



ARBEITSMATERIAL FÜR MIGRANTEN- ORGANISATIONEN

**Forum der Kulturen Stuttgart e. V.
House of Resources**

Marktplatz 4 · 70173 Stuttgart
Tel. 0711/248 48 08-26
Fax 0711/248 48 08-88

hor-stuttgart@forum-der-kulturen.de
house-of-resources-stuttgart.de

Modul 3

Freiwilligengewinnung und Freiwilligenbindung 2.0

(aus der Seminarreihe Digitalverbunden 2020, Modul 3: Freiwilligengewinnung und -bindung 2.0)¹

Inhalt

1. Wer sind die Freiwilligen 2.0?
2. Wo und wie können junge Engagierte gewonnen werden?
3. Wie können junge Freiwillige nachhaltig motiviert und gebunden werden?

Viele migrantischen Organisationen sind mit dem Problem des Generationswechsels konfrontiert. Aber warum engagieren sich junge Menschen nicht in den (alten) Vereinsstrukturen? Auch das Stichwort Digitalisierung beschäftigt viele Vereine in Hinblick auf den mangelnden Nachwuchs. Neue Lösungen können Chance auf die Gewinnung von jungen Freiwilligen sein. Aber wer sind sie, die Freiwilligen 2.0? Mit dieser Frage beschäftigen Sie sich im vorliegenden Modul. Sie werden die Motivationen und Wünsche betrachten, die junge Menschen an ihr freiwilliges Engagement haben. Außerdem bekommen Sie eine Übersicht über die unterschiedlichen Kanäle, auf denen Sie Freiwillige gewinnen können. Sie erhalten Impulse und Ideen für die Kommunikation nach außen und auch für die interne Kommunikation in Ihrer Organisation. Auch wird Ihnen das Modul Hilfen an die Hand geben, wie Sie die neu gewonnenen Talente langfristig an sich binden können.

¹ **Hintergrundinformation zum vorliegenden Text aus der Reihe *Digitalverbunden 2020*:**

„Digitalverbunden 2020“ ist eine fünfteilige Reihe (5 Module) und beantwortet Fragen rund um das Thema Digitalisierung. Vereinsaktive erhalten Informationen über digitale Lösungen, die in der Praxis in verschiedenen Arbeitsbereichen angewendet werden können.

Die digitale Seminarreihe *Digitalverbunden 2020* wurde von Berliner Verein youvo e. V. – der Engagement-Plattform für Kreative - und dem Bundesverband Netzwerke von Migrantenorganisationen (NeMO) e. V. ins Leben gerufen. Das Forum der Kulturen Stuttgart e. V. leitet in gegenseitiger Absprache die Inhalte aus den Workshops als Multiplikator im Rahmen der Bildungsarbeit an die Stuttgarter migrantischen Organisationen weiter mit dem Ziel, diese durch diese Wissensvermittlung in dem wichtigen Prozess der Digitalisierung zu unterstützen.

Der Inhalt dieser Arbeitsunterlage stammt von

Stephanie Frost von *vostel volunteering UG*. Die digitale Engagementplattform *vostel.de* bringt Non-Profit-Organisationen, die Unterstützung benötigen, mit Menschen zusammen, die sich engagieren möchten.

1. Wer sind die Freiwilligen 2.0?

Das Unternehmen vostel volunteering UG ist eine Plattform für Freiwillige. Über diverse Kanäle erhob vostel volunteering die Daten von mehr als 13.000 Freiwilligen. Unter anderen wurden das Geschlecht, das Alter und die Bereitschaft sich zu engagieren abgefragt. Die Umfrage wurde zwischen April 2020 und Juli 2020 deutschlandweit durchgeführt. Zusammen mit dem Feedback und dem persönlichen Kontakt, der zu ehrenamtlich Engagierten und Partnerorganisationen besteht, entstand ein aussagekräftiger Datensatz, der gründlich ausgewertet wurde. Daraus ergab sich ein *Querschnitt von einem/einer Freiwilligen 2.0:*

18 – 35 Jahre alt

69 % leben in Großstädten

30 % leben in Klein- und Mittelstädten

75 % weiblich

23 % männlich

2 % divers

26 % haben einen Newcomer-Background

(Migrant*innen Expats Geflüchtete Studierende aus dem Ausland etc.)

