



DEUTSCHER
LANDKREISTAG



Hauptamt stärkt Ehrenamt

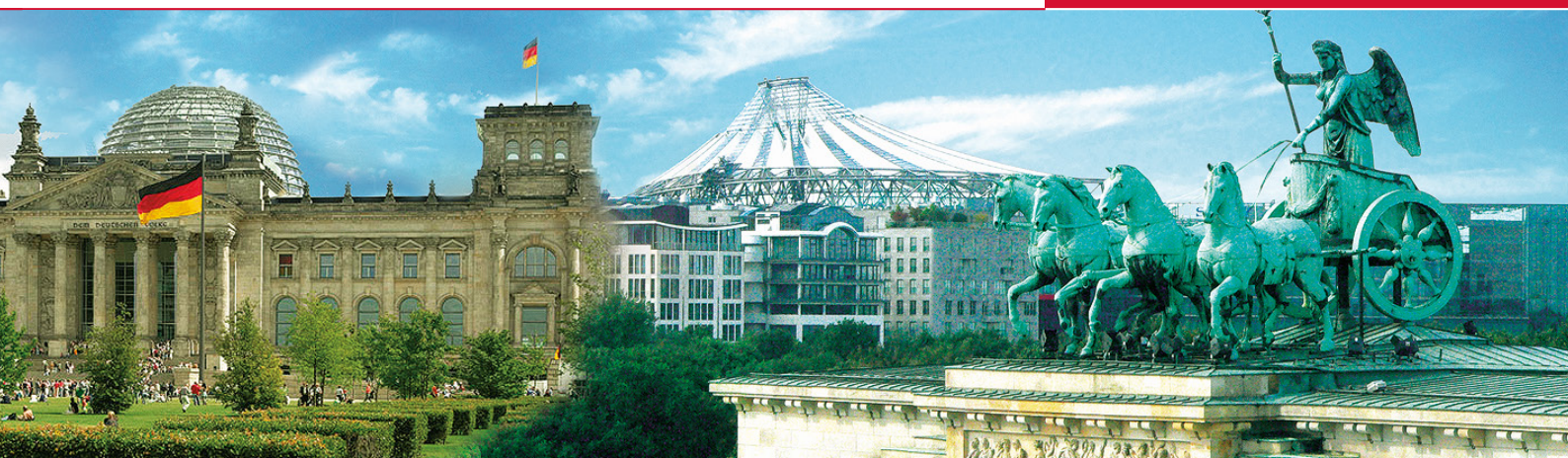
Ansatzpunkte, Ideen, gute Beispiele

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Schriften des Deutschen Landkreistages

Band 151

der Veröffentlichungen des Vereins für Geschichte
der Deutschen Landkreise e.V.

Herausgeber: Deutscher Landkreistag, Berlin
Redaktion: DLT-Pressestelle

Gesamtherstellung: Gödecke+Gut, Berlin

ISSN 0503-9185

Bildquellen

Seite 11 - Nastyaofly - envato

Seite 12 - Dim Hou auf Pixabay

Seite 35 - @FotoArtist - twenty20

Seite 56 - nodar77 - envato

Seite 70 - FabrikaPhoto - envato

Seite 83 - dvatri - envato

Seite 90 - DC_Studio - envato

Seite 93 - insidecreativehouse - envato

Seite 94 - jacoblund - envato

Vorwort

Bereits seit Anfang 2020 führt der Deutsche Landkreistag (DLT) zusammen mit 18 Landkreisen im Rahmen des Bundesprogramms Ländliche Entwicklung (BULE) das Verbundprojekt „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ durch.¹

Finanziert vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), stieß es in Politik und Öffentlichkeit auf großes Interesse. Ziel ist es, die Förderung des besonders in ländlichen Räumen so wichtigen Ehrenamts durch hauptamtliche Stellen des Landkreises in verschiedenen Modellen zu erproben und weiterzuentwickeln. Am Ende des Projekts sollen Erkenntnisse aus der Praxis für die Praxis stehen, um anderen Landkreisen als Basis für den Aufbau oder die Fortentwicklung der eigenen Strukturen zur Ehrenamtsförderung dienen zu können.

In der bei Projektbeginn nicht vorhersehbaren Corona-Pandemie spielte die digitale Welt und die Nutzung ihrer Möglichkeiten eine zwangsläufig herausgehobene Rolle. Die hier gewonnenen Erfahrungen bilden zum Teil wertvolle Zusatzkenntnisse, die über die Corona-Krise hinaus Wert und Bestand haben werden. Zum Teil konnten auch gemeinsam mit den ehrenamtlichen Gruppen erhebliche Schritte in die digitale Welt unternommen werden, die unter gewöhnlichen Umständen wohl deutlich verzögerter vollzogen worden wären.

