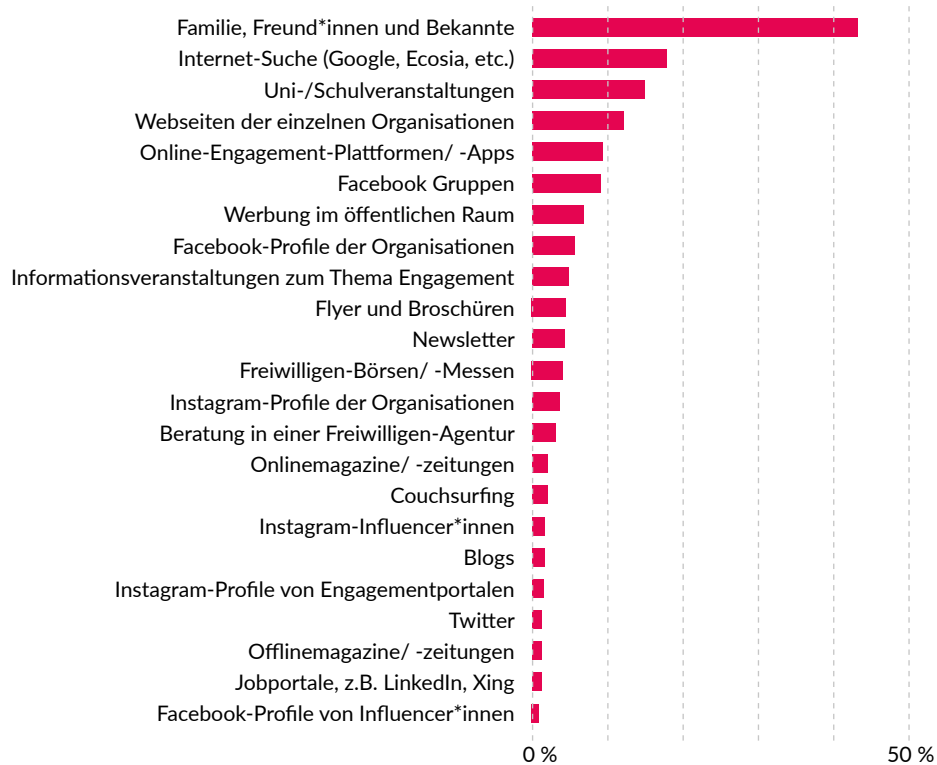


Abbildung 3 / Quelle: vostel.de, 2020

Einstiegsangebote

Menschen zweifeln daran, dass sie für ein Engagement geeignet sind? Bringen wir sie ins Handeln! Nur darüber lassen sich Unsicherheiten abbauen und Selbstwirksamkeit erfahren – vorausgesetzt, der Einstieg ist gut begleitet. Für ein Reinschnuppern ins Engagement eignen sich

beispielsweise punktuelle Einsätze, für die viele helfende Hände gesucht werden, digitale Projekte, die geringen Aufwand bedeuten oder auch ein Rollentausch, in dem Menschen, die sonst Hilfe empfangen, zu Helfenden werden. **Mehr Tipps siehe Kapitel Einstieg, S. XX**



Onboarding

Eine der wichtigsten Aufgaben in der Nachwuchsgewinnung ist ein herzliches Willkommen. Jemand interessiert sich für die ehrenamtliche Arbeit, fragt gar, ob noch Unterstützung gebraucht wird? Dann sollte diese Person auf offene, freundliche Ohren

stoßen. Besser noch: auf einen durchdachten Onboarding-Prozess, der Einblick gibt, wie die Organisation tickt, wer zum Team gehört, welche Arbeitsbereiche es gibt und wie die Kommunikation untereinander funktioniert. Mehr Tipps siehe Kapitel Einstieg, S.12.

INFO

Onboarding – kurz erklärt

Mit Onboarding ist der Prozess gemeint, bei dem neue Engagierte aktiv abgeholt und in die Organisation eingebunden werden. Der Prozess umfasst eine systematische Einarbeitung mit dem Ziel, dass sich neue Freiwillige möglichst wohl fühlen und schnell im Team- und Vereinsgefüge ankommen.

INFO

Vier Phasen der Nachwuchsgewinnung

Wer sich an die vier Phasen der Nachwuchsgewinnung hält, hat gute Chancen, neue Engagierte langfristig an sich zu binden.

1. Die Person weiß, dass es die Organisation gibt.
2. Die Person ist dabei.
3. Die Person fühlt sich sicher, verstanden und wahrgenommen.
4. Die Person hat das Gefühl, gebraucht zu werden und ein Gewinn zu sein.

Mehr Informationen gibt es hier:





Es geht um einen niedrighschwelligsten Einstieg, eine offene Kommunikation, Erwartungen abklären, digitale Möglichkeiten schaffen und einen wertschätzenden Umgang. Den Aufwand ist es Wert, vor allem bei der jüngeren Zielgruppe, denn der Zugang zum Ehrenamt gelingt am besten in der Jugend und ist zudem für die Organisation überlebensnotwendig: Schließlich gelingt die eigene Zukunft nur, wenn jene gehört und eingebunden werden, die in dieser Zukunft leben werden.

Es ist auch wichtig, die älteren Menschen in den Blick zu nehmen, insbesondere diejenigen über 55 Jahre sowie die heutigen „Babyboomer“ und Rentnerinnen und Rentner. Diese Gruppe stellt

die meisten potenziellen freiwilligen Helferinnen und Helfer, und sie sind wirklich motiviert, mitzumachen. Ein Drittel der Nicht-Engagierten zwischen 55 und 64 Jahren sind zum Ehrenamt bereit, bei den 65- bis 74-Jährigen sind es 21,5 Prozent, bei den über 75-Jährigen 11,5 Prozent.

Wer sie gewinnen will, dem sei ein Blick auf die Motivationen der älteren Menschen empfohlen: Auch ihnen geht es um Freude und Spaß, aber auch um Kontakte zu anderen Menschen über Generationen hinweg, um Mitgestaltung der Gesellschaft, insbesondere der eigenen Region, genauso wie um den Erwerb sozialer Fähigkeiten und Fachkenntnisse. Menschen bei ihren Wünschen abzuholen, verspricht den größten Erfolg.

INFO

Extra-Tipp

Die Engagement-Plattform vostel.de hat mit ihrer Umfrage „Engagierte 2.0“ einen tiefen Blick in die neue Generation von Freiwilligen geworfen. Dazu haben sie bundesweit 1076 engagierte und nicht-engagierte Menschen zwischen 18 und 30 Jahren befragt und aus den Erkenntnissen eine Reihe von Ratschlägen für Nachwuchssuchende destilliert, die auch auf andere Nachwuchsgruppen übertragbar sind. Nachzulesen sind die Tipps hier:



Quellen:

Malteser Hilfsdienst e. V. (2019): *Umfrage junges Ehrenamt*. Köln.

Simonson, J., Kelle, N., Kausmann, C. & Tesch-Römer, C. (2021). *Freiwilliges Engagement in Deutschland - Der Deutsche Freiwilligen survey 2019*. Berlin: Deutsches Zentrum für Altersfragen.

Vostel Volunteering UG (2020): *Freiwilligenumfrage von 2020*. Berlin.

ÖFFENTLICH-KEITSARBEIT

Menschen können nur auf die Idee kommen, bei euch mitzumachen, wenn sie eure Organisation und die Engagementmöglichkeiten bei euch kennen. Wie es möglich ist, auf kreative Weise auf die eigene Arbeit aufmerksam zu machen und dadurch neue Leute zu gewinnen, zeigen die Beispiele auf den nächsten Seiten.





BETROFFENE HELFEN BETROFFENEN

BUNDESVERBAND NIERE E. V.



Das macht der „Bundesverband Niere“:

Rund 100.000 Menschen in Deutschland leben mit einer chronischen Nierenerkrankung. Medizinisch sind sie gut versorgt, aber es fehlt eine psychosoziale Begleitung. In diese Lücke springt seit 2014 der „Bundesverband Niere“ mit seinem Selbsthilfe-Angebot „PatientenBegleiter“.

So gewinnt der „Bundesverband Niere“ neue Engagierte:

Die Initiative gründet auf der Überzeugung, dass selbst Betroffene Neu-Betroffenen am besten helfen können, und bildet deshalb chronisch Nierenkranke zu ehrenamtlichen Begleiterinnen und Begleitern aus. Der Verein setzt dabei auf eine aktive Öffentlichkeitsarbeit. Nur wenn Kliniken und Dialysezentren, Pflegekräfte sowie Ärztinnen und Ärzte das Angebot kennen, können sie auf die Ausbildung aufmerksam machen.

Der Weg dahin...

- **Intensiv kommunizieren:** Steter Tropfen höhlt den Stein. Seid offen, authentisch und vor allem ausdauernd in der Kommunikation in verschiedenen Formaten: vom „Bettenlauf“ bei Betroffenen bis hin zu Fachvorträgen.
- **Multiplikatorinnen und Multiplikatoren erreichen:** Vorträge auf Fachtagungen, Gespräche in Kliniken, Artikel für Fachmagazine. So erfahren eure wichtigsten Botschafterinnen und Botschafter von eurem Projekt.
- **Sichtbar sein:** Plakate in den Dialysezentren vor Ort, Flyer und Visitenkarten. Macht euch bei den Betroffenen bekannt und ruft eure Initiative ins Bewusstsein.
- **Nutzt moderne Kanäle:** YouTube-Videos und Instagram-Kacheln sind auch wirkungsvoll, wenn sie nicht von Profis kommen. Wer glaubt, für so etwas nicht jung genug zu sein, verschenkt mögliche Reichweite.
- **Fortlaufende Aktivierung:** Ehrenamtliche und solche, die es werden könnten, brauchen Austausch, gerade, wenn es um ein so sensibles Thema geht. Persönliche Gespräche, Telefonate, Newsletter, Gruppentreffen: Aktivierung stärkt die Beziehung – und damit das Engagement.

© Bundesverband Niere e.V.



AUFMERKSAMKEIT DURCH WOHNZIMMERKONZERTE

WEEKENDSCHOOL DEUTSCHLAND E. V.



Das macht „Weekendschool“:

Fünftklässlerinnen und Fünftklässler aus benachteiligten Stadtteilen lernen über zweieinhalb Jahre an 70 Samstagen 70 Berufe kennen – mit Workshops, Exkursionen und beim selbst Ausprobieren. Das Angebot kommt von der Weekendschool, die mit dieser Arbeit Chancengerechtigkeit fördern will.

So gewinnt „Weekendschool“ neue Engagierte:

Kern der Nachwuchsgewinnung ist die breit gefächerte Öffentlichkeitsarbeit: klassische Medienarbeit, Beiträge in den sozialen Netzwerken, Infostände bei Freiwilligenbörsen und Inserate auf Ehrenamtsportalen. Einen unkonventionellen Weg für mehr Aufmerksamkeit hat Monica Klein, die Gründerin der „Weekendschool“, gefunden: Sie hat zu Singer-Songwriter-Konzerten in ihrem Wohnzimmer eingeladen, darüber Spenden für den Verein gesammelt und den einen oder die andere zum Mitmachen begeistert.

*»SICH WIRKLICH FESTLEGEN, ENTSPRICHT NICHT MEHR SO DEM ZEITGEIST. DARAUF STELLEN WIR UNS EIN.«
(MONICA KLEIN, WEEKENDSCHOOL E. V.)*

Der Weg dahin...

- **Möglichst viele Kontakte und Plattformen nutzen:** Ermuntert eure Engagierten in ihren Netzwerken den Verein bekannt zu machen. Auf welchem Weg sie das machen, sollte ihnen überlassen sein: Jede und jeder hat andere Schwerpunkte und Vorlieben.
- **Fantasie beim Anwerben:** Die Wohnzimmer-Konzerte der „Weekendschool“ veranstaltet inzwischen nicht nur die Gründerin. Der Verein ermutigt auch andere, ihre Wohnzimmer für Benefiz-Konzerte zur Verfügung zu stellen und kümmert sich um die Organisation.
- **Flexibilität ermöglichen:** Wenn ihr Interesse geweckt habt: Nicht jede und jeder kann gleich viele Stunden einbringen. Bietet verschiedene Umfänge der Mitarbeit an.
- **Keine Scheu vor Digitalem:** Einige der Engagierten leben im Ausland und stellen bei der „Weekendschool“ ihre Berufe über Online-Tools vor.

© Weekendschool Deutschland e.V.





VERNETZEN FÜR MEHR SICHTBARKEIT

FÖRDERVEREIN DORF UND KIRCHE WRODOW E. V.



Das macht „Dorf und Kirche Wrodow“:

Wrodow hat eine längere Tradition als Dorf für Kunstschaffende. Der Förderverein nutzt ein restauriertes Herrenhaus für Kunst- und Kulturveranstaltungen, die sich an Kinder, Jugendliche und Familien im ländlichen strukturschwachen Raum richten. Zudem lädt ein Kreativ-Coworking-Space in einem ehemaligen Stallgebäude zum gemeinsamen Arbeiten ein.

So gewinnt „Dorf und Kirche Wrodow“ neue Engagierte:

In einer dünn besiedelten Region wie der Mecklenburgischen Seenplatte ist es nötig, die Arme weit auszustrecken, um Partnerinnen und Partner, Multiplikatorinnen und Multiplikatoren und Engagierte zu finden. In Wrodow bedeutet das bis in die Kreisstadt Neubrandenburg. Dort kooperiert der Verein mit der Jugendkunstschule, den umliegenden Kulturvereinen und den Studierenden der Hochschule Neubrandenburg. Diese Kontakte bereichern das Programm, eröffnen neue Kommunikationswege und schaffen gleichzeitig Zugang zu möglichen neuen Engagierten.

Der Weg dahin...

- **Eine Marke etablieren:** Prägt optisch und inhaltlich ein wiedererkennbares Erscheinungsbild, ob auf einem Flyer, Plakat oder im Internet. Als Marke wahrgenommen zu werden, erleichtert überall den Zugang.
- **Netzwerk aufbauen:** Setzt auf ein möglichst breites Netzwerk, um eure Angebote über verschiedene Verteiler oder auch vor Ort bei Veranstaltungen in der Region publik zu machen.
- **Regelmäßiger Austausch:** Regelmäßige Netzwerktreffen vertiefen die Zusammenarbeit. Wichtig: eigenes Wissen nicht für sich behalten, sondern großzügig teilen. Nur so entsteht ein belastbares Netz.
- **Feste Ansprechpersonen:** Ein Netzwerk beruht auf persönlichen Beziehungen und auf Vertrauen untereinander. Deshalb sollte es an dieser Stelle möglichst wenig Wechsel geben.

© Förderverein Dorf und Kirche Wrodow e.V.

© Kreisfeuerwehrverband Lüchow-Dannenberg e.V.



KAMPAGNE SELBSTGEMACHT

KREISFEUERWEHRVERBAND LÜCHOW-DANNENBERG E. V.



Das macht der „Kreisfeuerwehrverband“:

Im Kreis Lüchow-Dannenberg arbeiten 66 freiwillige Feuerwehren mit einem großen Spektrum an Aufgaben: Brand- und Katastrophenschutz, Rettungs- und Hilfsdienste sowie Aufklärungsarbeit. Außerdem spielt der Verband eine wichtige Rolle für das dörfliche Zusammenleben.

So gewinnt der „Kreisfeuerwehrverband“ neue Engagierte:

Freiwillige Feuerwehren, der Inbegriff für ehrenamtliche Tätigkeiten, haben durch demografische Entwicklungen auf den Dörfern und Wegzug junger Menschen in größere Städte vielerorts ein Nachwuchsproblem. Der Dachverband für Lüchow-Dannenberg entwickelte deshalb eine Image-Kampagne – komplett aus eigenen Mitteln und mit eigenen Kompetenzen. Die Kampagne „112 Prozent Ehrenamt – MACH MIT!“ erstreckte sich über Plakate, Anzeigen, Radio und soziale Medien.

»MAN MUSS HÖREN, WAS DIE MENSCHEN TOLL FINDEN AM EHRENAMT. UND DAS WIEDERGEHEN.« (HEIKO BIENIUSSA, KREISFEUERWEHRVERBAND LÜCHOW-DANNENBERG E. V.)

Der Weg dahin...