Welche Motivation haben die Freiwilligen 2.0?

Die Hauptmotivation der jungen Freiwilligen ist:

Aktive Mitgestaltung der Gesellschaft	61,5 %
Persönliche Weiterentwicklung	42,8 %
Positive Entwicklung des direkten Umfelds	31,9 %
Umsetzung der politischen Haltung	20,8 %
Neue Leute kennen lernen	18,6 %
Ich "bin da so reingerutscht"	14,8 %
Das Gefühl gebraucht zu werden	13,9 %
Der Wunsch erhaltene Hilfe zurückzugeben	11,3 %
Inspiziert von einem engagierten Umfeld	10,3 %

Eigene Karriere vorantreiben	9,9 ‰
Neuer beruflicher Sinn	7,9 ‰
„Ein Taschengeld“ dazuverdienen	2,4 ‰
Ablenkung von Sorgen/ Frustration	1,5 ‰
An Ansehen gewinnen	0,6 ‰
Anderes	1,7 ‰

Quelle: *vostel-Umfrage 2020, n=1.075*

Bitte beachten Sie: Für Organisationen ist es wichtig, bei der Suche nach Freiwilligen mitzuteilen, *wie* diese an der aktiven Mitgestaltung der Gesellschaft beteiligt werden können, z. B. durch einen direkten Kontakt mit den Menschen. Freiwillige engagieren sich nur, wenn sie den *Sinn* und den positiven Effekt in ihrer ehrenamtlichen Tätigkeit sehen.

Welche Zielgruppen und Themen bevorzugen die Freiwilligen 2.0?

Themen und Zielgruppen von aktuell engagierten Personen oder Personen, deren Engagement bereits abgeschlossen ist:

Kinder & Jugendliche	33,8 ‰ / 39 ‰
Migrant*innen & Geflüchtete	27,4 ‰ / 31,4 ‰
Chancengleichheit & Vielfalt	27,2 ‰ / 20,8 ‰
Natur-, Umwelt- & Tierschutz	21,2 ‰ / 15,1 ‰
Demokratieförderung & Menschenrechte	22,9 ‰ / 10,7 ‰
Sport & Freizeitgestaltung	17,1 ‰ / 12,6 ‰
Zero Waste & Lebensmittelrettung	14,3 ‰ / 13,8 ‰
Frauen	13,5 ‰ / 5,0 ‰
Kunst, Musik & Kultur	11,1 ‰ / 11,9 ‰
Familien	8,4 ‰ / 10,7 ‰
Obdachlose Menschen	9,2 ‰ / 16,4 ‰
Armutsbekämpfung	11,6 ‰ / 8,8 ‰
Menschen mit Beeinträchtigung	9,9 ‰ / 9,4 ‰

Freiwilligendienst (FSJ, FÖJ, Wehrdienst)	7,7 % / 9,4 %
LGBTQI*	5,8 % / 3,1 %
Katastrophenschutz	3,0 % / 1,3 %
Gesundheitsbereich (Krankenpflege, Unfall- etc.)	3,0 % / 5,7 %
Senior*innen	5,8 % / 5,0 %
Freiwillige Feuerwehr	3,2 % / 1,3 %

Quelle: *vostel-Umfrage 2020, n=1.075*

Anschließend sehen Sie die Themen und Zielgruppen von den Personen, die sich noch nicht engagieren, aber am Ehrenamt interessiert sind:

Natur-, Umwelt- & Tierschutz	34,1 %
Chancengleichheit & Vielfalt	27,2 %
Kinder & Jugendliche	26,6 %
Migrant*innen & Geflüchtete	23,8 %
Demokratieförderung & Menschenrechte	23,3 %
Zero Waste & Lebensmittelrettung	20,06 %
Frauen	16,3 %
Kunst, Musik & Kultur	14,6 %
Armutsbekämpfung	14,2 %
Sport & Freizeitgestaltung	13,0 %
Menschen mit Beeinträchtigung	8,05 %
Obdachlose Menschen	8,1 %
Familien	6,2 %
LGBTQI*	6,1 %
Senior*innen	6,0 %
Gesundheitsbereich (Krankenpflege, Unfall- etc.)	4,5 %
Katastrophenschutz	4,1 %
Freiwillige Feuerwehr	2,8 %
Freiwilligendienst (FSJ, FÖJ, Wehrdienst)	2,6 %