Die vorliegende Handreichung erscheint sowohl als Print- wie auch als Digitalfassung. Letztere wird in Zusammenarbeit mit der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE) umgesetzt und auch auf deren Internetseiten verfügbar gemacht. Insgesamt hat sich im Zuge der Verbundprojektarbeit ein stetiger Kontakt und Austausch mit der DSEE entwickelt, nicht zuletzt auch um sicherzustellen, dass jede Seite von den Angeboten und Arbeiten

der anderen Seite weiß und keine unnötige Doppelarbeit erfolgt. Ziel ist es vielmehr, die Arbeit beider Seiten sinnvoll miteinander zu vernetzen. Dies findet nicht zuletzt auch darin Ausdruck, dass der Verbund in einem Fachbeirat der Stiftung vertreten ist.

Diese Darstellung kann und will weder „den einen“ vermeintlich richtigen Weg aufzeigen noch als eine Art Bedienungsanleitung missverstanden werden. Stattdessen soll die Handreichung – wo es passt mit Beispielen aus der Projektpraxis versehen – insbesondere die zu vollziehenden Schritte beschreiben und den dabei nutzbaren Instrumentenkasten vorstellen, samt Hinweisen auf Stolpersteine und Gelingensfaktoren sowie Checklisten.

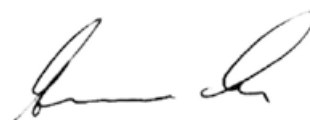
In diesem Sinne hoffen wir, dass die in diesem Abschlussbericht wiedergegebenen Erkenntnisse Früchte tragen und von möglichst vielen anderen Landkreisen und Gemeinden als wertvoller Impuls aufgegriffen werden.

Berlin, im Februar 2023

¹ Dazu Der Landkreis 2019, 763; Der Landkreis 2020, 76, 194, 254, 297, 338, 427, 740 und 810; Der Landkreis 2021, 63, 117, 198, 283, 353, 418, 498, 756 und 866; Der Landkreis 2022, 47



Foto: ZDF / Jana Kay



Prof. Dr. Hans-Günter Henneke
Geschäftsführendes Präsidialmitglied
des Deutschen Landkreistages

Grußwort

Menschen, die sich in Vereinen, Initiativen oder auch unabhängig davon einbringen, stärken das gemeinschaftliche Leben vor Ort. Das gilt in Städten und besonders in ländlichen Räumen, wo das ehrenamtliche Miteinander großgeschrieben wird. Dieses wertvolle Engagement, die damit verbundenen Begegnungen und vielfältigen Projekte sind für mich gelebter gesellschaftlicher Zusammenhalt.

Die Politik muss daher immer bestrebt sein, die bestmöglichen Rahmenbedingungen zu schaffen, damit dieses Engagement der Menschen seine Wirkung entfalten kann. Das heißt: Wir müssen Netzwerke stärken und Engagierten den Rücken freihalten, damit sie sich wirklich auf ihr Ehrenamt einlassen und sich damit identifizieren können. Wir müssen ihnen aber auch den Rücken stärken, denn nicht selten werden engagierte Menschen zur Angriffsfläche. Umso wichtiger ist es, dass wir ihre Leistungen für unsere Gesellschaft sichtbar machen.

In unserem Projekt „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ haben wir in ganz unterschiedlichen Teilen Deutschlands erprobt, was den Engagierten vor Ort tatsächlich hilft. Das Projekt fiel in eine Zeit, in der enorme zivilgesellschaftliche Ressourcen in unserem Land deutlich wurden. In der Bewältigung der Corona-Pandemie, der Flutkatastrophe im Ahrtal oder bei der Aufnahme von Menschen aus der Ukraine haben sich viele Menschen auch unabhängig von festen Strukturen engagiert. Dieses oftmals ungebundene, individuelle Engagement zu adressieren und zugleich die bereits etablierten Vereine und Initiativen

aktiv anzusprechen, war angesichts des Projektstarts zu Beginn der Pandemie keine leichte Aufgabe für die Landkreise.

Welche neuen Ideen die Landkreise in dieser Situation entwickelt haben und wo aus einer Krisensituation auch gute neue Ansätze entstanden sind, stellen sie Ihnen in diesem Leitfaden vor. Die Mitarbeitenden in den Anlaufstellen haben ihre Erkenntnisse aus der Praxis für Sie so aufbereitet, dass sie auch für andere Landkreise, Gemeinden und Interessierte wertvolle Anregungen geben, wenn es darum geht, hauptamtliche Anlaufstellen für Engagierte aufzubauen und so zur Stärkung von Begleitstrukturen für Engagement auf dem Land beizutragen.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre und hoffe auf zahlreiche Nachahmer – denn die Unterstützung von Ehrenamt und Engagement ist zugleich Förderung von Zusammenhalt und Demokratie!