- **Realistische Ziele:** Ein Flyer oder Social-Media-Post führt nicht direkt zu neuen Mitgliedern. Eine lokale Image-Kampagne erleichtert aber persönliche Gespräche, die dieses Ziel haben.
- **Aus eigener Kraft:** Wenn es auch nicht zu den eigentlichen Ehrenamtsaufgaben in eurem Verein gehört – es finden sich für so eine Kampagne sicherlich Talente, die bei der Öffentlichkeitsarbeit engagiert mitwirken können.
- **Begleitaktionen:** Neben der Image-Kampagne braucht es begleitende Aktionen, die helfen, persönliche Kontakte zu potenziellen Engagierten herzustellen, zum Beispiel bei einem Aktionstag für Kinder.
- **Diversität:** Die Plakatserie in Lüchow-Dannenberg mit sechs Motiven zeigte vier Frauen, denn für mehr Vielfalt braucht es Vorbilder.
- **Motivation:** Nicht zu unterschätzen ist der positive interne Effekt einer Image-Kampagne: Die Feuerwehrleute erleben Wertschätzung und fühlen sich wahrgenommen.





PATENSCHAFTEN AN DER UNI

FIRST GENERATION AACHEN E. V.



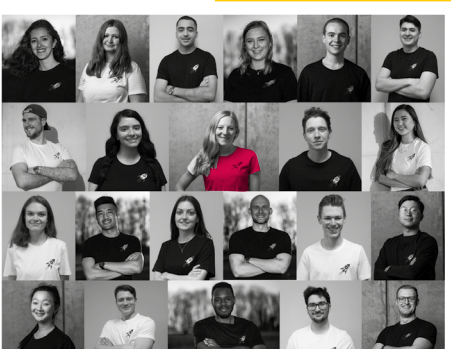
Das macht „First Generation Aachen“:

„First Generation Aachen“ will ein Netzwerk für Studierende schaffen, deren Eltern keinen akademischen Hintergrund besitzen. Kern des Projekts ist ein Patenschaftsprogramm, bei dem „First Generation“ Studierende von erfahrenen Alumni und Alumnae unterstützt werden.

So gewinnt „First Generation Aachen“ neue Engagierte:

Welchen Nachwuchs sucht „First Generation“? Zum einen Studierende, die sich ehrenamtlich engagieren wollen, zum anderen Patinnen und Paten aus Unternehmen. Beide Zielgruppen erreicht der Verein mit einem guten Mix aus digitaler und analoger Ansprache – und indem er wichtige Multiplikatorinnen und Multiplikatoren identifiziert und kontaktiert.

»UNSERE ERFAHRUNG NACH DEM ERSTEN JAHR: JEDE DER GRUPPEN, DIE WIR AUF UNS AUFMERKSAM MACHEN MÖCHTEN, BRAUCHT EINE INDIVIDUELLE ANSPRACHE.« (MARTIN BULSKAMPER, FIRST GENERATION AACHEN E. V.)



First Generation
Aachen e. V.
firstgen.de
team@firstgen.de

Der Weg dahin...

Schirmherren und -damen finden: Einflussreiche Unterstützende – wie zum Beispiel in Aachen der Hochschul-Rektor – helfen gerade in der Startphase enorm.

Lehrende an der Universität einbinden: Habt keine Scheu und bittet Menschen, die eure Zielgruppe regelmäßig sehen, sie auf euer Angebot aufmerksam zu machen.

Follower sammeln: Bei LinkedIn oder Instagram ist Beharrlichkeit gefragt. Es lohnt sich, interessante und kurzweilige Beiträge zu verfassen, um Reichweite zu generieren. Es hilft auch sehr, wenn reichweitenstarke Accounts euren Beitrag teilen oder liken. Einfach freundlich fragen!

Video: Traut euch an Bewegtbilder ran! Ein kleines Video über eure Arbeit und wie Engagierte bei euch mitwirken können, wirkt sehr einladend. Das Video könnt ihr auf eure Website stellen sowie über soziale Netzwerke teilen.

Flyer und Plakate: Auch diese Klassiker bringen euch Aufmerksamkeit. Gerade, wenn ihr euch an Mitarbeitende in Unternehmen wendet, sind Flyer oder Plakate ein gutes Mittel, um Neugierde zu wecken.

© First Generation Aachen e.V.



VORBILDER SCHAFFEN

GEMEINSAM LEBEN & LERNEN IN EUROPA E. V.



Das macht „Gemeinsam leben & lernen“:

Der Verein hat sich zum Ziel gesetzt, Begegnungen in Stadt und Region zu schaffen, neue Projekte anzustoßen und Menschen mit den unterschiedlichsten Hintergründen zu motivieren, sich ehrenamtlich für die Gesellschaft einzusetzen.

So gewinnt „Gemeinsam leben & lernen“ neue Engagierte:

Um zu einem Ehrenamt zu motivieren, setzt „Gemeinsam leben & lernen“ auf sichtbare Vorbilder. Auf der Website des Vereins erzählen Engagierte von ihren Erfahrungen mit einem Ehrenamt. Flexible Arbeitsmodelle – digital, präsent oder hybrid – und unterschiedliche Aufgaben, angepasst auf Fähigkeiten, Ressourcen und Zeitbudget machen das Engagement attraktiv.

© Gemeinsam leben & lernen in Europa e.V.

Der Weg dahin...

- **Sichtbar sein:** Es gibt viele Kommunikationswege, die zu potenziell Engagierten führen. Nutzt sie – und nutzt sie breit.
- **Überblick nicht verlieren:** Pressearbeit, Instagram, WhatsApp, YouTube – bei dieser Vielfalt gilt es, nicht den Überblick zu verlieren und die Kommunikation an die Formate anzupassen. Macht nur so viel, wie ihr leisten könnt.
- **Vorbilder zeigen:** Die Vielfalt eurer Engagierten zeigen und sie auf eurer Website und in anderen Medien von ihren Erfahrungen berichten lassen – zum Beispiel unter einer Rubrik wie „Storys aus dem Vereinsbüro“.
- **Konkrete Informationen:** Beschreibt Einsatzmöglichkeiten und Aufgaben so konkret wie möglich. So fühlen sich mehr Menschen ermutigt, die sich ansonsten vielleicht als nicht geeignet ansehen würden.
- **Kommuniziert eure Flexibilität:** Ihr seid offen für unterschiedliche Arbeitsmodelle und Zeitbudgets? Kommuniziert das, denn es spricht neue Engagierte an, für die ein Ehrenamt sonst nicht in Betracht käme.

Gemeinsam leben & lernen
in Europa e. V.
gemeinsam-in-europa.de
info@gemeinsam-in-europa.de



CHECKLISTE

KOMMUNIKATION FÜR DIVERSE ZIELGRUPPEN



„Irgendwie bewegen wir uns immer in der gleichen Blase.“ Habt ihr diesen Satz auch schon einmal gesagt oder gedacht, wenn es um eure Organisation geht, um die Menschen, die zu euren Veranstaltungen kommen oder um die Engagierten in eurem Team? Mit dieser Selbsteinschätzung seid ihr schon auf dem richtigen

Weg, euch neuen Zielgruppen zu öffnen! Nun steht ein kritischer Blick auf eure Öffentlichkeitsarbeit an. Wenn ihr an den richtigen Stellenschrauben dreht, lässt sich eure Kommunikation so aufstellen, dass sie neue Zielgruppen erreicht und sich auch Menschen außerhalb der „Blase“ angesprochen fühlen.

Ein kleiner Werkzeugkoffer

- **Orte:** Bewusst neue Verteilungsorte für Informationsmaterialien suchen.
- **Sprache (I):** Informationen zu einem Engagement oder der Arbeit eures Vereins in verschiedenen Sprachen anbieten.
- **Fotos / Plakate:** Wer sich in den Personen auf den Fotos auf eurer Website oder euren Flyern wiederfindet, ist eher geneigt mitzumachen. Bildet also bewusst auch einmal jene Gruppen ab, von denen sich noch wenige Menschen bei euch engagieren.
- **Vorbilder:** Ob auf der Website, in den sozialen Medien oder in der Pressearbeit – achtet darauf, möglichst unterschiedliche Engagierte zu Wort kommen zu lassen oder darzustellen, um eine breitere Zielgruppe anzusprechen.
- **Barrierefreie Kommunikation:** Achtet auf eurer Website oder in euren Informationsmaterialien auf eine leichte, gut verständliche Sprache. Etwa 12 Prozent der Menschen zwischen 18 und 64 Jahren haben hierzulande Schwierigkeiten beim Lesen und Schreiben.*
- **Kommunikationskanäle:** Nutzt Kanäle wie TikTok, YouTube oder Instagram, um eine jüngere Zielgruppe anzusprechen.
- **Sprache (II):** Geht sehr sorgfältig mit eurer Wortwahl um und prüft eure Texte auf eine möglicherweise verletzende oder diskriminierende Sprache.
- **Kooperationen:** Über den eigenen Teller hinaus erreicht man neue Zielgruppen am besten mit geeigneten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren. Sucht euch gute Kooperationspartnerinnen und -partner.
- **Botschaften prüfen:** Versetzt euch in die Interessen und Bedürfnisse anderer Gruppen und formuliert eure Botschaften dementsprechend.
- **Weiterentwicklung:** Seid immer bereit, Altes zu verlernen und Neues dazulernen!

*Leo-Studie, 2018.

REFLEXION

EURE GRÜNDUNGS-STORY



Kommunikation wirkt dann besonders gut, wenn sie Menschen begeistern kann und sie in ihrer Lebenswirklichkeit abholt. Eine gute Geschichte kann das. Und das ist ein großes Glück, denn wenn es eines gibt, an dem ihr reich seid, dann sind es mitreißende Geschichten von Menschen, die sich für andere einsetzen. Ihr müsst sie nur noch mit den richtigen Worten erzählen. Die wichtigsten Geschichten in einer Organisation sind die ihrer

Gründung und ihres Daseinsgrunds (man nennt sie auch „Organisatorisches Narrativ“). Dieses Narrativ („Darum machen wir das!“) hält die Motivation der Engagierten aufrecht und zieht neue Freiwillige an. Doch um eure Geschichte so erzählen zu können, dass sie Emotionen weckt und Engagierte anzieht, müsst ihr euch zunächst selbst im Klaren darüber sein, was euch ausmacht. Hier einige Hilfestellungen für diesen Prozess.

Warum tut ihr das, was ihr tut? Was ist eure Vision, was wollt ihr erreichen? Und was überwinden?

Wie tut ihr das? Mit welchem Prinzip, welchem Selbstverständnis arbeitet ihr?

Was tut ihr genau? Was sind eure Antworten auf diese Fragen und welche Angebote leiten sich daraus ab?

Auch diese Übung eignet sich gut, um sie ins Team zu tragen. Es ist oft überraschend, wie unterschiedlich die einzelnen Teammitglieder antworten. In der Diskussion darüber kristallisiert sich dann oft DIE Geschichte der Organisation heraus. Haltet sie fest und nutzt sie für eure Webseite, bei Vorträgen, in Gesprächen oder Informationsmaterialien.

Haltet sie fest und nutzt sie für eure Webseite, bei Vorträgen, in Gesprächen oder Informationsmaterialien.



WERBEN FÜR EINE SINNVOLLE RENTE

DER KINDERSCHUTZBUND BERNKASTEL-WITTLICH E. V.



Das macht der „Kinderschutzbund“:

Seit über 30 Jahren engagiert sich der „Kinderschutzbund“ für Kinder, Jugendliche und deren Familien. Die Ehrenamtlichen sind als Leselernpatinnen und -paten aktiv, betreuen Ferienangebote, arbeiten im Sozialkaufhaus und begleiten und organisieren Angebote für Familien.

So gewinnt „Kinderschutzbund“ neue Engagierte:

Wie viele Vereine präsentiert sich der „Kinderschutzbund“ in den sozialen Medien, in Zeitungsartikeln oder Radiobeiträgen, um Aktive zu gewinnen. Für wirksamer hält man in Bernkastel-Wittlich aber direkte Kontakte. Das Team stellt seine Projekte zum Beispiel bei Betriebsversammlungen vor. Einige Unternehmen bieten ihren Mitarbeitenden eine Frühverrentung mit Abfindung an, wenn sie bereit sind, sich anschließend ehrenamtlich zu engagieren. Solche Chancen will der Verein nutzen.

*»VIELEN FÄLLT ES LEICHTER, SICH FÜR EIN EHRENAMT ZU MELDEN, WENN SIE SCHON EIN GESICHT HINTER DER ORGANISATION KENNEN.«
(JUTTA MERREM, DER KINDERSCHUTZBUND BERNKASTEL-WITTLICH E. V.)*



Der Kinderschutzbund
Bernkastel-Wittlich e. V.
dksb-wittlich.de
info@dksb-wittlich.de

Der Weg dahin...

- **Persönlich werben:** Ein Vorteil der direkten Ansprache liegt in der Chance, gleich Wertschätzung ausdrücken und über Kompetenzen sprechen zu können. Interessierte verbinden so euer Gesicht direkt mit dem Verein.
- **Personalverantwortliche einbeziehen:** Wer – wie in Wittlich – Rentnerinnen und Rentner werben möchte, sollte Personalverantwortliche der örtlichen Firmen einladen und ihnen die Perspektiven für ausscheidende Mitarbeitende vorstellen.
- **Ehrenamt erlebbar machen:** Bietet Kinderbetreuung auf Firmenfeiern an. So erleben potenzielle Engagierte unmittelbar, wie die Vereinsarbeit aussehen kann.
- **Einfallsreichtum:** Der Kinderschutzbund verteilte auf einer regionalen Messe selbst gebackene Drachenkekse mit dem Slogan „Der Kinderschutzbund macht sich drachenstark für Kinder“.
- **Sprechstunden einrichten:** Eine Telefonsprechstunde einmal pro Woche ist eine zwanglose Form, um Gespräche über ein passendes Engagement zu führen.



© Der Kinderschutzbund Bernkastel-Wittlich e.V.

© Wolfgang Hauck



NEUGIERDE WECKT ENGAGEMENT

DIE KUNSTBAUSTELLE E. V.



Das macht „Die KunstBauStelle“:

Die „KunstBauStelle“ fördert Kunst und Kultur im ländlichen Raum und initiiert Projekte der kulturellen Jugendbildung. Der Verein versteht sich als Initiative zur Mitgestaltung und arbeitet mit regionalen Partnerinnen und Partnern sowie internationalen Kulturorganisationen zusammen.

So gewinnt „Die KunstBauStelle“ neue Engagierte:

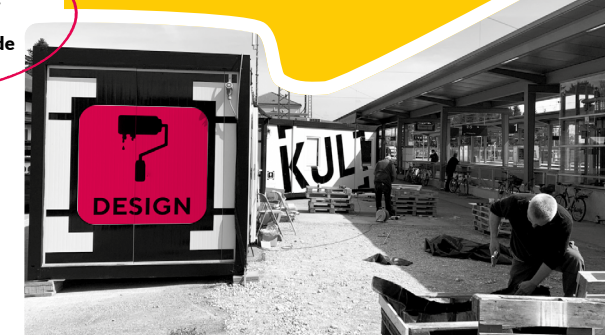
Wie potenzielle Engagierte ansprechen, wenn die Kommunikationswege der Generationen so unterschiedlich sind? Manche lesen nur Zeitung, andere sind ausschließlich im Netz unterwegs. Die Lösung des Vereins: Den Nachwuchs im echten Leben ansprechen. Dafür hat der Verein vier Baucontainer zu mobilen Kulturstationen umgebaut, ein Treffpunkt, an dem Workshops, Ausstellungen oder Medienprojekte stattfinden. Diese „Kultainer“ stehen jeweils für drei Monate an prominenter Stelle im Ort – und sind Anlass für neugierige Nachfragen, Interesse am Mitwirken und nicht selten erster Kontaktpunkt für zukünftige Engagierte.

Der Weg dahin...

- **Ort:** Für einen Kontaktpunkt braucht es einen viel frequentierten Ort. Das kann eine temporäre Zwischennutzung von Leerstand sein, der Bahnhofsparkplatz oder eine Baustelle.
- **Konzept:** Womit soll dieser Ort bespielt werden? Gut eignen sich Projekte, die Menschen anregen, sich mit der eigenen Geschichte oder der Heimat auseinanderzusetzen und die Möglichkeiten bieten, das Projekt mitzugestalten.
- **Umsetzungspartnerinnen und -partner:** Überzeugt Kontaktpersonen aus der Gemeinde, die Bürgermeisterin oder den Bürgermeister oder Eigentümerinnen und Eigentümer von eurer Idee.
- **Überraschungsmoment:** Neugierde von Menschen ist schnell erloschen. Nutzt die erste Kontaktaufnahme zum Kennenlernen.
- **Presse:** Eine solche Aktion ist ein guter Anlass, um die Medien zu informieren und Verbindungen zu Redaktionen aufzubauen.
- **Resonanz:** Stellt euch darauf ein, mit einer guten Aktion auch was loszutreten und plant entsprechende Ressourcen ein.