Quelle: *vostel-Umfrage 2020, n=1.075*

In beiden Auswertungen ist deutlich zu erkennen, dass sich das Interesse der Ehrenamtlichen verlagert: In 2015 wurde das Thema „Migrant*innen und Geflüchtete“ stark nachgefragt, weil es die aktuelle politische Situation bestimmte. In 2020 steht der Bereich an der sechsten Stelle. Auch die Medienlandschaft steuert, wie und wo sich Menschen engagieren. Es ist sinnvoll, sich als Organisation immer wieder neu zu sortieren und das aktuelle politische und gesellschaftliche Geschehen zu reflektieren.

Fragen Sie sich:

- Können wir als Organisation neue Arbeitsbereiche schaffen, die das aktuelle Geschehen abbilden?
- Können wir beispielsweise eine Verbindung zwischen den aktuell beliebten Themen (etwa Natur-, Umwelt- und Tierschutz) und migrantischen Themen schaffen?

Welche Formate des Engagements bevorzugen die Freiwilligen 2.0?

Langfristig vs. kurzfristig

Wechselnde vs. immer gleiche Tätigkeiten

Direkter Kontakt mit der Zielgruppe?

Individuelle vs. feste Zeiteinteilung

Fachwissen einbringen

Mitgestalten vs. Ausführen

On- oder offline Volunteering

Grundsätzlich möchten sich die jungen Freiwilligen, die bereits engagiert sind, eher langfristig betätigen. Sie wünschen sich einen direkten Kontakt mit der Zielgruppe und wollen ihr Fachwissen einbringen. Die Freiwilligen möchten ihren Einsatz längerfristig planen und aktiv mitgestalten können. Deshalb sind sie auch offener dafür, sich offline, das heißt praktisch vor Ort, zu engagieren.

Junge Menschen, die noch kein Ehrenamt innehaben, haben eher Vorbehalte, sich langfristig im Verein zu engagieren. Um junge Menschen trotzdem an Ihre Organisation zu binden, können Sie z. B. sogenannte „Schnupper-Angebote“ anbieten (d. h. kurzfristige unverbindliche Tätigkeiten, die den jungen Menschen erlauben, sich im Arbeitsumfeld auszuprobieren und zu testen). Oft entsteht danach ein längerfristiges Verhältnis!

Grundsätzlich gilt für beide Seiten, also für die Organisation und für die Freiwilligen: Die richtigen Menschen sollen miteinander in Kontakt kommen! Es ist gut, sich selbst zu kennen, um Enttäuschungen zu meiden.

Fokus: Online-Volunteering

Ein nicht zu unterschätzender Teil der jungen Freiwilligen (ein Drittel der von *vostel* volunteering befragten Freiwilligen) kann sich prinzipiell vorstellen, sich sowohl online als auch offline zu engagieren. Im digitalen Ehrenamt gibt es viel Potenzial, welches die Organisationen nutzen können!

Warum ein Online-Engagement? Die Vorteile für junge Menschen sind:

- Flexibilität (Zeit und Ort)
- vielfältigere Projektauswahl (deutschland- und weltweit)
- Einbringen besonderer Fähigkeiten

Aber auch für die migrantischen Organisationen gibt es gute Gründe, sich mit dem Thema Online-Volunteering zu befassen. Einige davon sind:

- erhöhte Reichweite für die eigene Arbeit
- Inklusion nicht mobiler Menschen
- Expert*innen können erreicht werden

Die digitale Zusammenarbeit ist auch mit Herausforderungen verbunden. Folgende Punkte sind dabei wichtig:

Kommunikation (wie Einführung in die Arbeit, Absprachen etc.)