Berlin, im Februar 2023



Foto: BMEL/Janine Schmitz/Photothek

Cem Özdemir
Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft

Inhalt

Vorwort	3	VI. Digitale Möglichkeiten	64
Grußwort	4	Vorab	64
I. Das Verbundprojekt	6	1. Anwendungsbereiche der Digitalisierung im Ehrenamt	65
1. Einordnung des Verbundprojektes „Hauptamt stärkt Ehrenamt“	6	2. Digitale Veranstaltungsformate	65
2. Voneinander lernen – der Aufbau des Projekts	6	3. Digitale Kommunikationswege	69
3. Arbeit auf drei Ebenen	7	4. Vereins- und Unterstützungsmanagement	77
4. Fünf Schwerpunktthemen	7	5. Fazit	
5. Kein Strohfeuer	7	VII. Einbindung externer Akteure	82
6. Besonderheiten der 18 Landkreise	10	Vorab	82
7. Die Themen-Cluster	15	1. Behördliche Partner	83
II. Umfrage zur Bedeutung des Ehrenamts in den Landkreisen	16	2. Einbindung von Städten und Gemeinden	85
1. Viele ehrenamtlich Tätige	16	3. Einbindung von Unternehmen	88
2. Vereine sind die wichtigste Organisationsform	16	4. Einbindung von Kreis- und Landesverbänden	90
3. Fluides Ehrenamt und Unterstützung durch den Landkreis	16	5. Netzwerkarbeit	91
4. Digitale Vernetzung birgt noch viele Potenziale	16	6. Was erschwert die Einbindung externer Akteure?	93
5. Zielgruppenübergreifende Gremien	17	7. Fazit	94
6. Ehrenamtsförderung ist unterschiedlich verankert	17	VIII. Ausblick – Wünsche, Erwartungen, Hoffnungen	95
7. Stolpersteine: Rechtsfragen und Nachwuchs	17	IX. An dieser Handreichung haben mitgewirkt	97
8. Gelingensfaktoren	18		
9. Unterstützung durch Landkreise und Private	18		
10. Förderprogramme und Verbesserungsvorschläge	18		
III. Anlaufstellen für Engagierte auf Landkreisebene – Bestandsaufnahme, Grundsatzfragen und organisatorische Entscheidungen	19		
Vorab	19		
1. Vorbereitungsmaßnahmen	20		
2. Ansiedlungsebenen und Organisationsformen	22		
3. Konzept	25		
4. Angemessene Ausstattung mit Personal und Budget	29		
5. Erste Schritte – los geht's	31		
6. Fazit	35		
IV. Zielgruppen	36		
Vorab	36		
1. Herangehensweise	37		
2. Praxisbeispiele	42		
3. Fazit	52		
V. Aktive Ansprache des Ehrenamts	53		
Vorab	53		
1. Die Auswahl der geeigneten Ansprache – mögliche Bewertungs- und Orientierungskriterien	54		
2. Beispiele	56		
3. Fazit	62		

I. Das Verbundprojekt

1. Einordnung des Verbundprojektes „Hauptamt stärkt Ehrenamt“

Die Bundesregierung hat sich zum Ziel gesetzt, ländliche Gebiete als attraktive, lebenswerte und vitale Lebensräume zu erhalten und gleichwertige Lebensverhältnisse in Deutschland zu schaffen. Daher fördert das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) mit dem Bundesprogramm Ländliche Entwicklung und regionale Wertschöpfung (BULE+) seit 2015 bundesweit innovative Ansätze der ländlichen Entwicklung. Das Kompetenzzentrum Ländliche Entwicklung (KomLE) in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) setzt das Bundesprogramm im Auftrag des BMEL um.

Ziel des BULE+ ist es, bundesweit Impulse für die ländliche Entwicklung und regionale Wertschöpfung zu setzen und über praxisnahes, zielgruppengerecht aufbereitetes Wissen langfristige Wirkungen zu erzielen. Neue Ideen und zukunftsweisende Lösungen für aktuelle und künftige Herausforderungen in ländlichen Räumen werden erprobt, unterstützt und systematisch ausgewertet. Die Erkenntnisse aus den geförderten Vorhaben liefern das nötige Wissen und praktische Empfehlungen, um erfolgreiche Konzepte auch auf andere Kommunen zu übertragen. So können gute Ideen überregionale Wirkung entfalten und weiterer Erprobungs-, Handlungs- und Forschungsbedarf aufgedeckt werden.

Das vom BMEL im Zeitraum von Januar 2020 bis Juni 2023 mit rund 6,5 Millionen Euro geförderte Verbundprojekt „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ ist Teil des BULE+. Ziel der 18 am Verbund beteiligten Landkreise war es, modellhaft erfolgversprechende und nachhaltige Strukturen zur Stärkung und Begleitung des Ehrenamts aufzubauen und zu verbessern. Der Deutsche Landkreistag (DLT) übernahm im Verbundprojekt die koordinierende Rolle.