Die KunstBauStelle e. V.
diekunstbaustelle.de
info@dieKunstBauStelle.de



ABHOLEN STATT ABWARTEN

FREIWILLIGE FEUERWEHR KAIKENRIED E. V.



Das macht „Freiwillige Feuerwehr Kaikenried“:

Die ehrenamtlich organisierte „Freiwillige Feuerwehr Kaikenried“ stellt Mitglieder für den aktiven Feuerwehrdienst, ist für die Nachwuchsgewinnung zuständig, organisiert Veranstaltungen und gestaltet das Dorfleben mit.

So gewinnt „Freiwillige Feuerwehr Kaikenried“ neue Engagierte:

Ein neues Mitglied pro Jahr – so sah die Nachwuchs Bilanz der Jugendfeuerwehr in Kaikenried aus. Um das zu ändern, organisierte der Vereinsvorstand 2021 erstmals einen Jugendaktionstag: Alle Jugendlichen zwischen 13 und 18 Jahren aus dem Ort wurden persönlich eingeladen und, wer wollte, mit dem Feuerwehrfahrzeug abgeholt. Zum Abschluss gab es Pizza und für den Verein neun neue junge Mitglieder auf einen Schlag!

»WIR WOLLTEN DIE JUGENDLICHEN ABHOLEN – UND NICHT LÄNGER DARAUFG WARTEN, DASS SIE ZU UNS KOMMEN.«
(JÜRGEN OBERMAIER,
FREIWILLIGE FEUERWEHR KAIKENRIED)

Der Weg dahin...

- **Freundeskreise statt Jahrgänge:** Jugendliche nach Jahrgängen zu gruppieren, führt oft dazu, dass Freundeskreise nicht zusammen aktiv werden können. Sprecht die Jugendlichen zusammen mit ihren Freundinnen und Freunden an, denn Gemeinschaft ist ihnen wichtig.
- **Persönliche Ansprache:** Statt Briefe oder E-Mails zu verschicken, geht zu den Jugendlichen und spricht eine persönliche Einladung zum Aktionstag aus.
- **Abholservice:** Gerade in ländlichen Gegenden sind Jugendliche für Freizeitaktivitäten oft auf einen Fahrdienst durch Eltern angewiesen. Überlegt, ob ihr einen Transport organisieren könnt, der sie zu Hause abholt und zum Veranstaltungsort bringt.
- **Erlebnisse ermöglichen:** Bietet den Jugendlichen beim Aktionstag Spiele oder Übungen an, die mit der tatsächlichen Tätigkeit zu tun haben, sodass sie aktiv erleben können, was sie im Verein erwartet, und auch ein erstes Gruppengefühl spüren können.

© Freiwillige Feuerwehr Kaikenried e.V.



Freiwillige Feuerwehr Kaikenried e. V.
ffw-kaikenried.de
ffw-kaikenried@web.de





PERSONA-METHODE



DER STECKBRIEF Eurer ZIELGRUPPE

Angenommen, ihr habt bereits eine Vorstellung davon, welche Zielgruppen ihr in der Nachwuchsgewinnung erreichen wollt – zum Beispiel junge Erwachsene, Studierende oder Lehrkräfte mit Fluchterfahrung. Für eine zielgerichtete Kommunikation ist es hilfreich, sich jeweils eine idealtypische Person aus diesen Zielgruppen vorzustellen (man nennt sie „Persona“).

Dieser Steckbrief hilft euch, eure Persona(s) zu skizzieren:

Wie heißt sie (denkt euch einen realistischen Namen aus)?

Wie alt ist sie?

Was ist ihr Geschlecht?

Wo wohnt sie?

Welchen Bildungsstand hat sie?

Was ist ihr Familienstand?

Was macht sie (Beruf, Ausbildung etc.)?

Was sind ihre Hobbys und Interessen?

Was kann sie besonders gut?

Welche Medien nutzt sie?

.....

Wo hält sie sich auf (Cafés, Institutionen, Vereine etc.)?

.....

Mit wem ist sie in Kontakt (mögliche Multiplikatoren)?

.....

Wie sieht ihr Alltag aus?

.....



Was denkt die Persona über das Thema, für das ihr euch einsetzt? Ist es ihr vertraut? Welche Haltung nimmt sie wahrscheinlich ein?

Verbindet die Persona starke Gefühle mit eurem Thema? Welche könnten das sein? Ist sie emotional oder eher sachlich orientiert? Gibt es Erwartungen oder Frustrationen?



Wie aktiv ist die Person bereits in Bezug auf euer Thema?

Was wären typische Sätze, die sie in Bezug auf Engagement im Allgemeinen und euer Thema im Speziellen sagen würde?

Der Steckbrief und eure Antworten helfen euch dabei zu überlegen, über welche Kommunikationskanäle ihr eure Zielgruppe am besten er-

reicht, mit welchen Botschaften ihr sie in ihrem Alltag abholt und welche Engagementformen für sie geeignet sein könnten.



AKTIONEN FÜR MEHR AUFMERKSAMKEIT

HOSPIZ- UND PALLIATIVDIENST BEGLEITENDE HÄNDE E. V.



Das macht „Begleitende Hände“:

Der Hospiz- und Palliativdienst „Begleitende Hände“ betreut in einem stationären Hospiz und mit einem ambulanten Dienst Schwerstkranken und ihre Angehörigen. Die Ehrenamtlichen pflegen, sind aber auch für Gespräche mit Betreuten und Angehörigen da, organisieren Ausflüge und helfen bei der Hauswirtschaft.

So gewinnt „Begleitende Hände“ neue Engagierte:

Unter dem Motto „Ein Lächeln schenken“ hat eine im Verein engagierte Lehrerin gemeinsam mit ihrer Schulklasse zu Ostern einen Gruß für die Betreuten gebastelt und verschickt. Der Hospizdienst postete die Aktion auf Facebook, ebenso die Schülerinnen und Schüler – und regten zum Mitmachen an. So kamen über 600 Einsendungen aus Deutschland, Österreich und Schweden zusammen. Fernsehen, Zeitung und Radio berichteten. Die Aufmerksamkeit brachte viele Ehrenamtliche in den Verein und regte weitere Schulen und Kindergärten an, die Aktion regelmäßig an Weihnachten und Ostern zu wiederholen.

Hospiz- und Palliativdienst
Begleitende Hände e. V.
hospiz-oederan.de
ambulant@hospiz-oederan.de



Der Weg dahin...

- **Wiederkehrende Aktionen:** Wenn etwas gelungen ist, wiederholt es ruhig. Regelmäßige Aktionen erhöhen die Aufmerksamkeit und fördern den Wiedererkennungswert für eure Organisation.
- **Keine Scheu vor digitalen Medien:** Gerade, um überregional bekannt zu werden, eignen sich Soziale Netzwerke. Es lohnt sich, die privaten Kanäle der Engagierten einzubinden.
- **Zusammen ist man weniger allein:** Sprecht aktiv andere Vereine oder Initiativen an, wie ihr euch gegenseitig unterstützen und gemeinsame Aktionen starten könnt.
- **Liebe zum Detail zählt:** Es muss nicht gleich der wöchentliche Einsatz sein. Schon Kleinigkeiten wie selbstgestaltete Umschläge für Spendenquittungen können das Image des Vereins heben und dazu beitragen, Freiwillige anzuziehen.

© Hospiz- und Palliativdienst Begleitende Hände e. V.

DIE ÖFFENTLICHE PLATTFORM

WÄLLER HELFEN E. V.



Das macht „Wäller helfen“:

Die Plattform „Wäller helfen“ hat sich zu Beginn der Coronapandemie gegründet, um Hilfe beim Einkaufen, Fahrdienste, Kinderbetreuung oder Austausch untereinander zu vermitteln – und macht weiter. Denn auch nach der Pandemie werden solche Hilfeleistungen im strukturschwachen Westerwald dringend benötigt.

So gewinnt „Wäller helfen“ neue Engagierte:

Von Anfang an setzte das Netzwerk konsequent auf mediale Aufmerksamkeit. Die öffentliche Facebook-Seite mit weit mehr als 10.000 Mitgliedern fungiert als digitaler Marktplatz für Veranstaltungen und Aktionen und veröffentlicht Angebote und Gesuche für kurz- oder langfristige ehrenamtliche Tätigkeiten in ganz unterschiedlichen Bereichen. Die Kommentare werden vom Verein ausgewertet und Hilfesuchende mit Helfenden verknüpft.

© Wäller helfen e.V.



Wäller Helfen e. V.
waellerhelfen.de
info@waellerhelfen.de



Der Weg dahin...

- **Zielgruppengerechte Ansprache:** Eine starke Präsenz auf Social Media bringt euch Aufmerksamkeit bei jüngeren Menschen. Ältere erreicht ihr zum Beispiel gut über Lokalzeitungen oder regionale TV-Sender.
- **Preise bringen Aufmerksamkeit:** Bewerbt euch mit eurem Projekt für Preise. „Wäller helfen“ konnte durch publikumswirksame Auszeichnungen ihre Bekanntheit steigern.
- **Transparenz:** Bei Facebook können alle mitlesen und das schadet auch nicht. Transparenz und Offenheit öffnet viele Türen.
- **Große Aktionen:** Nutzt die mediale Aufmerksamkeit für lokale Großereignisse, um Helfende zu gewinnen. Die Erfahrung zeigt: Sind die Menschen erstmal aufmerksam, lassen sie sich auch für regelmäßige Aktionen im Kleinen begeistern.
- **Schafft Identifikationspotenzial:** Ein Nachbarschaftsnetzwerk lebt davon, dass sich die Menschen für ihre unmittelbare Umgebung engagieren. Wenn sie mit ihrem Engagement im Ort sichtbar werden, schafft das ein Zugehörigkeitsgefühl und regt andere zum Mitmachen an.



PROMINENTE FÜR'S PROJEKT

PROJECT WINGS G-GMBH



Das macht „Project Wings“:

Die von Deutschland aus agierende Organisation baut in Sumatra aus Plastikabfällen ein Recyclingdorf und verbindet vor Ort humanitäre Hilfe mit Natur- und Tierschutz.

So gewinnt „Project Wings“ neue Engagierte:

Viele junge Menschen möchten sich bei „Project Wings“ engagieren. Das liegt nicht zuletzt an der guten Präsenz des Projekts in den Medien. Fernsehsender und Magazine haben über die Organisation berichtet und in den sozialen Netzwerken hat „Project Wings“ eine große Reichweite. Prominente wie der ehemalige Fußball-Nationaltorhüter René Adler oder die Band Culcha Candela unterstützen die Arbeit – auch das lockt junge Engagierte.

Der Weg dahin...

- **Kostenfreie Anzeigen:** Werbeplätze, die sonst viel Geld kosten, stellen Zeitungen, Magazine oder Websites gemeinnützigen Organisationen auch mal günstiger oder sogar kostenfrei zur Verfügung. Fragen lohnt sich.
- **Prominente einbinden:** Bekannte Namen sind Türöffner für die Medien und für eine große Reichweite. Vielleicht kennt jemand aus eurem Team Prominente? Oder ihr recherchiert, welche Prominente sich für eure Themen stark machen. Auch hier gilt: Fragen lohnt sich.
- **Präsenz auf Festivals:** Überlegt euch, wo viele potenzielle Engagierte anzutreffen sind. Wenn ihr vor allem junge Menschen anspricht, sind beispielsweise Festivals oder Veranstaltungen ein guter Ort, um mit einem Infostand auf eure Arbeit aufmerksam zu machen.
- **Imageaufbau:** Natürlich ist es für Menschen klasse, wenn sie sich mit einem attraktiven Projekt identifizieren können. Eine ansprechend designte Website und sympathische Beiträge in den sozialen Medien wirken auf Engagierte anziehend.
- **Mit Videos Lust machen:** Gerade, wenn eure Projektarbeit im Ausland stattfindet, können Videos vermitteln, was eure Organisation vor Ort bewirkt und sie geben potenziellen Engagierten einen guten Eindruck, was sie erwartet.

© Project Wings gGmbH



Project Wings gGmbH
project-wings.de
info@project-wings.de





AB IN DIE ERSTE REIHE!

Menschen zum Mitmachen im Verein zu bewegen, ist häufig einfacher, als sie in Verantwortung zu bringen. Seit Jahren sinkt der Anteil jener, die sich in Leitungsfunktionen engagieren. Wie kann man Nachwuchskräfte auch für solche Aufgaben gewinnen?

Verantwortung übernehmen, möchten nicht alle Menschen gleich. Das gilt für viele Bereiche des Lebens, auch für Vereine und andere gemeinnützige Organisationen. Angesichts der vielfältigen Aufgaben etwa in einem Vorstand ist das Zögern verständlich: Man muss sich um Konzeption, Einladung und Durchführung der Mitgliederversammlung kümmern, um Steuern und Finanzen, um die rechtsgeschäftliche gerichtliche Vertretung des Vereins – so ist es im Bürgerlichen Gesetzbuch geregelt. Da kann der eine oder die andere davor zurückschrecken, wenn er oder sie darüber nachdenkt, eine Führungsposition anzunehmen.

Aber: Verantwortung zu übernehmen bedeutet auch zu gestalten, Zukunftsvisionen zu entwickeln, Netzwerke aufzubauen, etwas zu bewegen. Es muss nicht direkt im Vorstand sein, es gibt andere wichtige Aufgaben in einem Verein, die jemand in die Hand nehmen muss: neue Projekte an den Start bringen, die Kommunikation nach außen

oder die Organisation der nächsten Vereinsfeier. Außerdem fördert die Übernahme einer Funktion das Erlernen wichtiger Fähigkeiten, was gerade für junge Engagierte reizvoll sein dürfte: Wo darf man sich schon als Führungskraft ausprobieren, ehe es ins Berufsleben geht?! Denn die Rolle als Leaderin und Leader im Verein schult unter anderem die empathische und klare Kommunikation, strukturiertes und strategisches Denken und Handeln, Projektmanagement und Organisationssteuerung.

Verantwortung zu übernehmen, kann ziemlich gewinnbringend sein.

Leider sinkt die Bereitschaft dazu seit Jahren stark, worunter gemeinwohlorientierte Organisationen leiden. Laut des 3. ZiviZ-Surveys haben 46 Prozent der befragten Vereine keine jungen Engagierten (unter 30 Jahren) in Führungspositionen. Und während die Zahl der eingetragenen Vereine seit 1999 steigt, geht die Zahl

ES GIBT IMMER WENIGER EHRENAMTLICHE FÜHRUNGSKRÄFTE IN VEREINEN

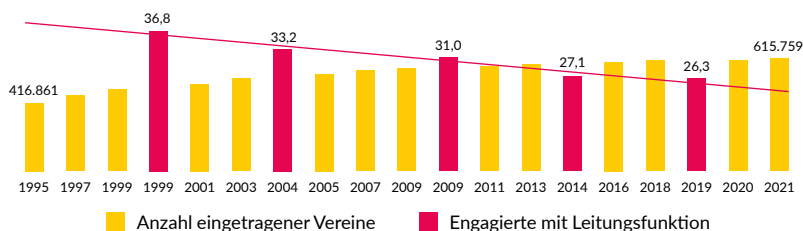


Abbildung 1 / Quelle: ZiviZ, 2022

der Engagierten in Leitungsfunktionen seitdem zurück: Betrug 1999 der Anteil freiwillig engagierter Personen mit Leitungs- und Vorstandsfunktionen noch 36,8 Prozent, waren es zwanzig Jahre später mehr als zehn Prozentpunkte weniger. Tendenz: weiter fallend (siehe Abbildung 1).

Auffällig ist, dass deutlich mehr Männer in entsprechenden Rollen zu finden sind als Frauen, eher Menschen mit hohem Bildungsabschluss und vor allem ältere Menschen (siehe Abbildung 2).

Junge Menschen mit unterschiedlichen sozialen und kulturellen Hintergründen werden als Führende gebraucht, vor allem wenn die Älteren irgendwann aus den Leitungsfunktionen ausscheiden. Ein paar Ratschläge von Expertinnen und Experten, wie man diese Zielgruppe gewinnen kann:

- Zeigt, wie es geht. Wie wäre es mit einem Mentoring-Programm?
- Nehmt Fragen und Ängste bezüglich der Führungsposition ernst.
- Ermöglicht einen langsamen Einstieg.
- Schafft Gremien für junge Menschen, zum Beispiel einen Jugendvorstand.
- Holt Vertreterinnen und Vertreter der Jugendlichen in jede wichtige Sitzung.
- Schnürt kleine, zu bewältigende Aufgabepakete.
- Teilt die Verantwortung und besetzt wichtige Positionen doppelt.
- Redet ihnen gut zu, gebt Rückenwind.
- Reflektiert euch selbst: Bin ich offen für junge, neue Ansätze?