Lösungen für eine gelungene Kommunikation via Internet wären beispielsweise:

- Nutzung von einem Projektmanagement-Tool, z. B. Trello
- Gestaltung klarer Arbeitspakete

- Nennung von konkreten Ansprechpersonen
- Abhalten von regelmäßigen Online-Meetings

Einbindung und Teamgefühl

Wenn man online zusammenarbeitet, arbeitet man oft allein von Zuhause aus. Um das neue Teammitglied gut einzuarbeiten und der Person das Gefühl des Dazugehörens zu vermitteln, könnten folgende Ideen Einsatz finden:

- Organisation von Treffen, ggf. auch offline
- Einladung zu Veranstaltungen
- Raum für das Einbringen eigener Ideen
- Kennenlernen von anderen Aufgabenbereichen

Selbstwirksamkeit erleben

Da die Ehrenamtlichen oft nur einen Ausschnitt der gesamten Arbeit einer Organisation sehen, ist es besonders wichtig, das große Ganze im Auge zu behalten, die Ziele und die bereits geleistete Arbeit zu kommunizieren:

- die Vision und die Ziele des Projekts gut erklären
- erklären, warum die Aufgabe besonders wichtig ist
- Dankeschön sagen, Fotos machen, Postkarten schenken
- Ergebnisse kommunizieren

Wertschätzung

Damit die Ehrenamtlichen sich wohl fühlen und wissen, dass sie und ihre Arbeit geschätzt werden, ist es wichtig, Ihnen diese Wertschätzung auch immer wieder zu sagen und zu zeigen:

- Geben Sie regelmäßig ein Feedback!
- Führen Sie persönliche Gespräche (mindestens am Telefon)

Technische Voraussetzungen

Die Technik stellt nicht zuletzt oft eine große Herausforderung in der digitalen Zusammenarbeit dar. Schauen Sie, dass:

- Sie einfache, bekannte Tools verwenden
- Technik-Unterstützung anbieten
- Sie einen Spendenaufruf für die technische Ausrüstung starten

Fokus: Einstiegsprojekte – die Türöffnet



Foto: Pixabay

Unverbindliche *Feste* wie ein Sommer- oder ein Weihnachtsfest oder Ausflüge (1:1) sind für Freiwillige attraktiv, denn sie schaffen eine positive Grundatmosphäre. Der *Einblick in die Organisation* verschafft den ersten Überblick über die gelebten Werte. Für die Freiwilligen eine wichtige Erfahrung! Gleichzeitig sind solche unverbindlichen Einstiegsprojekte ein Vorteil für die Organisation selbst. Dadurch kann eine größere Anzahl an Freiwilligen erreicht werden und die Chance auf ein längerfristiges Engagement steigt.

In der Corona-Zeit, also einer Zeit, in der größere Versammlungen verboten sind und der Kontakt zu anderen Menschen eingeschränkt ist, könnte ein möglicher Türöffner eine unverbindliche *thematische Diskussionsrunde* mit einer Vorstellung der möglichen Anschlussaufgaben in der Organisation sein. Bei einer thematischen Diskussion spielt der Ortsfaktor weniger eine Rolle und sie eignet sich als guter Einstieg, um die Menschen und Aufgaben einer Organisation kennen zu lernen.

Fragen Sie sich:

- Welche Angebote können wir schaffen, damit noch nicht Engagierte sich unsere Organisation anschauen können?
- Welche unserer Angebote können wir digital anbieten?
- Gibt es Projektideen, die sich digital vielleicht besser umsetzen lassen als analog?

2. Wo und wie können junge Engagierte gewonnen werden?

Welche Informationen sind für die Freiwilligen 2.0 relevant?

Um die Frage danach, welche Informationen für die Freiwilligen besonders wichtig sind, zu beantworten, sollten Sie sich zuerst überlegen, welche Faktoren für die Auswahl des Engagements für junge Menschen ausschlaggebend sind:

Persönliche Relevanz des Themas

Hier ist es sinnvoll, dass Sie bereits eine genaue Beschreibung der Aufgabe zusammenfassen, bevor Sie auf Mitgliedergewinnung gehen. Hilfreich können dabei folgende Fragen aus der Sicht der Freiwilligen sein:

- Was wird von mir erwartet?
- Was kann ich (nicht) erwarten?

Gesellschaftliche Relevanz des Themas

Die jungen Interessierten werden ein großes Interesse daran haben, was die Vision und was die Ziele der Organisation sind. Vor allem werden Sie wissen wollen:

- Wie können sie selbst dazu einen Beitrag leisten?
- Was kann die Wirkung ihrer Tätigkeit sein?