2. Voneinander lernen – der Aufbau des Projekts

Mit dem nach längeren Erörterungen mit dem BMEL als Verbundprojekt gestarteten Modellprojekt wurde von allen beteiligten Akteuren sowohl aufseiten der Geförderten als auch aufseiten der Fördermittelgeber Neuland betreten. Das Besondere liegt darin, dass nicht wie bei Modellprojekten ansonsten üblich solitäre Einzelprojekte weitgehend unverbunden nebeneinander gefördert und von einem Dritten zusammenführend ausgewertet werden. Vielmehr sollen in diesem Verbundprojekt verschiedene Ansätze der hauptamtlichen Ehrenamtsförderung im Sinne der „**Schwarmintelligenz**“ und des „Lernens voneinander“ von Anfang an von



den geförderten Landkreisen im vertieften gemeinsamen Austausch und Arbeiten betrachtet und untersucht werden.

Die Auswahl der 18 Modelllandkreise erfolgte durch den das Verbundprojekt koordinierenden und begleitenden DLT in Abstimmung mit dem BMEL. Bei der Auswahl wurde gezielt darauf geachtet, dass zum einen Landkreise mit unterschiedlichem Erfahrungshintergrund bei der Ehrenamtsförderung zum Zuge kommen – gewissermaßen **vom Anfänger bis zum Routinier**. Zum anderen sollten auch möglichst verschiedene Formen der Ehrenamtsunterstützung in das Verbundprojekt einbezogen werden. Aufgrund der unterschiedlichen Ausprägungen und Besonderheiten des ehrenamtlichen Engagements etwa in West und Ost, aber auch mit Blick auf den Norden und den Süden sollten zudem alle Flächenländer abgedeckt werden und sowohl ländliche als auch eher ländliche Landkreise (maßgeblich war hier die Abgrenzung nach dem Thünen-Institut) sowie Landkreise mit unterschiedlicher sozioökonomischer Struktur vertreten sein, um ein möglichst weit gefächertes Bild erzeugen zu können.

Mit der Auswahl der Projektlandkreise sollte gewährleistet werden, dass ein **möglichst breites Spektrum** abgedeckt wird. Die Mehrzahl der ausgewählten Landkreise setzt auf eine verbesserte Vernetzung im Ehrenamtsbereich. Daneben sind auch gezielt an identifizierten Engpassfaktoren ansetzende Projektskizzen vertreten. Außerdem sind verschiedene Coaching- und Qualifizierungsansätze vom Projekt umfasst. Alle ausgewählten Projekte sind auf Verstärkung und dauerhafte Fortführung angelegt.

3. Arbeit auf drei Ebenen

Die Arbeit im Verbundprojekt wird auf verschiedenen Ebenen geleistet:

1. In etwa vierteljährlichen Abständen findet ein vom DLT organisiertes **Verbundtreffen** aller 18 Projektlandkreise im Beisein des BMEL und der Bundesanstalt für ländliche Entwicklung (BLE) statt, die den Verbund bei der finanziellen Abwicklung betreut. Bei diesen Treffen stehen neben projektorganisatorischen Aspekten insbesondere der Informationsaustausch zwischen den beteiligten Landkreisen sowie das gezielte Erörtern und inhaltliche Vertiefen ausgewählter thematischer Schwerpunkte auf der Tagesordnung, wobei für Letzteres zum Teil auch externer Sachverstand hinzugezogen wird.
2. Die eigentliche Arbeit im Verbundprojekt findet in den von den 18 Landkreisen gebildeten **Clustern** statt.
3. Zwischen den einzelnen Landkreisen findet schließlich ein intensiver **bilateraler Austausch** als Ausdruck des Lernens voneinander statt.

4. Fünf Schwerpunktthemen

Zum vertieften fachlichen Austausch wurden, orientiert an den jeweiligen Schwerpunkten der am Verbundprojekt beteiligten 18 Landkreise, thematisch ausgerichtete Cluster gebildet, die sich mit folgenden Themenstellungen befassen haben:

- Vorbereitungsmaßnahmen (Bestandsaufnahme und Grundsatzfragen), erste Schritte, Organisationsformen und Ansiedlungsebenen
- Möglichkeiten der aktiven Ansprache des Ehrenamts
- Nutzung der digitalen Möglichkeiten
- Einbindung von externen Akteuren
- Ansprache besonderer Gruppen

Die Cluster treffen sich regelmäßig und oft. Bei den Verbundtreffen wird aus den Clustern berichtet und über ihre (Zwischen-)Erkenntnisse und Schlussfolgerungen diskutiert.

Den 18 beteiligten Landkreisen steht eine über das BMEL bereitgestellte **gemeinsame Serverplattform** zur Verfügung, die die Projektkoordination und -steuerung erleichtert und in die auch von allen Akteuren weiterführende Dokumente eingestellt werden können. Alle 18 Landkreise führen zudem ein regelmäßiges und von allen einsehbares Projekttagebuch, das ebenfalls elektronisch verfügbar ist.