Anteile freiwillig engagierter Personen mit Leitungs- und Vorstandsfunktionen in der freiwilligen Tätigkeit 2019, nach Geschlecht und nach Alter (Basis: alle Engagierten)

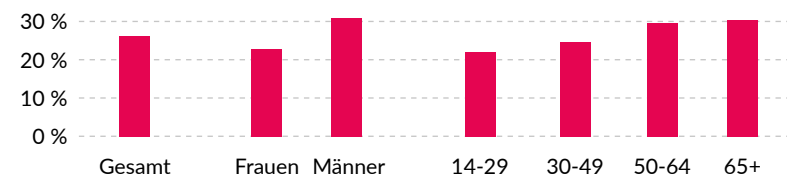


Abbildung 2 / Quelle: Freiwilligensurvey 2019

Und es gibt noch eine Gruppe von Menschen, die mehr Vielfalt in die Verantwortung bringen können: Nur 21,4 Prozent der freiwillig aktiven Personen mit Leitungs- und Vorstandsfunktion haben eine Migrationsgeschichte. Jene mit eigener Zuwanderungserfahrung und ohne deutsche Staatsangehörigkeit sind dabei am wenigsten präsent in der Vereinsführung.

Zusammenfassend lässt sich sagen: Bei den jungen Menschen und bei den Menschen mit Zuwanderungsgeschichte haben Vereine noch großen Nachholbedarf. Also: Ran ans Werk!

Quellen:
Schubert P.; Kuhn, D. & Tahmaz, B. (2023). ZiviZ-Survey 2023. Zivilgesellschaftliche Organisationen im Wandel – Gestaltungspotenziale erkennen. Resilienz und Vielfalt stärken. Berlin: ZiviZ im Stifterverband.

Simonson, J., Kelle, N., Kausmann, C. & Tesch-Römer, C. (2021). Freiwilliges Engagement in Deutschland – Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019. Berlin: Deutsches Zentrum für Altersfragen.



ORGANISATIONS- STRUKTUR

Engagierte für Führungspositionen zu gewinnen, Engagement dezentral zu organisieren oder verschiedene Erwartungen unter einen Hut zu kriegen – auch das gehört zur Nachwuchsgewinnung. Lasst euch auf den folgenden Seiten inspirieren, wie gut durchdachte Arbeits- und Organisationsstrukturen dabei helfen können, diese und andere Herausforderungen zu meistern.

MIT BUDDYS ZU DIGITALEN STAMMTISCHEN

AELIUS FÖRDERWERK E. V.



Das macht das „Aelius Förderwerk“:

Das „Aelius Förderwerk“ ist eine gemeinnützige Organisation, die Schülerinnen und Schüler ab 14 Jahren auf ihrem Bildungsweg durch Beratung, ideelle Förderung und ein bundesweites Mentoring- und Stipendienprogramm unterstützt. Damit möchte „Aelius“ einen Beitrag zu fairen Bildungschancen in Deutschland leisten.

So gewinnt das „Aelius Förderwerk“ neue Engagierte:

Was für Kinder gut funktioniert, bewährt sich auch für neue Ehrenamtliche: Über ein „Buddy-Programm“ bekommt jedes neue Mitglied eine Mentorin oder einen Mentor an die Seite gestellt. Sie sorgen für eine einfache und schnelle Integration – auch in die digitalen Strukturen und Kommunikationswege der Organisation.

© Aelius Förderwerk e.V.



Aelius Förderwerk e. V.
aelius-foerderwerk.com
info@aelius-foerderwerk.de



Der Weg dahin...

- **Onboarding:** Das „Buddy-Programm“ ist ein Modell, um neue Engagierte einzuarbeiten. Investiert Zeit dafür! Auf sich alleine gestellt fällt es schwer, loszulegen.
- **Digitale Möglichkeiten nutzen:** So wertvoll analoge Kontakte sind, nutzt auch Online-Räume für Arbeits-Meetings oder Austausch. Sie kosten weniger Zeit und ermöglichen die Teilnahme.
- **Interne Vernetzung:** Gute Kontakte im Team sind äußerst wertvoll und sorgen für eine langfristige Bindung der Engagierten. Austauschtreffen oder Spieleabende (beides auch digital) sorgen für gute Beziehungen unter den Freiwilligen.
- **Qualitätsmanagement:** Je größer und verzweigter eure Unternehmung, desto wichtiger ist eine Überprüfung von außen. Ein Audit kann Schwächen aufzeigen, die ihr selbst nicht erkennt.
- **Hauptamtlichkeit erwägen:** Zur Skalierung von „Aelius“ gehörte zwingend die Einrichtung einer hauptamtlichen Geschäftsstelle, die durch Fördermittel von Stiftungen und Spenden finanziert wird. In diesem Bereich professionell zu arbeiten, nimmt Druck aus dem ehrenamtlichen Bereich des Vereins.





ALLES IN DIGITAL

LERN-FAIR E. V. (EHEMALS CORONA SCHOOL E. V.)



Das macht „Lern-Fair“:

Über die „Lern-Fair-Plattform“ bekommen Schülerinnen und Schüler mit Schwierigkeiten in der Schule kostenlos Unterstützung von ehrenamtlichen Studierenden – als digitale 1:1-Nachhilfe oder in Online-Gruppenkursen. Der Fokus liegt dabei auf der Unterstützung von sozial benachteiligten Kindern.

So gewinnt „Lern-Fair“ neue Engagierte:

Bei „Lern-Fair“ läuft alles digital. Das ermöglicht Engagierten, auch jenen aus strukturschwachen Regionen, unkompliziert und flexibel mitzuwirken. Dieser Vorteil zeigt Erfolg: In kurzer Zeit konnten die acht Vereinsgründer und -gründerinnen schon 16.000 „Matches“ zählen, also das passende Zusammenfinden von Lehrenden und Lernenden. Die große Nachfrage ist in diesem Fall kein Problem, denn die digitalen Strukturen und Prozesse lassen sich leicht skalieren.

*»WER SICH EHRENAMTLICH ENGAGIERT, MÖCHTE VOR ALLEM WISSEN, OB DAS EIGENE TUN WIRKUNGSVOLL IST. DAS VERSUCHEN WIR DEUTLICH ZU MACHEN, INDEM WIR DIE ERGEBNISSE DER FEEDBACK-FRAGEBÖGEN FÜR DIE HELFER UND HELFERINNEN AUFBEREITEN.«
(CHRISTOPHER REINERS, LERN-FAIR E. V.)*



Lern-Fair e. V.
lern-fair.de
support@lern-fair.de

Der Weg dahin...

- **Pilotprojekte:** Mit Pilotprojekten in einzelnen Regionen könnt ihr die verschiedensten Prozesse erproben. Klappt alles, könnt ihr eure digitalen Fühler weiter ausstrecken.
- **Nachwuchs digital finden:** Mit sogenannten target ads, also zielgerichteter Werbung, lassen sich über Social Media schnell die richtigen Leute für euer Projekt begeistern.
- **Transparenz:** Auch oder gerade wenn Engagierte über ganz Deutschland verteilt sind, sind Austauschtreffen oder Konferenzen wichtig und die Basis für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit.
- **Feedback einholen:** Um das digitale Engagement so wirkungsvoll wie möglich zu machen, befragt die Teilnehmenden regelmäßig, wie ihnen das Angebot gefällt und ob es noch Verbesserungsbedarf gibt.

© Corona Akademie e.V.

© TSV Solingen-Aufderhöhe 1877 e.V.



SPITZENREITER IN DER DIGITALEN VERWALTUNG

TSV SOLINGEN-AUFDERHÖHE 1877 E. V.



Das macht „TSV Solingen-Aufderhöhe 1877“:

Der „TSV Solingen-Aufderhöhe 1877“ ist ein Mehrspartenverein mit etwa 3.000 Mitgliedern und Kursteilnehmenden in über 35 Sportarten. Der Verein ist in zehn Abteilungen und Fachbereichen organisiert, das Angebot reicht von Breiten- und Rehasport bis zu leistungsorientiertem Individual- und Gruppensport.

So gewinnt „TSV Solingen-Aufderhöhe 1877“ neue Engagierte:

Um die Gremienarbeit für jugendliche Mitglieder attraktiv zu gestalten, hat der Vorstand die Vereinsarbeit umfassend digitalisiert. Anmeldungen für Feriencamps und Kurse sowie die Mitglieder-Kommunikation – nahezu alle administrativen Prozesse des Vereins sind digitalisiert und können ortsunabhängig durchgeführt werden. Dadurch konnte der Verein nicht nur jüngere Mitglieder für ein Engagement in den Fachgremien gewinnen, sondern auch den bürokratischen Aufwand reduzieren und die ehrenamtlich geführte Geschäftsstelle entlasten. Auch das ist ein Grund für die gute Stimmung im Verein.

Der Weg dahin...

- **Alle mitnehmen:** Geplante Veränderungen – wie die Digitalisierung von Prozessen – solltet ihr frühzeitig kommunizieren und dabei alle Mitglieder mitnehmen. Schulungen und Handbücher für skeptische Mitglieder schaffen Akzeptanz.
- **Datenbanken pflegen:** Für einen erfolgreichen Digitalisierungsprozess ist es wichtig, die E-Mail-Adressen aller Mitglieder zu sammeln.
- **Profitieren vom Non-Profit-Status:** Viele Online-Dienste bieten eine kostenlose Nutzung ihrer Programme oder Dienste für registrierte Non-Profit-Organisationen.
- **Flexibles Arbeiten:** Die Umstellung auf ein digitales Mitglieder-Verwaltungsprogramm ermöglicht Vereinsarbeit von überall und ein flexibles, ortsunabhängiges Engagement für die Ehrenamtlichen.
- **Dezentralisierung:** Dezentrale Ansprechpersonen entlasten Vorstand und Abteilungsleitung und verteilen die Arbeit auf mehreren Schultern.



TSV Solingen-Aufderhöhe
1877 e. V.
tsv-solingen.de
info@tsv-solingen.de





BREIT REPRÄSENTIEREN

ERNÄHRUNGSRAT FREIBURG UND REGION E. V.



Das macht der „Ernährungsrat Freiburg und Region“:

Der „Ernährungsrat“ vernetzt diejenigen in Freiburg und der umliegenden Region, die entlang der Wertschöpfungskette mit Ernährung zu tun haben: von Landwirtschaft, Verarbeitung, Handel und Gastronomie bis zu den Bürgerinnen und Bürgern. Das Ziel: lokale und nachhaltige Ernährung fördern.

So gewinnt der „Ernährungsrat Freiburg und Region“ neue Engagierte:

Der „Ernährungsrat“ bringt viele Interessengruppen zusammen, deshalb möchte er auch in seinen Gremien möglichst unterschiedliche Perspektiven vertreten sehen: Menschen aus Stadt und Land, Alte und Junge, beruflich oder privat Interessierte. Außerdem ist der Rat in Themenkreisen organisiert, in denen sich die Ehrenamtlichen je nach Interesse einbringen können. Eine hauptamtliche Koordinatorin hält zusätzlich die Fäden zusammen.

Ernährungsrat Freiburg und Region e. V.
ernaehrungsrat-freiburg.de
info@ernaehrungsrat-freiburg.de



Der Weg dahin...

- **Familienfreundlichkeit:** Ermöglicht hybride Treffen (digital und vor Ort), da nicht alle Personen Zeit für lange Anfahrtswege haben oder ihre Kinder nicht allein zuhause lassen können. Auch eine Kinderbetreuung an Infoständen ist ein guter Weg, um mit Eltern ins Gespräch zu kommen.
- **Wahlmöglichkeiten bieten:** Manche Menschen möchten sich nur zu einem Thema vernetzen, andere haben Lust, konkret in Projekten mitzuarbeiten. Bietet Interessierten verschiedene Einstiegsmöglichkeiten.
- **Aktuelle Themen aufgreifen:** Greift in eurem Verein, gerade wenn es um „Lobbyarbeit“ geht, das auf, was die Leute aktuell beschäftigt. Das lockt neue Engagierte an.
- **Dialog suchen:** Bindet bei Problemen Betroffene ein, statt über sie zu sprechen. Das steigert eure Glaubwürdigkeit, ihr bereichert euer Team und öffnet euch für neue Interessierte.
- **Community-Management:** Schafft eine (hauptamtliche) Koordinierungsstelle, um alle Fäden zusammenzuhalten und Informationen an alle Beteiligten weiterzugeben.



MIT DER BAMBINIFEUERWEHR FRÜH BEGEISTERN

FÖRDERVEREIN DER FREIWILLIGEN FEUERWEHR



Das macht der „Förderverein Freiwillige Feuerwehr Dünenheim“:

In Dünenheim ist die Freiwillige Feuerwehr ehrenamtlich für den Brandschutz verantwortlich und hilft bei der Ausrichtung von Dorffesten, Umwelttagen und anderen Aktivitäten. Der Förderverein fördert und unterstützt die Freiwillige Feuerwehr bei der Organisation und den Finanzen.

So gewinnt der „Förderverein Freiwillige Feuerwehr Dünenheim“ neue Engagierte:

Wie viele Freiwillige Feuerwehren hat auch die Feuerwehr in Dünenheim mit Abwanderung und demografischem Wandel zu kämpfen. Um Kinder früher als bisher für die Feuerwehr zu gewinnen, hat der Förderverein in Dünenheim die Bambini-feuerwehr für Kinder ab sechs Jahren gegründet. Dafür können sich viele Jungen und Mädchen begeistern und neue engagierte Erwachsene haben dadurch ihren Weg in den Verein gefunden – auch viele Frauen, die bei der Feuerwehr in Dünenheim bisher eher wenig vertreten waren.

Der Weg dahin...

- **Früh binden:** Sprecht Kinder für eure Vereinsarbeit an, bevor sie durch Schule und andere Hobbys nicht mehr erreichbar sind.
- **Schnuppern erlaubt:** Schnuppertage sind eine super Gelegenheit, eure Organisation kennenzulernen – völlig frei von Verpflichtung. Sie sind kostengünstig und relativ einfach zu organisieren.
- **Im eigenen Umfeld suchen:** Häufig finden sich Talente für neue Aufgaben im unmittelbaren Umfeld des Vereins.
- **Diversität punktet:** Stellt euren Vorstand möglichst divers auf, um mit gutem Beispiel voranzugehen.
- **Passiv aktiv sein:** Öffnet euren Verein für inaktive Fördermitglieder. So generiert ihr nicht nur finanzielle Mittel, sondern auch weitere Botschafterinnen und Botschafter für eure Sache.

Förderverein der Freiwilligen
Feuerwehr Dünenheim e. V.
facebook.com/FeuerwehrDuengenheim
feuerwehr.duengenheim@web.de



© Ernährungsrat Freiburg und Region e.V.

© Förderverein der Freiwilligen Feuerwehr Dünenheim e.V.

VIA APP GUT VERNETZT

DORFVEREIN FREIHEIT AFFELN E. V.



Das macht der „Dorfverein Freiheit Affeln“:

Drei eng miteinander verbundene Dörfer, 1.900 Bürgerinnen und Bürger, über 20 aktive Vereine. Um sie zu vernetzen und Interessierten den Weg zum Ehrenamt zu ebnen, entwickelten die drei Gründer des Dorfvereins die App „Mein Dorf in der Hosentasche“. Dort finden sich alle Termine, Infos und Hilfesuche von Vereinen und Organisationen.

So gewinnt der „Dorfverein Freiheit Affeln“ neue Engagierte:

Die Ausgangsüberlegung war: Es gibt genügend Menschen, die sich einbringen, aber nicht unbedingt ein Amt in einem Verein übernehmen möchten. Der Dorfverein schafft also den juristischen, finanziellen und organisatorischen Rahmen, damit diese Freiwilligen unkompliziert und ohne große Verpflichtungen aktiv werden können.

© Dorfverein Freiheit Affeln e.V.

»UNSER OFFENES KONZEPT DER EHRENAMTLICHKEIT SPRICHT SICH HERUM, IMMER MEHR LEUTE TRAUEN SICH, IHRE IDEEN VORZUSTELLEN.« (ALEXANDER BENDER, DORFVEREIN FREIHEIT AFFELN E. V.)

Der Weg dahin...