Behalten Sie diese Fragen im Blick. Mit den Antworten auf diese Fragen können Sie junge Freiwillige für das Engagement in Ihrer Organisation gewinnen.

Nähe zum Wohnort

Auch die Nähe zum Wohnort spielt für viele Freiwillige eine Rolle. Wer die Arbeit (oder das Studium oder die Schule) mit einem freiwilligen Engagement verbinden möchte, benötigt beides in der Nähe, um flexibel zu bleiben und sich bestmöglich einzubringen.

*Empfehlung durch Bekannte und Freund*innen*

Die beste Werbung ist die Empfehlung durch andere. Unterschätzen Sie die Kraft der Weiterempfehlung nicht. Stellen Sie sich die folgenden Fragen:

- Wie ist die Teamkultur in Ihrer Organisation?
- Welche Formen der Anerkennung gibt es?
- Offensichtlich hat es jemanden in Ihrer Organisation gut gefallen – was hat diese Person konkret überzeugt?

Passende Zeitdauer / Passender Termin

Eine ehrenamtlich aktive Person ist oft stark an ihren Kalender gebunden, denn sie meistert mehrere Aufgaben (haupt- und ehrenamtlich) parallel. Die zeitliche Organisation des Engagements ist deshalb besonders wichtig für sie. Folgende Fragen spielen dabei eine Rolle:

- Wie lange kann ich mich engagieren?
- Wie regelmäßig sollte ich Zeit haben?
- Wo findet das Engagement statt?
- Kann ich mich auch online engagieren?

Gezielter Aufruf/Flyer etc.

Gezielte Aufrufe und Flyer spielen eine entscheidende Rolle bei dem Versuch, Engagierte zu finden. Ein ansprechend gestalteter Flyer verschafft Sichtbarkeit. Eine durchdachte Öffentlichkeitsarbeit, die für Aufmerksamkeit sorgt, ist eine wichtige Quelle für die Gewinnung von Menschen für Ihre gute Sache.

Quelle: voster-Umfrage 2020, n=1.075, vorläufige Auswertung

Über welche Kanäle erreichen Sie die Freiwilligen 2.0?

Laut der von voster volunteering durchgeführten Umfrage sind Familie und der Freundes- und Bekanntenkreis die größte Quelle, bei der sich junge Menschen über ein Engagement informieren. Erst dann informieren sie sich im Internet über Suchmaschinen oder direkt auf den Internetseiten der Organisationen über die Veranstaltungen, die an den Unis oder in den Schulen stattfinden:

- | | |
|--|--------|
| • Familie, Freund*innen und Bekannte | 45,8 % |
| • Internet-Suche (Google, Ecosia, etc.) | 18,8 % |
| • Uni-/Schulveranstaltungen | 15,8 % |
| • Webseiten der einzelnen Organisationen | 12,8 % |

Weitere weniger relevante Quellen sind u. a.:

- Online-Engagement-Plattformen/-Apps (Aktion Mensch etc.)
- Facebook-Gruppen und Facebook-Profil der Organisation
- Werbung im öffentlichen Raum
- Flyer und Broschüren
- Informationsveranstaltungen zum Thema Engagement
- Freiwilligen-Börsen/Messen
- Newsletter
- Beratung in einer Freiwilligen-Agentur
- Instagram-Profil der Organisation
- Blogs

- Onlinemagazine/-zeitungen
- Instagram Influencer*innen
- Instagram-Profilen von Engagementportalen
- Jobportale, z. B. LinkedIn, Xing
- Twitter

Quelle: *vostel-Umfrage 2020, n=1.075*

Um zu sehen, auf welchen Kanälen Ihre Organisation vertreten sein sollten, fragen Sie sich:

- Wen will ich erreichen und wen kann ich erreichen?
- Habe ich genügend Inhalte, die ich auf den Kanälen publizieren kann?
- Wie viele Ressourcen habe ich (finanziell und personell)?
- Was will ich kommunizieren?