5. Kein Strohfeuer

Die 18 Projektlandkreise haben die Hoffnung und den Anspruch, dass mit Ablauf der Laufzeit von „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ kein Ende für die Projektarbeit verbunden ist. Die Verstetigung im jeweiligen Landkreis und das Ausrollen in die Fläche waren daher von Anfang an Projektbedingung und mitgedacht. Die Verbundlandkreise sind hier hoch motiviert und wollen ihren Teil zu einem erfolgreichen Gelingen beitragen. Sie sind nach der erfolgreichen Zusammenarbeit und dem stetigen Zusammenwachsen zudem fest entschlossen, den Verbund und den **Austausch untereinander** unter dem Dach des DLT fortzusetzen, nicht zuletzt, um über die Handreichung hinausgehend gemeinsam weitere Impulse zur Stärkung des Ehrenamtes setzen zu können.

Dazu trägt auch die **gute Vernetzung** über das eigentliche Verbundprojekt hinaus bei. So hat das Projekt an verschiedenen Fachveranstaltungen auf Landes- und Bundesebene teilgenommen. Besonders zu betonen ist hier die Zusammenarbeit mit der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE) in Neustrelitz.

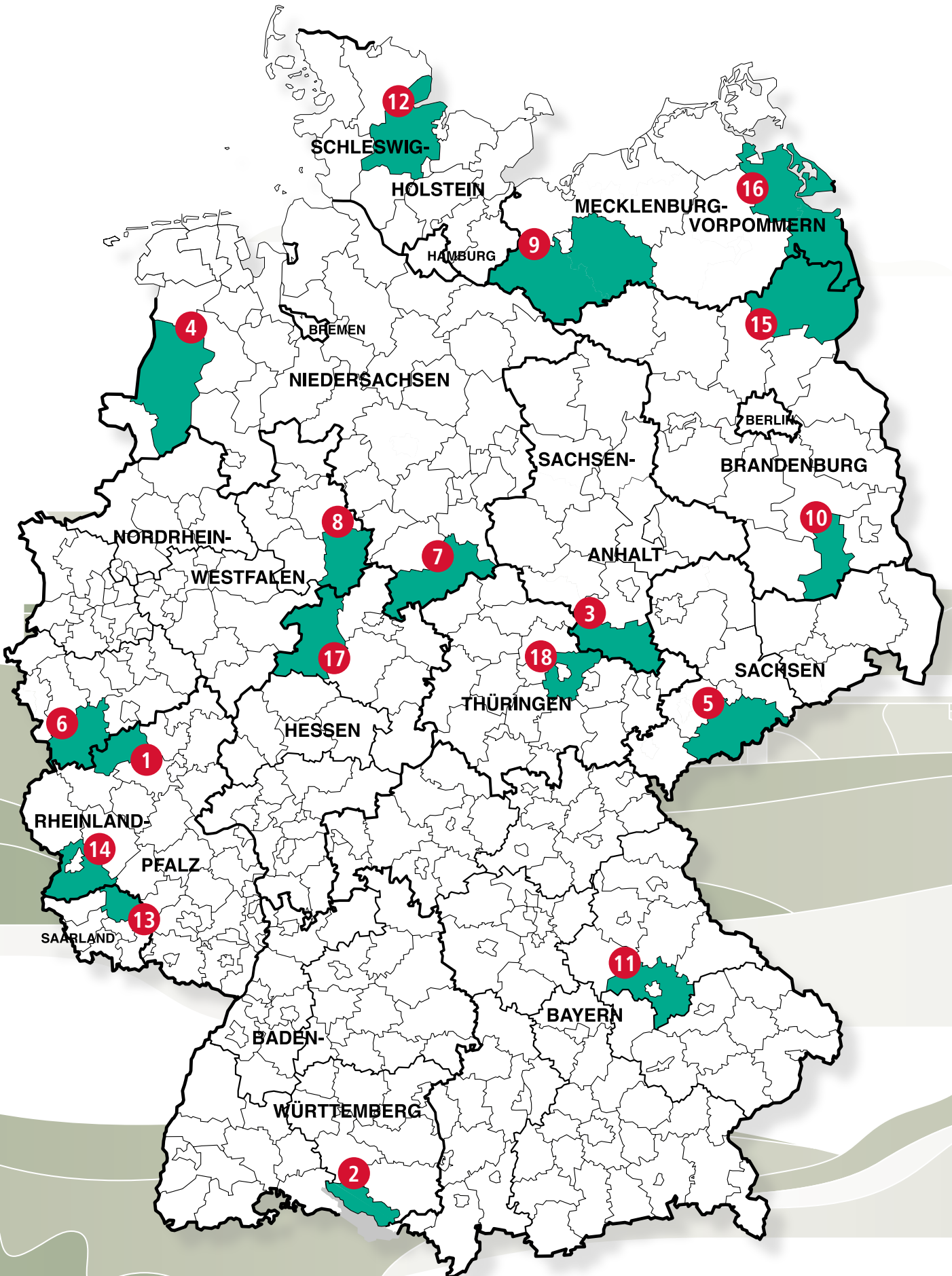
Der DLT und die Projektlandkreise haben darüber hinaus viel fachlichen Input eingeworben. So konnten sie für die Verbundtreffen **eine Reihe externer Referenten** gewinnen.