- **Bleibt schmal in der Verwaltung:** Der Dorfverein hat nur drei Vorstandsmitglieder. Das garantiert schnelle Entscheidungen und anderen Vereinen werden potenzielle Kandidatinnen und Kandidaten nicht „weggenommen“.
- **Nutzt vorhandene Strukturen:** Konkurrenzdenken hilft in diesem Bereich niemandem weiter. Viel besser ist es, die richtigen Personen zusammenzuführen.
- **Seid Dienstleistende für andere:** Teilt Informationen, zum Beispiel über Fördertöpfe, mit anderen. Viele Vorstände sind mit ihrem Tagesgeschäft so ausgelastet, dass sie nicht zur Recherche kommen und dadurch Chancen verpassen.
- **Lasst Ideen laufen:** Wenn Ideen aufkommen – bitte nicht stoppen! Wenn jemand die Chance bekommt, seine eigene Idee umzusetzen, bewegt er sich oft mehr als gedacht.
- **Langfristig denken:** Wer ist auch zukünftig für ein neues Projekt verantwortlich? Denkt die Nachhaltigkeit eurer Vorhaben von Beginn an mit.

Dorfverein Freiheit Affeln e. V.
affeln.org
dorfverein@affeln.de



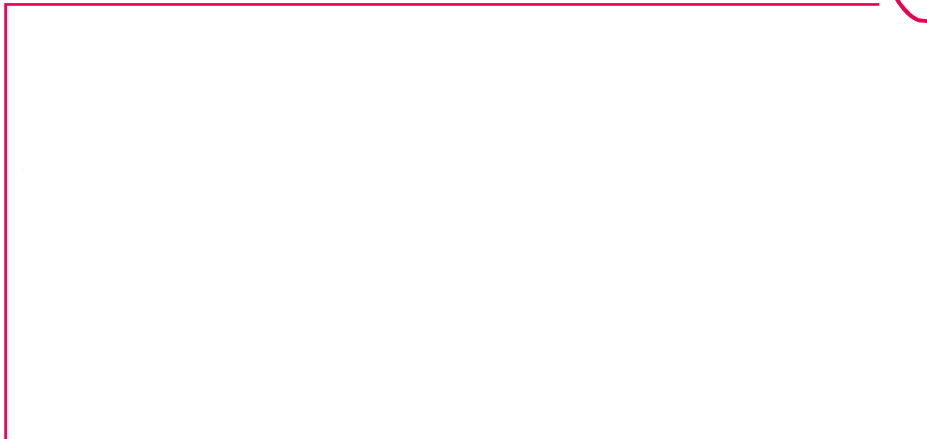
REFLEXIONSFRAGE

EINE WIRKUNGSVOLLE STRUKTUR

Es braucht Strukturen, damit Engagement bestmöglich funktionieren kann und Engagierte zufrieden sind und bleiben. Ob es in eurer Organisationsstruktur noch Verbesserungsbedarf gibt? Fragt nach und holt euch das Feedback von euren Engagierten ein.

Fragt Engagierte, welche Ressourcen und Unterstützung sie für ihre Arbeit bekommen, welche ihnen fehlen, aber auch, welche Angebote, Ressourcen es zwar gibt, sie aber nicht nutzen oder brauchen.

Eure Notizen:



Was fällt auf?



CHECKLISTE

STRUKTURELLE VERÄNDERUNGEN ANSTOSSEN

Ob sich neue Engagierte schnell zurechtfinden, die Teamarbeit gut funktioniert oder ob sich Engagierte auch über ihre eigentlichen Aufgaben hinaus einbringen, hat ganz entscheidend mit den strukturellen Rahmenbedingungen eurer Organisation zu tun. Sie zu stärken oder zu verändern, ist eine Aufgabe, für die ihr Zeit einplanen solltet. Oft müssen dafür erst einmal alte

Gewohnheiten und Routinen abgelegt werden. Das Ergebnis aber kann für einen echten Wandel innerhalb eurer Organisation sorgen!

Diese Checkliste hilft euch dabei, wichtige Stell-schrauben zu identifizieren, um eure Vereinsstruktur zu optimieren oder neue Projekte bestmöglich zu starten:



- Digitale Administration:** Welche Verwaltungsaufgaben bei euch sind echte Zeiträuber und könnten durch digitale Tools ersetzt werden?
- Kommunikationswege:** Wie könnt ihr Entscheidungen, die alle Engagierten in eurer Organisation betreffen, so weitergeben, dass sich alle mitgenommen fühlen? Stellt ihr schon sicher, dass alle den gleichen Zugang zu Informationen haben?
- Aufgabenverteilung:** Wer ist bei euch für welche Organisations- und Verwaltungsaufgaben zuständig? Könnt ihr Aufgaben auf mehrere Schultern verteilen, um die Belastung Einzelner zu reduzieren?
- Onboarding:** Gibt es eine funktionierende Routine, um neue Engagierte in eure Organisation einzuführen? Wie könnten erfahrene Engagierte einbezogen werden, um neuen Aktiven den Einstieg zu erleichtern?
- Diversität:** Gibt es Hürden (Sprache, Räumlichkeiten, Altersstruktur), die Menschen daran hindern könnten, sich bei euch zu engagieren? Wie können diese Hürden beseitigt werden?
- Beteiligung:** Wie ist die Gremienarbeit bei euch organisiert? Gibt es Strukturen (zum Beispiel einen Jugendbeirat), die bisher unterrepräsentierte Gruppen an Leitungspositionen heranzuführen?
- Familienfreundlichkeit:** Finden eure Treffen zu familienfreundlichen Zeiten statt? Können Engagierte auch digital teilnehmen? Gibt es Kinderbetreuung bei wichtigen Präsenzveranstaltungen?
- Qualitätssicherung:** Sind eure Engagierten den Anforderungen im Ehrenamt gewachsen? Bietet ihr wiederkehrende Trainings oder Weiterbildungen an?



VIelfALT IN THEMEN UND G-REMIEN

GEMEINSAM FÜR VIelfALT E. V.



Das macht „Gemeinsam für Vielfalt“:

Der Verein ist 2017 aus einem offenen ökumenischen Netzwerk zur Unterstützung Geflüchteter hervorgegangen. Seitdem erwecken die Engagierten ein ehemaliges Freibad-Gelände zu neuem Leben und wandeln es zu einem Ort der Begegnung und des interkulturellen Dialogs.

So gewinnt „Gemeinsam für Vielfalt“ neue Engagierte:

Aufgrund seiner breiten inhaltlichen Ausrichtung hat „Gemeinsam für Vielfalt“ weitaus mehr Engagierte als feste Mitglieder. Um Engagierte trotzdem für Leitungspositionen zu gewinnen und langfristig an den Verein zu binden, versucht der Verein die Verantwortung auf mehrere Schultern zu verteilen und bietet möglichst vielseitige Aufgaben.

Gemeinsam für Vielfalt e. V.
gfv-unkel.de
info@gfv-unkel.de



Der Weg dahin...

- **Beirat einberufen:** Um den Vorstand zu entlasten, könnt ihr zusätzlich einen Beirat einberufen. Je diverser der Beirat aufgestellt ist, desto besser.
- **Vielfältige Aufgaben verteilen:** Mitglieder des Beirats können bei unterschiedlichen Verwaltungs- und Organisationstätigkeiten unterstützen. Schaut, welche Aufgaben zu wem passen.
- **Kümmert euch um Sichtbarkeit:** Eine der wichtigsten Aufgaben ist die Öffentlichkeitsarbeit. Dafür solltet ihr am besten ein ganzes Team an Menschen finden, die Lust darauf haben. Nur durch Sichtbarkeit lassen sich neue Interessierte und Mitstreitende finden.
- **Kooperationen bilden:** Geht Kooperationen mit Organisationen und Vereinen aus der Umgebung ein. Auf diese Weise erarbeitet ihr euch ein großes Netzwerk und der Pool an Engagierten um ein Vielfaches größer.
- **Offenheit leben:** Seid offen für alle Menschen, die mitmachen möchten und bindet sie nach ihren Fähigkeiten ein. So erfahren alle persönliche Wertschätzung. Das wiederum motiviert, sich langfristig und mit mehr Verantwortung einzubringen.

© Gemeinsam für Vielfalt e.V.

© Interkulturelle Projekthelden e.V.

DEN JÜNGSTEN EINE STIMME GEBEN

INTERKULTURELLE PROJEKTHELDEN E. V.



Das macht „Interkulturelle Projekthelden“:

Die „Projekthelden“ gestalten und organisieren im Neusser Augustinusviertel freizeitpädagogische Aktivitäten und schaffen einen Raum der Begegnung für junge Heranwachsende aller Kulturen, Religionen und Herkunftsländer.

So gewinnt „Interkulturelle Projekthelden“ neue Engagierte:

Das Besondere an der Vereinsstruktur ist die gelebte Partizipation: Die Jugendlichen packen nicht nur ehrenamtlich bei der Sprach- und Lernförderung oder im Jugendzentrum mit an, sondern engagieren sich auch im Jugendvorstand. Bei allen Netzwerktreffen, Vorstandssitzungen oder Projektkonzeptionen sind immer mindestens eine Jugendsprecherin oder ein Jugendsprecher dabei und bestimmen über die Aktivitäten des Vereins mit.

Der Weg dahin...

- **Verantwortung abgeben:** Gebt den Jugendlichen in eurem Verein eine Stimme und integriert sie in die Vereinsstrukturen und -positionen.
- **Ernst nehmen:** Nehmt die Stimme der Jugendlichen ernst. Heranwachsende spüren, ob die Mitbestimmung nur zum Schein stattfindet oder eine echte Veränderung bewirken kann. Wer sich gehört fühlt, ist viel eher bereit, Verantwortung zu übernehmen.
- **Offen für Ideen sein:** Jugendliche haben oft die besseren Ideen, wie sich ihre Peer-Group zu einem Engagement bewegen lässt.
- **Qualifizierung bieten:** Weiterbildungen für die ehrenamtlich engagierten Jugendlichen stärken ihr Selbstvertrauen und ihre Kompetenzen – ein Gewinn für den Verein und die jungen Menschen.
- **Motivieren, mitzumachen:** Der Jugendvorstand sollte als wichtiges Organ immer gut besetzt sein. Motiviert möglichst viele eurer jungen Engagierten darin mitzuwirken, um diese wichtige Struktur als festen Bestandteil der Vereinsarbeit zu etablieren.

Interkulturelle Projekthelden e. V.
i-projekthelden.de
info@i-projekthelden.de



DOPPELTE SPITZEN

„NÄRRISCHES SAARSCHIFF“ IRSCH E. V.



Das macht die „Karnevalsgesellschaft Irsch“:

Die Gesellschaft hat sich weit über ihren satzungsgemäßen Auftrag hinaus – das „nährische Brauchtum“ – entwickelt. Und zwar zu einem ganzjährigen Akteur für gesellschaftliche Herausforderungen der Region wie die soziale Teilhabe älterer Menschen oder die Integration Geflüchteter.

So gewinnt die „Karnevalsgesellschaft Irsch“ neue Engagierte:

Neben der inhaltlichen Erweiterung hat der Verein eine Strukturreform vollzogen: Alle Posten im Vorstand haben jetzt konkrete Aufgabengebiete und sind doppelt besetzt. Denn im Ehrenamt Verantwortung zu übernehmen, schreckt viele ab. Wenn sich die tragenden Rollen aber auf mehreren Schultern verteilen, sind vor allem Jüngere schneller dabei.



Der Weg dahin...

- **Klare Zuständigkeiten:** In einem Vorstand müssen nicht alle für alles den Hut aufhaben. Legt fest, wer für Jugendarbeit, Kommunikation oder Nachwuchsgewinnung zuständig ist.
- **Doppelte Besetzung:** Besetzt ihr Vorstandsposten doppelt, steigt die Wahrscheinlichkeit, junge Vereinsmitglieder dafür zu gewinnen. Außerdem ist es für sie entlastend, nur an jeder zweiten Sitzung teilnehmen zu müssen.
- **Eine Vision entwickeln:** Sie kommt eurer Arbeit zugute, macht die Vorstandsarbeit klarer und macht euch interessant für Engagierte, die sich mit Anspruch und Sinn einsetzen wollen.
- **Anpassungsfähig bleiben:** Tradition ist bei einer Karnevalsgesellschaft natürlich wichtig, aber die Erfahrung zeigt, dass Weiterentwicklung der richtige Weg ist. Trotz aller Konflikte, die er mit sich bringt.
- **Streitkultur pflegen:** Meinungsverschiedenheiten gehören zum Vereinsleben. Nur wenn im Verein eine offene, vertrauensvolle Streitkultur herrscht und andere Meinungen angehört und akzeptiert werden, setzen sich Menschen mit den Vereinsaufgaben intensiv auseinander.

EIN FRANCHISE-KONZEPT FÜR ENGAGEMENT

TECHNIK BEGEISTERT E. V.



Das macht „Technik begeistert“:

Den MINT*-Nachwuchs stärken und Kindern und Jugendlichen einen spielerischen Zugang zu Technik vermitteln, das ist Ziel von „Technik begeistert“. Im Zentrum der Arbeit steht die Koordination der „World Robot Olympiad“, ein internationaler Roboterwettbewerb für 8- bis 19-Jährige.

So gewinnt „Technik begeistert“ neue Engagierte:

Das Kernteam sitzt in Menden, für Robotik begeistern will der Verein aber bundesweit. Was also tun? Verantwortung an Interessierte abgeben, die Lust haben, nach den Vorgaben des Vereins einen regionalen Robotik-Wettbewerb eigenständig durchzuführen. Dieses Non-Profit-Franchise-Modell funktioniert und verschafft dem Verein ein großes bundesweites Netzwerk von Gleichgesinnten.

TECHNIK BEGEISTERT e. V.
worldrobotolympiad.de
mail@technik-begeistert.org

Der Weg dahin...

- **Prüfen, ob es passt:** Im Kern geht es um die Frage, was ihr selbst leisten könnt und wollt und was andere leisten könnten, sodass das eigene Programm wächst.
- **Radius festlegen:** Ein Franchise-Modell lässt sich im großen Stil bundesweit etablieren, der Ansatz kann aber auch innerhalb von Städten oder im ländlichen Raum angewendet werden.
- **Unterstützung bieten:** Zu Beginn kann die Einarbeitung regionaler Gruppen mehr Zeit kosten – langfristig spart es Ressourcen. Digitale Tools und ein Online-Informationsbereich helfen, häufige Fragen direkt zu beantworten.
- **Aufgaben abgeben:** Manche Aufgaben machen vor Ort mehr Sinn, beispielsweise die konkrete Vorbereitung eines Events, das Anwerben von Engagierten oder das Catering.
- **Kontakt zur Zentrale:** Bei einigen Aufgaben ist es sinnvoll, sie weiterhin von eurem Kernteam organisieren zu lassen, zum Beispiel einheitliche Werbematerialien.
- **Transparente Kommunikation:** Informiert eure Community regelmäßig und transparent und bietet Austauschmöglichkeiten.



© TECHNIK BEGEISTERT e.V.



*MINT ist der abkürzende Sammelbegriff für die Ausbildungsfelder Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik.



TRAINERINNEN UND TRAINER SIND DER SCHLÜSSEL

RRC TEDDYBÄR KIEL E. V.



Das macht „RRC Teddybär Kiel“:

Der Verein bietet Rock'n'Roll als sportlich-akrobatischen Tanz schon seit den 80er-Jahren an und ist auch bei Turnieren erfolgreich.

So gewinnt „RRC Teddybär Kiel“ neue Engagierte:

Ebenso erfolgreich ist der Verein darin, den jungen Nachwuchs in die Verantwortung zu bringen. Etwa ein Zehntel der Mitglieder arbeitet als Trainerin oder Trainer, auch der Vorstand ist zum Teil mit jungen Menschen besetzt. Viele Jugendliche werden früh ermutigt, Übungsleitungsscheine auf Einstiegslevel zu machen. Das zeigt Wertschätzung und ist motivierend. Die Schwelle dazu ist nicht hoch, weil erste Lizenzen bei den Verbänden schon in Wochenendkursen zu erreichen sind.

*»HEI, DU HAST DICH SUPER ENTWICKELT - ICH SEHE DICH ALS ZUKÜNFTIGEN TRAINER! DARF ICH DICH ZUM LEHRGANG ANMELDEN?«
(TIM EISENREICH, RRC TEDDYBÄR KIEL E. V.)*



RRC Teddybär Kiel e. V.
rocknrollclubkiel.de
info@rocknrollclubkiel.de

Der Weg dahin...