3. Wie können junge Freiwillige nachhaltig motiviert und gebunden werden?

Laut der Umfrage wünschen sich die Freiwilligen als Anerkennung:

Persönliches Lob und Wertschätzung	48,2 %
Zertifikat/schriftliche Bestätigung für Engagement	39,0 %
Weiterbildungsangebote	34,0 %
Kostenerstattung (z. B. Fahrtkosten)	27,2 %
Ausflüge/gemeinsame Aktivitäten	25,7 %
Supervision/Reflexionsgespräche/Feedbackgespräche	25,2 %
Verpflegung vor Ort	20,9 %
kleine Geschenke zu besonderen Anlässen	7,3 %
pauschale Aufwandsentschädigung	7,2 %
Ehrenurkunde	5,0 %
öffentliche Danksagung	4,9 %

Quelle: *vostel-Umfrage 2020, n=1.075*



Foto: Pixabay

Wertschätzung vs. Anerkennung/Lob

Wertschätzung ist nicht gleichzusetzen mit Anerkennung oder Lob. Die Wertschätzung bezieht sich auf die generelle Achtung und den Respekt vor der Person. Die Anerkennung oder ein Lob sind vordergründig an Forderung und Leistung geknüpft. Wertschätzung sollte den Freiwilligen unabhängig von ihrer Leistung immer zugesprochen werden. Lob hingegen bezieht sich auf eine konkret ausgeführte Aufgabe, die der oder die Freiwillige ausgeführt hat.

Eine authentische Wertschätzung ist immer

- individuell
- präzise
- emotional

Die wertgeschätzte Person weiß, dass sie ganz persönlich mit der Wertschätzung gemeint wurde (z. B. „Vielen Dank, dass du dich so engagiert als Patin eingebracht hast.“), wofür sie wertgeschätzt wurde (z. B. „Durch dich hat der Mentee seine Schulnoten stark verbessern können und an Selbstbewusstsein gewonnen.“) und sie spürt, dass die Begegnung auf Augenhöhe stattfand (z. B. „Dafür danke ich dir sehr und hoffe wirklich, dass du noch lange bei uns bleibst.“).

Es gibt keine stillschweigende Wertschätzung!

Wie können Freiwillige 2.0 längerfristig gebunden werden?

Die schlechte Nachricht ist: Es gibt kein Programm und auch keine App dafür. Bindung hängt an der Motivation der einzelnen Person. Ihre wichtigste Aufgabe ist also, herauszufinden, was die Person motiviert!

Die *Bindung* kann stattfinden über...

...die Lösung eines Problems:

Sie melden der engagierten Person zurück, dass und wie genau ihr Beitrag bedeutsam für den Erfolg der gesamten Organisation ist.

...Netzwerken und persönliche Beziehungen

Sie laden die engagierte Person zu Veranstaltungen ein, ermöglichen Arbeit im Team, schaffen den Kontakt zu anderen Ehrenamtlichen, geben Zeit zum Austausch.

...Persönliche Entwicklung:

Sie ermöglichen Supervision, schaffen den Rahmen für Reflexionsgespräche, ermöglichen eine persönliche und theoretische Weiterbildung.

Fragen Sie sich:

- Zeigen wir unseren Ehrenamtlichen ausreichend Wertschätzung für ihre Arbeit?
- Auf welchen Wegen können wir Wertschätzung zeigen?
- Welche Vorteile bieten wir unseren Ehrenamtlichen, die sie nachhaltig motivieren, sich bei uns zu engagieren?

Sie suchen neue Ehrenamtliche. Aber was ist mit den bereits helfenden Händen? Wissen Sie, was ihre Motivation ist? Um es herauszufinden, reicht eine kleine Umfrage mit der Frage „Warum engagieren Sie sich?“ bei Ihren Ehrenamtlichen. So finden Sie heraus, ob die bereits ehrenamtlich Aktiven sich eher für das Thema, für das Team oder für die Aufgabe interessieren. Denn die Personen, mit denen man zusammenarbeitet und ihre Motivation für die Arbeit zu kennen ist ein Gewinn für Ihre ganze Organisation!

Quelle: youvo e. V., Stephanie Frost von vostel volunteering UG (haftungsbeschränkt)

Seminarreihe Digitalverbunden 2020, Modul 5 Digitalisierung im Verbund – mit freundlicher Unterstützung von youvo e. V. und Bundesverband Netzwerke von Migrantenorganisationen (NeMO) e. V.