Aus all diesen verschiedenen Vorträgen unterschiedlichster Referenten ergab sich eine große Bereicherung des Verbundes, die sich auch in dieser Handreichung niederschlägt.



Deutsche Stiftung
für Engagement und Ehrenamt
Woldegker Chaussee 35
17235 Neustrelitz

hallo@d-s-e-e.de
www.d-s-e-e.de



1

LANDKREIS
Ahrweiler

Rheinland-Pfalz

Fläche km ² :	787
Einwohner:	130.479
Dichte EW/km ² :	166
Thünen-Kategorie:	1

2

Bodenseekreis

Baden-Württemberg

Fläche km ² :	665
Einwohner:	218.885
Dichte EW/km ² :	329
Thünen-Kategorie:	3

3

Burgenlandkreis

Sachsen-Anhalt

Fläche km ² :	1.413
Einwohner:	176.333
Dichte EW/km ² :	125
Thünen-Kategorie:	4

4

LANDKREIS
Emsland

Niedersachsen

Fläche km ² :	2.881
Einwohner:	331.397
Dichte EW/km ² :	115
Thünen-Kategorie:	2

5

Erzgebirgskreis

Sachsen

Fläche km ² :	1.828
Einwohner:	330.279
Dichte EW/km ² :	181
Thünen-Kategorie:	4

6

KREIS
Euskirchen

Nordrhein-Westfalen

Fläche km ² :	1.249
Einwohner:	194.701
Dichte EW/km ² :	156
Thünen-Kategorie:	1

7

LANDKREIS
Göttingen

Niedersachsen

Fläche km ² :	1.755
Einwohner:	322.276
Dichte EW/km ² :	184
Thünen-Kategorie:	3

8

KREIS
Höxter

Nordrhein-Westfalen

Fläche km ² :	1.200
Einwohner:	141.930
Dichte EW/km ² :	118
Thünen-Kategorie:	1

9

LANDKREIS
Ludwigslust-Parchim

Mecklenburg-Vorpommern

Fläche km ² :	4.752
Einwohner:	211.844
Dichte EW/km ² :	44
Thünen-Kategorie:	1

10

LANDKREIS
Oberspreewald-Lausitz

Brandenburg

Fläche km ² :	1.223
Einwohner:	107.558
Dichte EW/km ² :	88
Thünen-Kategorie:	4

11

LANDKREIS
Regensburg

Bayern

Fläche km ² :	1.392
Einwohner:	195.225
Dichte EW/km ² :	140
Thünen-Kategorie:	2

12

KREIS
Rendsburg-Eckernförde

Schleswig-Holstein

Fläche km ² :	2.190
Einwohner:	276.053
Dichte EW/km ² :	126
Thünen-Kategorie:	1

13

LANDKREIS
Sankt Wendel

Saarland

Fläche km ² :	476
Einwohner:	86.170
Dichte EW/km ² :	181
Thünen-Kategorie:	1

14

LANDKREIS
Trier-Saarburg

Rheinland-Pfalz

Fläche km ² :	1.102
Einwohner:	150.533
Dichte EW/km ² :	137
Thünen-Kategorie:	1

15

LANDKREIS
Uckermark

Brandenburg

Fläche km ² :	3.077
Einwohner:	117.336
Dichte EW/km ² :	38
Thünen-Kategorie:	4

16

LANDKREIS
Vorpommern-Greifswald

Mecklenburg-Vorpommern

Fläche km ² :	3.946
Einwohner:	235.773
Dichte EW/km ² :	60
Thünen-Kategorie:	1

17

LANDKREIS
Waldeck-Frankenberg

Hessen

Fläche km ² :	1.849
Einwohner:	156.953
Dichte EW/km ² :	85
Thünen-Kategorie:	1

18

LANDKREIS
Weimarer Land

Thüringen

Fläche km ² :	804
Einwohner:	82.210
Dichte EW/km ² :	102
Thünen-Kategorie:	4

6. Besonderheiten der 18 Landkreise

Im Folgenden werden die Verbundpartner kurz vorgestellt.



LANDKREIS

Ahrweiler

Der Landkreis Ahrweiler macht die zahlreichen Vereine in seinem Projekt „Weitermachen! Kreis Ahrweiler“ fit für die Zukunft. Eine in Kooperation mit der Kreisvolkshochschule gegründete Ehrenamtsschule bietet Vereinsvorständen ein umfassendes Qualifizierungsangebot. Ehrenamt-Seniorexperten stehen engagiertem Vereinsnachwuchs mit ihrer Erfahrung und ihrem Wissen bei schwierigen Herausforderungen zur Seite, und das Internetportal mit der App „Mein Beitrag“ bringt engagierte Kreisbewohner und Nachwuchskräfte mit Vereinen und Initiativen zusammen und unterstützt beide Seiten gleichermaßen in ihrem ehrenamtlichen Engagement.