- **Zutrauen haben:** Jeder möchte gestalten und Sinnvolles tun, aber zu Beginn nicht alle Entscheidungen treffen.
- **Früh an Aufgaben heranführen:** Lasst junge Leute einfach mal ein Aufwärmprogramm für ein Training leiten. Das ist eine überschaubare und motivierende Aufgabe.
- **Weiter eng begleiten:** Bietet weiterhin enge Begleitung und Förderung an. Es geht darum, Schritt für Schritt mehr Verantwortung zu übertragen.
- **Nächste Schritte planen:** Im Sport sind Lizenzen für Trainerinnen und Trainer stufenweise aufgebaut, sodass sich der weitere Weg von selbst ergibt. In anderen Organisationen oder Unternehmen könnten gezielte Weiterbildungen und interne Maßnahmen diese Funktion einnehmen.
- **Interessen ausbauen:** Behaltet weitere Optionen im Auge. Wer Trainingseinheiten leitet, lässt sich leichter gewinnen, um zum Beispiel in der Verwaltung mitzuarbeiten.

© RRC Teddybär Kiel e. V.

ENGAGIERTE MIT EXPERTISE

TRIAPHON G-GMBH



Das macht „Triaphon“:

„Triaphon“ hat sich zum Ziel gesetzt, die medizinische Versorgung von Patientinnen und Patienten mit Sprachbarrieren zu verbessern. Die gemeinnützige GmbH bietet einen telefonischen 24h-Übersetzungsdienst, der medizinischen Einrichtungen gegen einen monatlichen Betrag zur Verfügung steht.

So gewinnt „Triaphon“ neue Engagierte:

Für das Angebot von „Triaphon“ braucht es weit über 100 ehrenamtliche Personen, die unterschiedliche Sprachen sprechen und bereit sind, sehr verlässlich und zu unterschiedlichen Tageszeiten zu arbeiten. Das ist viel verlangt, aber „Triaphon“ gibt mit einem umfangreichen digitalen Schulungs- und Fortbildungsprogramm auch viel zurück. Die Engagierten vertiefen ihre Sprachkenntnisse, ihre Fähigkeiten zum Dolmetschen sowie ihr medizinisches Wissen – und sie erhalten Zertifikate für ihre berufliche Weiterentwicklung.

© Triaphon



Struktur | 75



Triaphon gGmbH
triaphon.org
info@triaphon.org



Der Weg dahin...

- **Expertise der Engagierten stärken:** Bei „Triaphon“ passiert das durch Schulungen, Workshops, Gespräche mit Expertinnen und Experten sowie Übungsanrufe. Wenn ihr euren Engagierten die Fortbildungen bescheinigt, ist das eine zusätzliche Motivation.
- **Dezentral und digital:** Für ein bundesweites Programm sind digitale Angebote eine große Chance, um alle Engagierten einzubinden – unabhängig davon, ob sie weniger mobil sind, Care-Arbeit leisten müssen oder in ländlichen Regionen wohnen.
- **Enge Begleitung:** Gerade bei sehr anspruchsvollen und intensiven Engagement-Einsätzen ist eine enge und verlässliche Begleitung durch ein Organisationsteam wichtig.
- **Feedback einholen:** Die Engagierten sind eure Expertinnen und Experten. Berücksichtigt ihr Feedback und ihre Tipps.
- **Community fördern:** Auch bei dezentraler Verteilung der Engagierten hilft es, ab und zu ein reales Treffen zu ermöglichen. Es ist wichtig, den Austausch untereinander zu fördern.

74 | Struktur



GEKOMMEN, UM ZU BLEIBEN?

Mit dem Gewinnen von Engagierten allein ist es nicht getan. Wer sie langfristig binden möchte, muss auf die Bedürfnisse und Fähigkeiten, Lebensphasen und Veränderungen der Engagierten achten. Und natürlich Feste feiern.

Endlich! Wer erfolgreich neue Engagierte gefunden hat, darf sich zurecht freuen. Was allerdings oft übersehen wird, ist die daraus folgende Arbeit. Aktive zu halten ist eine nicht zu unterschätzende Herausforderung. Das belegen die Zahlen des

Deutschen Freiwilligensurveys (FWS) von 2019: 22,3 Prozent aller Befragten ab 14 Jahren gaben an, früher bereits einmal engagiert gewesen zu sein (siehe Abbildung 1). Das ist eine sehr große Zahl: 16,3 Millionen Menschen!

Engagementstatus in der Bevölkerung Deutschlands ab 14 Jahren 2019 (Basis: alle Befragten)

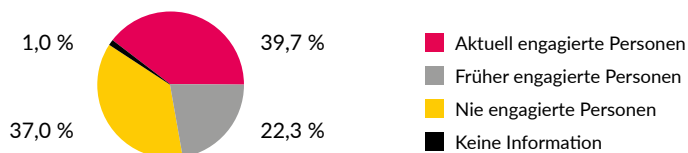


Abbildung 1 / Quelle: Freiwilligensurvey 2019

Warum sind sie nicht mehr aktiv? Offenbar reicht das, was für ein Ehrenamt motiviert – vor allem Spaß haben, anderen Menschen helfen, etwas fürs Gemeinwohl tun – nicht aus, um Menschen im Ehrenamt langfristig zu halten. Die meisten Men-

schen, die sich nicht mehr aktiv engagieren, führen berufliche Gründe an (siehe Abbildung 2). Fehlende Anerkennung oder Schwierigkeiten in der Gruppe werden dagegen selten als Gründe genannt, ein Ehrenamt aufzugeben.

Beendigungsgründe für früheres Engagement 2019
(Basis: früher engagierte Personen; Mehrfachnennungen möglich)

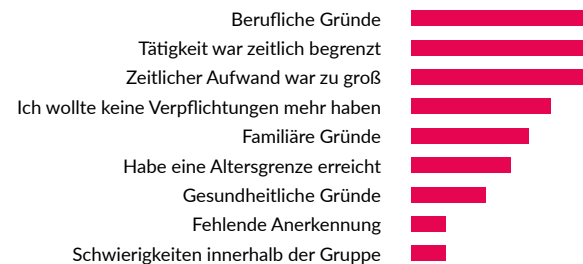


Abbildung 2 / Quelle: Freiwilligensurvey 2019

Dazwischen wird es spannend. Vielen ist der zeitliche Aufwand für ihr Engagement zu hoch. Was also tun? Eine Möglichkeit: Die Aufgaben auf mehrere Schultern verteilen, sodass alle etwas weniger zu tun haben. Eine andere Möglichkeit: Engagement zeitlich flexibler und einzelne Aufgaben oder Treffen auch mal digital zu organisieren. Das spart Zeit und ermöglicht Menschen, die beruflich oder familiär stark eingebunden sind oder einen längeren Fahrtweg haben, viel eher ein Ehrenamt in ihrem Alltag unterzubringen.

Vor allem Frauen geben an, aufgrund familiärer Verpflichtungen sich nicht (mehr) engagieren zu können. Sie sind nicht nur nach wie vor stärker als ihre männlichen Partner in die Kinderbetreuung eingebunden, sondern pflegen im mittleren und späten Erwachsenenalter vermehrt gesundheitlich eingeschränkte Angehörige oder betreuen ihre Enkelkinder. Flexibel gestaltete Engagementaufgaben könnten die Vereinbarkeit von Familie, Beruf und Engagement erleichtern.

Während Menschen mit hoher formaler Bildung vor allem berufliche Gründe und Zeitknappheit für das Ausscheiden aus dem Ehrenamt verantwortlich machen, hören überdurchschnittlich viele Menschen mit niedriger formaler Bildung mit ihrem Engagement aus gesundheitlichen Gründen auf. Die Expertinnen und Experten vom FWS sehen

vor diesem Hintergrund die Vereine in der Verantwortung, sich auch um Gesundheitsförderung und psychosoziale Unterstützung zu kümmern, um ihre Engagierten länger zu halten.

Für das Wohlbefinden der Engagierten spielen deshalb auch die Organisationskultur und -struktur eine große Rolle: Neben dem richtigen Onboarding (siehe Seite XY) ist im laufenden Vereinsbetrieb wichtig, sich auch in eher kleinen Teams und regelmäßig zu treffen.

Über die Kommunikationskanäle des Vereins in Kontakt zu bleiben, Aufgabenpakete nach individuellen Möglichkeiten zu schnüren, Feedback zu geben, neue Ideen zu entwickeln und auszuprobieren, kann genauso helfen wie gemeinsam über die gesellschaftliche Wirkung zu reflektieren und vieles mehr. Nicht weniger wichtig: Feste feiern! Davon kann es nie genug geben.

Quellen:
Simonson, J., Kelle, N., Kausmann, C. & Tesch-Römer, C. (2021). *Freiwilliges Engagement in Deutschland – Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019*. Berlin: Deutsches Zentrum für Altersfragen.



ORGANISATIONS- KULTUR

Engagierte bringen viel Zeit und Leidenschaft mit. Das machen sie gerne. Damit das so bleibt, sollte das Engagement Spaß machen und ein gutes Gefühl vermitteln. Wie eine wertschätzende und begeisternde Organisationskultur dabei helfen kann, Ehrenamtliche langfristig einzubinden, zeigen die guten Beispiele auf den nächsten Seiten.

FRÜH ÜBT SICH

CREW - ERLEBNIS & FREIZEIT E. V.



Das macht CREW:

Mit seiner offenen Kinder- und Jugendarbeit hat sich CREW zum Ziel gesetzt, jungen Menschen einen Raum zur Verwirklichung ihrer Ideen zu geben. Jeder und jede kann eine Projektidee vorstellen – bei der Umsetzung unterstützen dann die Teamer und Teamerinnen bei CREW.

So gewinnt CREW neue Engagierte:

Vertrauen und Zutrauen – diese Werte lebt CREW und bindet so schon die Jüngsten in ehrenamtliche Aufgaben mit ein. Bereits ab einem Alter von 12 Jahren können sie „Teamerin“ oder „Teamer“ werden, erhalten Zugang zur Kommunikationsstruktur des Vereins und Schlüssel für die Vereinsräume. Fortbildungen, Begleitung und die frühe Integration der ganz jungen Aktiven auch in die Vorstandsarbeit sorgen dafür, dass sie Schritt für Schritt mehr Verantwortung übernehmen können.

© CREW - Erlebnis & Freizeit e.V.



CREW - Erlebnis & Freizeit e. V.
crew-leichlingen.de
info@crew-leichlingen.de



Der Weg dahin...

- **Vertrauen:** Nehmt junge Menschen ernst und traut ihnen einiges zu. Wenn sie gleichberechtigt Zugang zu allen Strukturen haben, können sie Aufgaben eigenverantwortlich umsetzen und sich einbringen.
- **Potenzial sehen:** Ihr habt junge Teilnehmende, die aufgeweckt wirken? Schlagt ihnen vor, sich bei euch einzubringen.
- **Inklusion:** Das gilt auch für Menschen mit Behinderung. Inklusion gelingt mit jüngeren Altersstufen oft besonders gut.
- **Qualifizierung:** Wer mit sehr jungen Engagierten arbeitet, sollte sie durch Weiterbildungen stärken.
- **Begleitung:** Um viele Aufgaben an jüngere Aktive abgeben zu können, braucht es erfahrene Menschen aus eurem Team, die mit Rat zur Seite stehen und einen Blick auf die Qualität der Angebote haben.
- **Erfolgerlebnisse:** Sorgt dafür, dass die Angebote der jungen Engagierten gut ankommen. Positives Feedback der Teilnehmenden stärkt sie darin, weiterzumachen.
- **Verantwortung abgeben:** Wenn vor allem die älteren Mitglieder wichtige Leitungsfunktionen haben, seid bereit, diese Posten schon früh in jüngere Hände abzugeben.



VIelfÄLTIGE EXPERTISE WÜRDIGEN

DIAKONISCHES WERK DES EVANGELISCHEN KIRCHENKREISES



Das macht die „Diakonie Altenkirchen“:

Bereits 2016 wurde in der „Diakonie Altenkirchen“ das Projekt „Inklusive Freiwilligenagentur“ umgesetzt. Seitdem werden Menschen mit Behinderung qualifiziert, als Freiwillige vermittelt und den Vereinen Unterstützung bei der Einarbeitung angeboten.

So gewinnt die „Diakonie Altenkirchen“ neue Engagierte:

Um Menschen mit Behinderung als Engagierte zu gewinnen, braucht es neben niedrigschwelligen Zugängen und passenden Einsatzmöglichkeiten, vor allem eine Kultur der Würdigung. Das bedeutet, ihre Expertise wertzuschätzen und Rahmenbedingungen zu schaffen, die sie möglichst wenig daran hindern, ihre Fähigkeiten einzubringen.

*»GERADE FÜR MENSCHEN MIT BEHINDERUNG IST DIE ARBEIT FÜR ANDERE EIN WERTVOLLER AUSGLEICH ZU IHREM ALLTAG, WO SIE OFT HILFELEISTUNGEN EMPFANGEN.«
(MARGIT STRUNK, DIAKONISCHES WERK DES EVANGELISCHEN KIRCHENKREISES ALTENKIRCHEN)*

Diakonisches Werk
des Evangelischen
Kirchenkreises Altenkirchen
diakonie-altenkirchen.de
info@diakonie-altenkirchen.de



Der Weg dahin...

- **Anknüpfungspunkte finden:** In Altenkirchen sind Häuser der Familie (Mehrgenerationenhäuser) die ideale Schnittstelle, um den inklusiven Ansatz umzusetzen. Wo gibt es bei euch solche Orte, die bereits sehr gut inklusiv funktionieren? Denn: Wer gute Erfahrungen macht, engagiert sich viel eher.
- **Passgenaue Aufgaben:** Ein Beispiel sind Beratungs-Tandems, in denen Engagierte mit Behinderung ihre Expertise für die selbst erlebte Behinderung einbringen.
- **Barrierefreiheit:** Wechselt die Perspektive und versucht, alltägliche Hürden, die das Engagement erschweren könnten, zu minimieren. Bietet Informationen und Weiterbildungen auch in leichter Sprache an.
- **Zeit einplanen:** Haltet Ressourcen für die Anleitung, Begleitung und Schulung bereit.
- **Digitale Medien:** Wenn in eurer Zielgruppe digitale Geräte und Kenntnisse fehlen: Schult die Menschen und leiht ihnen Geräte! Das erhöht ihre Einsatzmöglichkeiten enorm.

© Diakonisches Werk des Evangelischen Kirchenkreises in Altenkirchen



EHRENAMT VERSTEHEN LERNEN

WESER-EMS
PERSPEKTIVEN E. V.



Das macht „Weser-Ems Perspektiven“:

2020 entstand das Frauenprojekt „FrauenSTÄRKEN in Bremerhaven“, initiiert vom Verein „Weser-Ems-Perspektiven“, als Lern- und Begegnungsort für Frauen mit und ohne Zuwanderungsgeschichte. Das Angebot bietet Unterstützung für eine soziale und berufliche Integration und hat sich als zentrale Anlaufstelle für geflüchtete Frauen etabliert.

So gewinnt „Weser-Ems Perspektiven“ neue Engagierte:

Eine wichtige Erfahrung der Verantwortlichen: Sind die Multiplikatorinnen in einer Community erreicht, wird alles einfacher. Deshalb sucht „Weser-Ems Perspektiven“ gezielt Vertreterinnen informeller Gruppen, etwa Ansprechpartnerinnen für syrische, arabische, türkische und kurdische Frauen in Bremerhaven und Umland. Sie aktivieren wiederum innerhalb ihrer Netzwerke Personen, sich bei Aktivitäten und eigenen Anliegen einzubringen.

*»WENN MENSCHEN ERKENNEN, DASS SIE ETWAS FÜR SICH UND IHR UMFELD ERREICHEN KÖNNEN, DANN ENGAGIEREN SIE SICH AUCH.«
(ANNELEN DE MORA, WESER-EMS PERSPEKTIVEN E. V.)*



Weser-Ems Perspektiven e. V.
weser-ems-perspektiven.de
info@weser-ems-perspektiven.de

Der Weg dahin...

- **Mitstreiterinnen finden:** Tretet an migrantische Selbstorganisationen oder an Integrationsstellen heran.
- **Kultur verstehen:** Bringt Verständnis dafür mit, dass soziale Unterstützungsstrukturen in anderen Kulturen anders gelebt werden. Das sogenannte Ehrenamt ist nicht in allen Kulturen gängig.
- **Informieren und erklären:** Ladet zu Informationsveranstaltungen oder Schulungen ein, um die hiesige Ehrenamtskultur kennenzulernen.
- **Sensibilisierung des Teams:** Schafft eine interkulturell offene Organisationskultur. Workshops und Supervision können dabei helfen.
- **Anders benennen:** Sich einzusetzen, muss nicht gleich Ehrenamt heißen. Bietet Möglichkeiten, eigene Projekte aufzusetzen. So wird die Idee vom Ehrenamt am besten erfahrbar.

© Weser-Ems Perspektiven e.V.



BREIT AUFGESTELLT

FAHRRÄDER BEWEGEN BIELEFELD E. V.