LANDKREIS

Emsland

Der Landkreis Emsland schafft als Flächenkreis dezentrale Strukturen für die Engagementförderung. Neben der Vernetzung von Akteuren und Einrichtungen im Bereich des freiwilligen Engagements stehen das bedarfsgerechte Angebot von Fortbildungen für Ehrenamtliche, die Anerkennung des freiwilligen Engagements und Möglichkeiten der Kooperationen mit Unternehmen und Bildungseinrichtungen im Fokus.



Bodenseekreis

Egal, ob man bereits ehrenamtlich engagiert ist oder einfach Lust auf freiwilliges und ehrenamtliches Engagement hat: Mit der Projektstelle „Jung & Engagiert im Bodenseekreis“ möchte der Landkreis durch vielfältige Unterstützungsangebote ehrenamtliche Strukturen weiterentwickeln und für die Zukunft stärken. So werden Jugendprojekte gezielt gefördert, in zahlreichen Fortbildungen soziale, persönliche und fachliche Kompetenzen vermittelt und Vereine auch persönlich in allen Fragen rund ums Ehrenamt beraten.



Erzgebirgskreis

Im Zuge des Projektes wurden beim Landratsamt Erzgebirgskreis mit der „Fachstelle Ehrenamt“ Strukturen für die Unterstützung ehrenamtlich Engagierter geschaffen. Um diese weiter zu etablieren und zu verstetigen, wurden vor allem die Bereiche Beratung, digitale Strukturen, Öffentlichkeitsarbeit, Fortbildung und Schulung, Netzwerkarbeit sowie Nachwuchsförderung mit entsprechenden Angeboten unterstützt: Beispielhaft sind das Ehrenamtportal (kartengestützte Ehrenamtsdatenbank, Schwarzes Brett, Veranstaltungskalender), der Engagement-Ratgeber, die Engagement-Werkstatt ERZ als kooperatives Fortbildungsformat, das Ehrenamt des Monats zur Würdigung ehrenamtlich Engagierter sowie das Nachwuchsprojekt „HelDen für das Ehrenamt“ zu nennen.



Burgenlandkreis

Ehrenamt ist anspruchsvoll – deshalb unterstützt der Burgenlandkreis Ehrenamtliche durch passgenaue Qualifizierungen. Eine Ehrenamtskarte mit vielfältigen Rabatten und eine Imagekampagne würdigen ehrenamtliches Engagement und dienen zur Akquise von neuen Ehrenamtlichen. Beratung und Vernetzung helfen, die Ehrenamtslandschaft im Burgenlandkreis nachhaltig zu entwickeln.



Kreis

Euskirchen

Unter dem Namen „Ehrensache. Ehrenamtsagentur Kreis Euskirchen“ bietet der Kreis Euskirchen eine zentrale Anlaufstelle rund ums Ehrenamt an. Der Fokus liegt hierbei nicht nur auf dem allgemeinen Ehrenamt, sondern auch auf den ehrenamtlichen Tätigkeiten innerhalb der Gefahrenabwehr, etwa im Brand- und Katastrophenschutz. Die Rubrik „Ehrenamt des Monats“ leistet seit Januar 2021 einen wertvollen Beitrag zur Anerkennung und Wertschätzung des vielfältigen Engagements im Kreis Euskirchen.



Landkreis

Göttingen

Unter dem Motto „Gut informiert – vernetzt engagiert“ (GIVE) wird im Landkreis Göttingen eine Servicestelle Bürgerschaftliches Engagement aufgebaut. Das Team der Koordinationsstelle unterstützt den Austausch und die Vernetzung von Haupt- und Ehrenamtlichen, baut bedarfsgerechte Begleitstrukturen auf und macht bürgerschaftliches Engagement sichtbar. Eine zentrale Info-Plattform bietet hilfreiche Informationen für Engagierte, zum Beispiel zu Fördermöglichkeiten, Qualifizierungsangeboten sowie aktuellen Projekten und Themen.



Kreis

Höxter

Die Geschäftsstelle Ehrenamt im Kreishaus in Höxter ist zentrale Anlaufstelle für alle Ehrenamtlichen im Kulturland Kreis Höxter. Sie unterstützen die Ehrenamtlichen mithilfe von Informationen über verschiedene Kanäle (Webseite, Newsletter, Soziale Netzwerke, regionale Presse), durch Beratungen zu diversen Themen (Fördermöglichkeiten, Anerkennungsformen, etc.), die Schaffung von Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie mit Vernetzungstreffen. Über eine Ehrenamtsbörse werden Hilfsangebote und -gesuche im Kreisgebiet gebündelt, koordiniert und vermittelt, was zum Beispiel in der Corona-Krise sehr hilfreich war.