Das macht „Fahrräder bewegen Bielefeld (FBB)“:

Wer möchte, kann in einer der beiden Werkstätten des Vereins ein gespendetes Fahrrad unter fachkundiger Anleitung selbst reparieren und gleich damit losradeln. Im Jahr 2015 als Angebot für Geflüchtete gedacht, wurde das Projekt bald ausgeweitet. Inzwischen fahren mehr als 2.000 „Bielefeld-Pass“-Inhaber und -Inhaberinnen – das sind Menschen mit geringem Einkommen – auf einem FBB-Rad durch die Stadt.

So gewinnt „FBB“ neue Engagierte:

Angebote wie dieses Fahrradprojekt sprechen viele Menschen an und vereinen unterschiedliche Themen wie Mobilität, Nachhaltigkeit, Umweltschutz, Integration und Inklusion – in Sachen Nachwuchsgewinnung ein großer Vorteil. So lassen sich verschiedene Kooperationspartnerinnen und -partner einbinden und neue Zielgruppen unter potenzielle Engagierte erschließen. Freiwillige können sich inmitten der Themenvielfalt und innerhalb eines diversen Teams gut weiterentwickeln.

Fahrräder bewegen Bielefeld e. V.
fbb.bike
info@fbb.bike



Der Weg dahin...

- **Pflegt eure Netzwerke:** Viele Akteurinnen und Akteure aus der Stadtgesellschaft und aus anderen Organisationen können zum Erfolg beitragen, und man kann sich gegenseitig ergänzen bzw. unterstützen.
- **Erfindet euch neu:** Auch gute Ideen können sich ein wenig abnutzen. Den Ansatz zu schärfen oder auszuweiten, verbessert euer Angebot und hält euch beweglich und motiviert.
- **Keine Angst vor Fehlern:** Ein gemeinnütziges Projekt betritt immer Neuland – nicht alles wird gelingen. Aus möglichen Fehlern und Erfahrungen werdet ihr lernen.
- **Denkt an die Freude:** Wichtige Faktoren für Engagierte sind ein gemeinsames Ziel sowie Freude und Spaß an ihrer Aufgabe. Wie könnt ihr dafür sorgen? Es lohnt schon, darüber nachzudenken.
- **Beziehungspflege:** Einige der Ersten, die Fahrräder vom Verein erhalten haben, sind später unersetzliche Ehrenamtliche geworden.

© Fahrrad bewegen Bielefeld e.V.



ERNSTGEMEINTE MITSPRACHE

FÖRDERKREIS FÜR KINDER, KUNST UND KULTUR



Das macht der „Förderkreis für Kinder, Kunst und Kultur in Falkensee (KiKuK)“:

„KiKuK“ fördert Kinder mit einem vielfältigen Programm. Von Outdoor-Projekten, Ausflügen in Museen bis zu Besuchen an der Universität Potsdam.

So gewinnt der „KiKuK“ neue Engagierte:

Wer junge Engagierte gewinnen möchte, sollte offen für ihre Ideen und Vorschläge sein. Wer bei „KiKuK“ mitmacht, hat sofort volles Mitsprache- und Abstimmungsrecht – denn wer sich ernst genommen und respektvoll behandelt fühlt, macht lieber mit. Gleichzeitig müssen sich die Interessierten anfangs zu nichts verpflichten und können sich als „Schnuppernde“ einen ersten Überblick verschaffen. Das bietet Orientierung und hilft über Unsicherheiten hinweg, die einem Engagement im Weg stehen könnten.

»JEDES NEUE MITGLIED GEWINNT WIEDER EIN NEUES!« (DETLEF TAUSCHER, FÖRDERKREIS FÜR KINDER, KUNST UND KULTUR IN FALKENSEE E. V.)

Förderkreis für Kinder, Kunst und Kultur in Falkensee e. V.
kinderkuk-falkensee.de
vorstand@kinderkuk-falkensee.de



Der Weg dahin...

- **Denkt nicht in Positionen und Funktionen:** Positionen sind Mittel zum Zweck, und zwar für die Organisation, nicht für einzelne Personen.
- **Alle einbinden:** Bindet Mitglieder und die aktiven Engagierten in Entscheidungsprozesse ein. Das entscheidende Signal sollte sein: Hier darf sich jeder und jede einbringen.
- **Eine gute Mischung:** Besetzt euren Vorstand nicht nur mit erfahrenen Leuten, sondern achtet darauf, dass verschiedene Altersgruppen und Erfahrungslevel vertreten sind. Das bringt Schwung in euer Team und ist entscheidend für euren Erfolg.
- **Bühne frei:** Es muss nicht immer der Vorstand sprechen und fotografiert werden. Macht die Bühne frei für alle Engagierten und lasst diese tollen Menschen berichten, was sie tun.
- **Seid nicht zu streng:** Keine große Sache machen, wenn jemand mal nicht nach Plan handelt oder einen Termin absagt. Das Team ist da, um in solchen Situationen zu helfen.

© Förderkreis für Kinder, Kunst und Kultur in Falkensee





ENGAGIERTE ALS LEBENDIGE BÜCHER

FAMILIE(N)LEBEN E. V. (EHEMALS KALEB DRESDEN E. V.)



Das macht „Familie(n)leben“:

(Werdende) Familien erhalten bei „Familie(n)leben“ Unterstützung durch Beratung, Begleitung, praktische Hilfen, präventive Angebote bis zu Kriseninterventionen in Form eines Schwangeren- und Mütternotrufs sowie einer Babyklappe.

So gewinnt „Familie(n)leben“ neue Engagierte:

Das Zauberwort heißt Wertschätzung. Um sie zu zeigen, haben sich Mitarbeitende von „Familie(n)leben“ beim Berliner Anne-Frank-Zentrum in dem Erzähl-Format „Lebendige Bibliothek“ schulen lassen. Es funktioniert wie eine normale Bibliothek – nur, dass anstelle von Büchern Menschen ihre Geschichte erzählen. Bei Veranstaltungen können sich Gäste die „Lebendigen Bücher“ für etwa 20 bis 30 Minuten „entleihen“ und sich in 1:1-Gesprächen aus bestimmten Kapiteln eines Lebens oder Ehrenamts erzählen lassen. Damit werden Ehrenamtliche in ihrer Individualität ins Rampenlicht gerückt – das stärkt sie und inspiriert andere.

Familie(n)leben e. V.
kaleb-dresden.de
info@kaleb-dresden.de



Der Weg dahin...

- **Geschichten finden:** Begebt euch mit den Ehrenamtlichen auf Schatzsuche: Wer möchte seine Geschichte erzählen? Was haben er oder sie erlebt, das ihn oder sie besonders macht?
- **Mitgestalten lassen:** Wo und wie sollen die Erzählformate stattfinden? Seid offen für andere Orte, neue Kooperationen, neue Zielgruppen, neue Sprachen.
- **Begleiten und koordinieren:** Bereitet die Erzählenden auf ihren Einsatz vor. Ein Team von Helfenden sollte vor Ort für einen reibungslosen Ablauf sorgen.
- **Qualität statt Quantität:** Ein- oder zweimal im Jahr einen halben oder ganzen Tag, das reicht völlig aus für dieses besondere Format – und hält die Motivation der Beteiligten hoch.
- **Überraschen lassen:** Das Erzählen und Gehörtwerden weckt das Interesse aneinander und setzt gemeinsame Kräfte frei. Bei „Familie(n)leben“ sind so neue Ehrenamtliche hinzugekommen und neue Angebote entstanden.

© Kaleb | Dresden e.V.

© Power On e.V.



DEN SPIRIT ERHALTEN

POWER ON E. V.



Das macht „Power On“:

„Power On“ ging aus einem Freundeskreis junger Menschen um die Kirchengemeinde im Dorf Belitz hervor. Der Verein organisiert mit vielen Ehrenamtlichen unterschiedlicher Konfessionen Bildungsprojekte und Feriencamps für Kinder und Jugendliche aus den umliegenden Dörfern und bestärkt sie darin, sich für ihre Mitwelt einzusetzen.

So gewinnt „Power On“ neue Engagierte:

Die Organisationskultur zeichnet sich durch eine durchdachte Weitergabe von Wissen, Verantwortung und Feedback aus. Von der „Gründergeneration“ wohnen inzwischen nicht mehr alle vor Ort. Damit es trotzdem weitergeht, gibt es in Belitz ein Mentoringprogramm, mit dem die Älteren ihre Erfahrungen an den Nachwuchs weitergeben. Wichtig dabei: Achtsamkeit, Bestärkung, Weiterbildung und Spiritualität.

Der Weg dahin...

- **Der Spirit:** Ermöglicht jungen Menschen, ihre eigenen Leidenschaften zu entwickeln! Haltet ihnen möglichst den Rücken frei und begleitet sie durch Gespräche, Achtsamkeitsübungen und Weiterbildungsangebote.
- **Wissen weitergeben:** Setzt für euch Selbstverständliches nicht als gegeben voraus! Es lohnt sich, Erfahrungswissen weiterzugeben und Zeit in Mentoring zu investieren.
- **Feedback geben:** Für Engagierte kann es frustrierend sein, keine Reaktion zu erfahren. Reaktionen müssen nicht immer Lob sein, manchmal reicht auch ein „Danke“, ein „Wie geht es dir damit?“ oder auch ein Tipp, wie etwas noch besser funktionieren könnte. Um an neuen Aufgaben wachsen zu können, braucht es Feedback.

Power On e. V.
poweron-org.com
leitung@poweron-org.com





CHECKLISTE

Jede Organisation ist anders – und damit auch jede Organisationskultur. Trotzdem gibt es einige Dos and Don'ts in Bezug auf zufriedene Engagierte und eine positive Atmosphäre im Team. Es lohnt sich, sie im Kopf zu behalten!

Dos and Don'ts für eine gute Organisationskultur

DO!



Danke sagen: Am besten sehr oft und gerne auch einmal auf ungewöhnliche Weise.

Freiheiten lassen: Engagierte einfach mal ausprobieren und eigene Ideen umsetzen lassen.

Rahmen vorgeben: Orientierung braucht es trotz aller Freiheiten.

Nachvollziehbar handeln: Als Organisation transparent und berechenbar in ihren Entscheidungen sein.

Werte leben: Haltung zeigen und gemäß der eigenen Werte handeln.

DON'T!



Glauben, nichts verändern zu müssen: Never change a winning team – dieser geflügelte Satz stimmt leider nur so halb. Mit neuen Engagierten kommen immer auch neue Ideen, Erwartungen und Vorstellungen ins Team – deshalb gilt es, stets bereit für Veränderungen zu sein.

Konflikten aus dem Weg gehen: Erstens können aus kleinen Konflikten sehr große werden, wenn sie nicht offen besprochen werden. Zweitens sind Konflikte immer auch eine Chance, als Organisation und als Team zu wachsen.

Vergessen, zu feiern: Feste und Partys gehören unbedingt dazu. Und sich gegenseitig immer wieder auf die Schulter zu klopfen.

ÜBUNG

Werte sind wie ein innerer Kompass, sie navigieren das Handeln von Menschen. Sich in derselben Organisation zu engagieren, bedeutet nicht automatisch, dass alle Freiwilligen dieselben Werte teilen.

Wenn Menschen unterschiedliche Wertvorstellungen haben, kann das zu Konflikten führen. Deshalb ist es so wichtig, sich als Team darüber zu verständigen, welche gemeinsamen Werte für die Arbeit wichtig und welche Themen sensibler zu behandeln sind.

Gerade, wenn ein Team diverser wird, ist es an der Zeit, sich über gemeinsame oder eben unterschiedliche Wertvorstellungen auszutauschen. Als Hilfestellung für diesen Prozess soll diese Übung dienen:

Quelle (Grafik):

Angepasst aus dem Handbuch „Common Cause“, ein Leitfaden zu Werten und Rahmenbedingungen für Kämpferinnen, Community-Organisatoren, Verwaltungsbeamte, Aktivistinnen, Geldgeber, Politikerinnen und alle dazwischen, p. 13. www.valuesandframes.org

Die Übung ist angelehnt an Tools for Citizens (Civilsocietytoolbox.org, Methodenkarte 42) und Handbuch „Common Cause, S.13“ (valuesandframes.org)

1. Schaut auch die Wertekreise an.
2. Tauscht euch in 2er- oder 3er-Teams darüber aus, welche dieser Werte für euch „gar nicht gehen“ und auf welche ihr euch gemeinsam verständigen wollt.
3. Haltet die so gesammelten Werte auf zwei Flipcharts in der großen Gruppe fest („Gemeinsame Werte“ und „Geht gar nicht“).
4. Nun vergebt Punkte oder Sterne für die wichtigsten Werte in eurer Organisation. Sie bilden eine gute Grundlage für eure Zusammenarbeit. Auch ein gemeinsames Verständnis über die „No Go's“ kann identitätsstiftend sein.
5. Wichtig: Am Ende muss nicht über alles Konsens herrschen! In einem diversen Team ist das unwahrscheinlich. Gegenseitige Akzeptanz unterschiedlicher Grenzen und Sensibilitäten ist aber ein ebenso gutes Ergebnis.
6. Achtung: Gerade, wenn über persönliche Wertvorstellungen gesprochen wird, gibt es kein richtig oder falsch und keine Bewertungen untereinander.

Macht:
Gesellschaftliche Anerkennung, Wohlstand, Gesellschaftliche Macht, Autorität, Gesicht wahren

Konformität:
Selbstdisziplin, Höflichkeit, Respekt vor dem Alter, Gehorsam

Tradition:
Demut, Loslösung, Hingabe, Traditionsbewusst, Bescheiden, Eigenen Platz im Leben einnehmen

Errungenschaft:
Einflussreich, Ambitioniert, Erfolgreich, Fähig, Intelligent

Wohllollen:
Reife Liebe, Spirituelle Liebe, Vergebung, Ehrlichkeit, Hilfsbereit, Wahre Freundschaft, Sinn des Lebens, Verantwortungsvoll, Ergeben

Hedonismus:
Vergnügen, Zügellos, Das Leben genießen

Anregung:
Wagemut, Aufregung im Leben, Abwechslung im Leben

Universalismus:
Gleichheit, Großzügigkeit, Vereint mit der Natur, Eine Welt der Schönheit, Eine Welt des Friedens, Weisheit, Soziale Gerechtigkeit, Innere Harmonie, Umweltschutz

Selbstbezogen:
Freiheit, Neugier, Unabhängigkeit, Kreativität, Eigene Ziele wählen, Privatsphäre, Selbstachtung

Sicherheit:
Gesund, Sicherheit der Familie, Soziale Ordnung, Erwidern von Gefälligkeiten, Nationale Sicherheit, Zugehörigkeitsgefühl



MIT LEIDENSCHAFT ÜBERZEUGEN

ROLLKOLLEKTIV 4 TORE E. V.



Das macht das „Rollkollektiv 4 Tore e. V.“:

Die Skatekultur neu zu beleben, ist die Mission des „Rollkollektivs“. 2017 hat es in Neubrandenburg eine alte Industriehalle instand gesetzt und mit einem Parcours für Skateboards, BMX-Räder und Skooter ausgebaut – das spricht vor allem eine junge Zielgruppe an.

So gewinnt „Rollkollektiv“ neue Engagierte:

Für eine Sache zu brennen, ist natürlich eine gute Basis, um andere mitzureißen. Die Ehrenamtlichen im Projekt für Rollsportbegeisterte sind meistens selbst sportlich erfolgreich und damit Vorbild für die zum Teil noch kleinen Kinder, die in die frei zugängliche Halle kommen. Aktive und Engagierte sind hier oft identisch – denn die Anlage zu warten, neue Hindernisse zu bauen, Jüngeren Tricks beizubringen und die Erfolge auch digital mit der Welt zu teilen, gehört zur Kultur dieser Szene. Begeisterung, die zu sehen und zu spüren ist und viele Neue anlockt.

*»VERSUCHE DEINE LEIDENSCHAFT FÜR DEINE SACHE IN JEDEM GESPRÄCH SO DEUTLICH WIE MÖGLICH ZU MACHEN.«
(DANIEL JAHNKE, ROLLKOLLEKTIV 4 TORE E. V.)*

Rollkollektiv 4 Tore e. V.
rollkollektiv4tore.de
info@rollkollektiv4tore.de



Der Weg dahin...

- **Emotionen zeigen:** Vertretet euer Projekt mit Leidenschaft! So fasziniert ihr Menschen und bewegt sie zum Mitmachen.
- **Offen bleiben:** Sagt oft „Ja!“ zu neuen Ideen von Nutzerinnen und Nutzern. Wer die eigenen Ideen umsetzen kann, bringt sich gerne ehrenamtlich ein.
- **Jugendliche als Botschafterinnen und Botschafter:** Das „Rollkollektiv“ hat eine Digital-Werkstatt eingerichtet, in der die Kids Videos von ihren Skate- und BMX-Tricks für Instagram und TikTok produzieren – damit locken sie andere an.
- **Anerkennung von außen holen:** Bewertet euch um Preise. Eine Auszeichnung und Preisverleihung wirkt nach außen wie nach innen. Es schafft eine positive Atmosphäre, wenn das eigene Engagement anerkannt und gesehen wird.



GRENZEN ANERKENNEN, UMSTÄNDE AKZEPTIEREN

STERNENKINDER DUISBURG E. V.



Das macht „Sternenkinder Duisburg“:

Der Selbsthilfverein „Sternenkinder Duisburg“ steht Eltern zur Seite, die vor, während oder kurz nach der Geburt ein Kind verlieren. In unterschiedlichen Gesprächsformaten und Workshops stützen und unterstützen sich die Betroffenen bei der Trauerarbeit.

So gewinnt „Sternenkinder Duisburg“ neue Engagierte:

Langfristig Ämter zu besetzen und Leitungen für Trauergruppen zu finden, ist eine große Herausforderung für den Verein, nicht zuletzt wegen des emotional anspruchsvollen Themas. „Sternenkinder Duisburg“ setzt daher auf flexible Strukturen, Offenheit und Familienfreundlichkeit, um den zeitlichen Aufwand einzugrenzen und die Engagierten – in diesem Fall fast ausschließlich Frauen – langfristig zu binden.

*»ES IST ÜBERHAUPT NICHT SELBSTVERSTÄNDLICH, DASS SICH MENSCHEN FÜR EIN TABU-THEMA WIE DEN TOD ÖFFNEN UND SICH ENGAGIEREN. DAFÜR BEDANKEN WIR UNS IMMER WIEDER GANZ AUSDRÜCKLICH.«
(STEFFI CURUVIJA, STERNENKINDER DUISBURG E. V.)*



Sternenkinder Duisburg e. V.
sternenkinder-duisburg.de
st.curuvija@web.de

Der Weg dahin...

- **Verantwortung auf Probe:** Bevor sich jemand für die Gremienarbeit verpflichtet, bietet Interessierten an, zweimal als vollwertiges Mitglied zur Probe an Sitzungen aktiv teilzunehmen.
- **Pausen erlauben:** Wenn Engagierte aufgrund von beruflichen oder familiären Belastungen oder Krankheit die Arbeit nicht fortsetzen können, findet gemeinsam Lösungen, die einen Wiedereinstieg ermöglichen.
- **Keine Rechenschaft einfordern:** Gerade in einem emotional so belastenden Umfeld wie der Trauerbegleitung dürfen sich Engagierte auch mal plötzlich zurückziehen, ohne dies begründen zu müssen.
- **Familienfreundliches Umfeld:** Um auch junge Eltern in Verantwortung zu bringen, ist eine kinderfreundliche Atmosphäre wichtig. Sitzungen am Nachmittag mit Kinderbetreuung zum Beispiel erleichtern die Vereinbarkeit.





GEMEINSAM EINER VISION FOLGEN

ÜBER DEN TELLERRAND E. V.



Das macht „Über den Tellerrand“:

Gegründet in Berlin, ist „Über den Tellerrand“ mit seinen kulinarischen, kreativen und sportlichen Begegnungsangeboten für Menschen verschiedener Kulturen mittlerweile deutschlandweit und international aktiv.

So gewinnt „Über den Tellerrand“ neue Engagierte:

„Kommt, wie ihr seid!": Der Ansatz zur Gewinnung von Freiwilligen ist sehr niedrigschwellig. Der Verein macht Interessierten ein offenes, unverbindliches Angebot. Er bietet Orte und Gelegenheiten, um miteinander ins Tun zu kommen, teilt Wissen und Anleitungen zum Nachmachen, damit möglichst viele dezentral und trotzdem gemeinsam an der Ausgestaltung der Vision von einer vielfältigen Gesellschaft mitwirken können.

© Über den Tellerrand e.V.

»KOMMT, WIE IHR SEID‘ - DIESES ANGEBOT AN DIE FREIWILLIGEN HAT GROSSE WIRKUNG. DENN ORTE, AN DENEN MENSCHEN OHNE ERWARTUNG SEIN DÜRFEN, SIND SELTEN GEWORDEN.« (SARA NAFFATI, ÜBER DEN TELLERRAND E. V.)

Der Weg dahin...

- **Wissen teilen:** Unterstützt andere dabei, selbst aktiv zu werden und eure Angebote nachzuahmen. Gebt euer Erfahrungswissen weiter, im besten Fall verschriftlicht ihr es und stellt Ideen und Materialien über eure Website frei zur Verfügung.
- **Offenheit zeigen:** Ladet Interessierte ein, euren Verein bei kostenfreien Angeboten ganz unverbindlich kennenzulernen.
- **Entgegenkommen:** Ihr wollt mehr Engagierte aus dem ländlichen Raum gewinnen? Bringt mobile Angebote aufs Land und aktiviert zum Mitmachen.
- **Partizipation leben:** Gestaltet Angebote miteinander statt füreinander. Das bricht die Hierarchien zwischen Engagierten und Teilnehmenden und fördert eine Begegnung auf Augenhöhe.
- **Wir-Gefühl schaffen:** Ein Gemeinschaftsgefühl kann nur entstehen, wenn ihr euch miteinander beschäftigt. Verteilt Namensschilder an alle und beginnt eure Treffen mit einem moderierten Einstieg und endet mit einem gemeinsamen Abschluss.



Über den Tellerrand e. V.
ueberdentellerrand.org
team@ueberdentellerrand.org





GUTES TUN, DANN KOMMT GUTES ZURÜCK

FC VICTORIA
WITTENBERG 2014 E. V.



Das macht „FC Victoria Wittenberg 2014“:

Wegen ihres Frusts über alte, starre Vereine haben 18 Fußballbegeisterte den FC Victoria Wittenberg 2014 gegründet – einen modernen, sozial engagierten Verein ohne Leistungsdruck.

So gewinnt „FC Victoria Wittenberg 2014“ neue Engagierte:

Der Verein wächst, und mit jedem Zuwachs kommen auch neue Engagierte dazu, die Trainings leiten oder Spiele pfeifen. Was den Verein so anziehend macht? Der FC Victoria blickt über den eigenen Tellerrand hinaus und pflegt Teamgeist auch außerhalb des Rasens.

»BEI UNS WILL MAN TEIL DER FAMILIE SEIN.«
(SEBASTIAN DAHNE, FC VICTORIA
WITTENBERG 2014 E. V.)

FC Victoria Wittenberg 2014 e. V.
victoria-wittenberg.de
vorstand@victoria-wittenberg.de



Der Weg dahin...

- **Regelmäßiges eigenes Engagement:** Schon kleine, jährlich wiederkehrende Aktionen wie Weihnachten im Schuhkarton, Spendenaktionen für Krisengebiete oder ein Turnier für Menschen mit Behinderung stärken den Zusammenhalt im Verein.
- **Wertschätzung mal anders zeigen:** Ein engagierter Schiedsrichter zieht um? Ein willkommener Anlass, um ihm für seinen ehrenamtlichen Einsatz zu danken und Mitglieder zum Kistentragen zusammenzutrommeln. Nur ein Beispiel von unendlich vielen kleinen Gesten, die abseits von Ehrennadeln Wertschätzung zeigen.
- **Familienfreundlichkeit:** Mit einem großen Familiensportfest bindet ihr Eltern oder Kinder eurer Mitglieder ein und erntet für den nächsten ehrenamtlichen Wochenendeinsatz auf dem Platz bestimmt mehr Verständnis – oder gleich neue Aktive.
- **Spaß, Spaß, Spaß:** Spaß auf dem Platz und Spaß durch gemeinsame Ausflüge sorgen für eine positive Stimmung – die spricht sich herum und wirkt anziehend.
- **Sichtbare Organisationskultur:** Wenn es innen stimmt, dürft ihr das auch nach außen tragen. Mit Öffentlichkeitsarbeit, einem Vereinsleitbild und einer starken Marke.



BREITE BETEILIGUNG ERWÜNSCHT

KUNST- UND KULTURVEREIN
ZELLA-MEHLIS E. V.



Das macht der „Kunst- und Kulturverein Zella-Mehlis“:

Mit seinem Projekt „Aufwind“ lädt der Verein Menschen in Zella-Mehlis dazu ein, ihren Heimatort zu gestalten: lebendig, nachhaltig und generationenübergreifend. Angebote sind zum Beispiel ein Reparaturcafé, Gib- und Nimm-Märkte, gemeinsames Gärtnern oder eine Zukunftswerkstatt.

So gewinnt der „Kunst- und Kulturverein Zella-Mehlis“ neue Engagierte:

Beteiligung wird in Zella-Mehlis großgeschrieben: Wer mitmacht, darf auch mitentscheiden, wie ein neues Projekt gestaltet wird. Um dabei möglichst viele Perspektiven einzubeziehen, versteht sich „Aufwind“ als offenes Haus, setzt auf persönliche Einladungen, Kooperationen mit Schulen oder dem Naturschutzbund und bindet Jugend- und Seniorenbeiräte ein.

Kunst- und Kulturverein
Zella-Mehlis e. V.
aufwind-zm.de
post@aufwind-zm.de



Der Weg dahin...

- **Verbindendes Thema finden:** In Zella-Mehlis steht die Frage „Wie wollen wir leben?“ über allen Projekten. Das berührt Menschen unterschiedlichen Alters und verschiedener Hintergründe und ist der erste Schritt für ein breites Engagement.
- **Mitgestalten lassen:** Bezieht Ideen und Wünsche eurer Engagierten mit ein. Wer zum Beispiel mitgärtnert, sollte auch mitentscheiden dürfen, wie die Fläche bepflanzt wird.
- **Ein offenes Ohr haben:** Sucht Gespräche, notiert Vorschläge und helfte bei Fragen weiter. So schafft ihr Vertrauen und gewinnt Sympathie.
- **Fokus behalten:** Bei allen Ideen, die an euch herangetragen werden, traut euch, Nein zu sagen und bei eurem Kernanliegen zu bleiben.
- **Unterschiedliche Zugänge bieten:** Um möglichst viele Menschen zu erreichen, solltet ihr verschiedene Einstiege zum Mitmachen bieten: digital oder in Präsenz, einmalig oder regelmäßig.
- **Ungewöhnliche Verbindungen schaffen:** Schaut genau hin: Wer im Ort braucht etwas und wer hat etwas zu bieten? Mit ein bisschen Kreativität und Aufgeschlossenheit entstehen so ganz neue Netzwerke.



© FC Victoria Wittenberg 2014 e.V.
© Kunst und Kulturverein Zella-Mehlis e.V.

REFLEXIONSFRAGE



WAS NEHME ICH MIT?

In einem Ratgeber wie diesem steht eine ganze Menge an Informationen. Nicht alle sind relevant für eure Organisation. Aber bestimmt hat euch manches inspiriert, zum Nachdenken angeregt und euch auf neue Ideen gebracht. Damit diese Energie nicht gleich wieder verpufft, könnt ihr hier eure Erkenntnisse und Gedanken festhalten.

Noch ein letzter Tipp: Oft gehen gute Vorsätze und Ideen schnell im Alltag unter – deshalb sind

sie aber nicht komplett verschwunden und nicht weniger gut. Nehmt euch daher in ein paar Monaten diese Notizen noch einmal vor, vielleicht am besten vor dem nächsten größeren Teammeeting oder Strategietreffen. Dann markiert ihr sowohl die Ideen und Gedanken, die sich ohne großen Aufwand umsetzen lassen, als auch diejenigen, die vielleicht einen längeren Atem brauchen, aber das Potenzial haben, eurer Organisation den Nachwuchs zu sichern.

PLATZ FÜR EURE NOTIZEN







UNSERE ANGEBOTE FÜR EUCH

Beratung

Wendet euch für eure Anliegen rund um das Thema Engagement und Ehrenamt gerne an unser hallo-Team. Ihr erreicht uns unter der Telefonnummer **03981 4569-600** oder per Email unter **hallo@d-s-e-e.de**.

Ihr braucht konkrete Unterstützung in Finanzierungsfragen oder beim Thema Fördermittel? Vereinbart einen individuellen Beratungstermin – gemeinsam finden wir eine passende Lösung!



Qualifizierung

Ihr möchtet in bestimmte Themen tiefer einsteigen? Dann kommt in unsere Vereinsschule. Über 100 kostenlose Online-Veranstaltungen und Webinare, zugeschnitten auf die Bedürfnisse von Engagierten, warten jedes Jahr auf euch.



IT-Hilfe

Der Drucker spinnt? Eine Tabelle ist zerschossen? Das Videokonferenztool funktioniert nicht? Damit euch technische Probleme keine wichtige Engagementzeit kosten, bieten wir gemeinnützigen Organisationen kostenfreie IT-Hilfe an – via E-Mail, Telefon oder Bildschirmübertragung. In jedem Fall: ganz unkompliziert.



Impressum

Herausgeber

Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt
Vertretungsberechtigter Vorstand:
Jan Holze und Katarina Peranić
Woldegker Chaussee 35
17235 Neustrelitz

Projektleitung

Anna-Katharina Friedrich (DSEE)

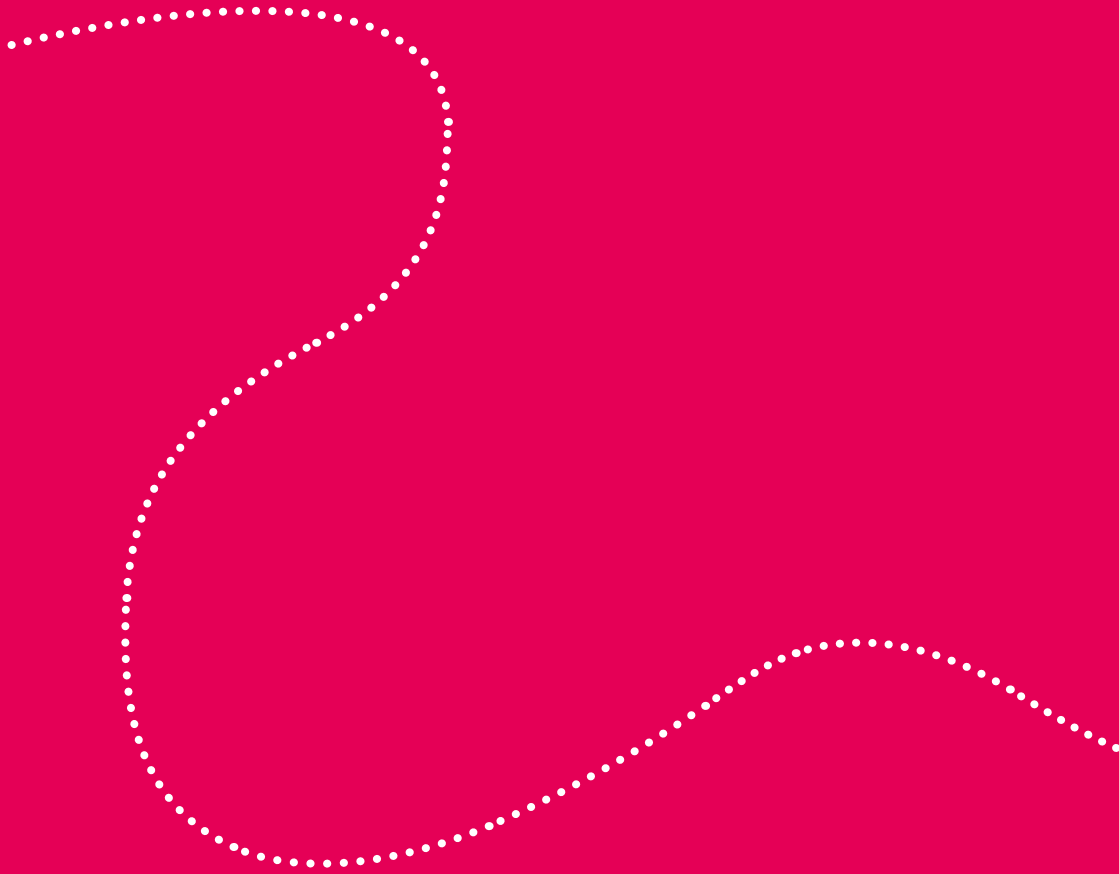
Redaktion

Kombüse - GmbH

Grafik/Design

lilazwei GmbH

Stand: Mai 2024



**Deutsche Stiftung
für Engagement
und Ehrenamt**