Landkreis

Ludwigslust-Parchim

Ehrenamt befähigen.
 Ehrenamt sichtbar machen.
 Ehrenamt entwickeln.
 Ehrenamt durch vielfältige Weiterbildungsmöglichkeiten befähigen. Dabei digitale Angebote neben althergebrachten Formaten einbinden und das Ehrenamt so weiterentwickeln und fit machen für die Zukunft. Das Ehrenamt sichtbar machen und die Bedeutung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt hervorheben.



LANDKREIS

Oberspreewald-Lausitz

Der Strukturwandel geht mit einem gesellschaftlichen Wandel einher, in dessen Rahmen jetzt auch der Weg für ein starkes Ehrenamt im Landkreis geebnet werden muss:

- Füreinander und Miteinander bei der Bewältigung des demografischen Wandels und der Regionalentwicklung für mehr Lebensqualität insbesondere in den ländlichen Gemeinden.
- Im Zusammenwirken mit den elf Gemeinden des Landkreises: Koordinierung des Ehrenamtes durch Aufbau von Vernetzungsstrukturen, Fördermittelakquise und bedarfsgerechte Beratung.
- Nach Ablauf des Projektzeitraums entsteht für das Ehrenamt eine stetige Anlaufstelle auf Landkreisebene.



LANDKREIS

Regensburg

Die Unterstützung von Vereinen gehört seit 2015 zu den Schwerpunktaufgaben der Freiwilligenagentur des Landkreises Regensburg. Auf Initiative von Landrätin Tanja Schweiger führte die Agentur damals erstmals ihre inzwischen bayernweit bekannte „Vereinsschule“ durch. Das Projekt „Das fliegende Lehrerzimmer – Vereinscoaching im ländlichen Raum“ geht einen Schritt weiter. Hier stehen einzelne Vereine mit ihren individuellen Problemlagen im Fokus. 30 Vereine unterschiedlicher Größe und Art bekommen passgenau auf sie zugeschnittene Workshops – draußen, vor Ort, in ihrer Gemeinde. Am Ende des Projekts soll ein möglichst allgemeingültiges Modell zum individuellen Coaching von Vereinen erarbeitet und in Form eines Leitfadens veröffentlicht werden.



KREIS

Rendsburg-Eckernförde

Das Projekt „De Kloormokers“ im Kreis Rendsburg-Eckernförde findet in Zusammenarbeit zwischen Kreisverwaltung und zwei sozialwirtschaftlichen Trägern heraus, wie erfolgreiche und nachhaltige Strukturen zur Stärkung des Ehrenamtes aufgebaut beziehungsweise verbessert werden können. Dabei legt das Projekt besonderen Nachdruck auf die Zusammenarbeit mit der lokalen Ebene und die Einrichtung fester Ansprechstationen. Die erste Zuständigkeit für



einzelne Bereiche wie z.B. Katastrophenschutz, Sport oder soziales Ehrenamt aber auch die Zusammenarbeit der jeweiligen Akteure soll festgelegt und erarbeitet werden.



LANDKREIS

Sankt Wendel

Typisch für den Landkreis: Jeder kennt jeden und wenn nicht, kennt man jemanden, der einen anderen kennt. Mithilfe von Digitalisierungsprozessen, Qualifizierungsangeboten und verschiedenen Beratungsformen werden die Vereine im Landkreis Sankt Wendel unterstützt. Um Ehrenamtliche schnell und einfach zu erreichen, werden sie durch Newsletter, Podcasts, DorfFunk sowie die Internetplattform www.vereinsplatz-wnd.de informiert. Die Zusammenarbeit mit den Gemeinden und Vernetzungspartnern spielt hierbei eine große Rolle.



LANDKREIS

Trier-Saarburg

Der rheinland-pfälzische Landkreis Trier-Saarburg unterstützt in seinem Teilprojekt vor Ort ein politisches Ehrenamt. Die 104 Ortsbürgermeister und Ortsbürgermeisterinnen des Landkreises werden durch Beratung, Information, Qualifizierung und Vernetzung im Themenschwerpunkt des demografischen Wandels begleitet und unterstützt, mit dem Ziel, dieses wichtige Ehrenamt – auch nachhaltig – zu stärken. Weiterhin verspricht sich der Landkreis durch diese Unterstützungsstruktur auch mittelbar eine Stärkung des Ehrenamtes in den Ortsgemeinden.



LANDKREIS

Waldeck-Frankenberg

Ehrenamt? Läuft!

#Präsenz
#Raum für Ideen
#Zuhörer
#Hilfe zur Selbsthilfe
#Vernetzung.

Ehrenamt? Läuft!

... setzt auf kreative und moderne Methoden,
... vernetzt Engagierte,
... gibt ihnen die Unterstützung, die sie brauchen.



LANDKREIS

Uckermark

- Eine Anlaufstelle für alle, auch zu Zeiten, in der keine Verwaltung geöffnet ist: <http://www.freiwillig.de>.
- Wie gelingt eine Würdigungs- und Anerkennungskultur für das freiwillige Engagement?
- Unterstützung des freiwilligen Engagements durch beständige Netzwerkarbeit.



LANDKREIS

Weimarer-Land

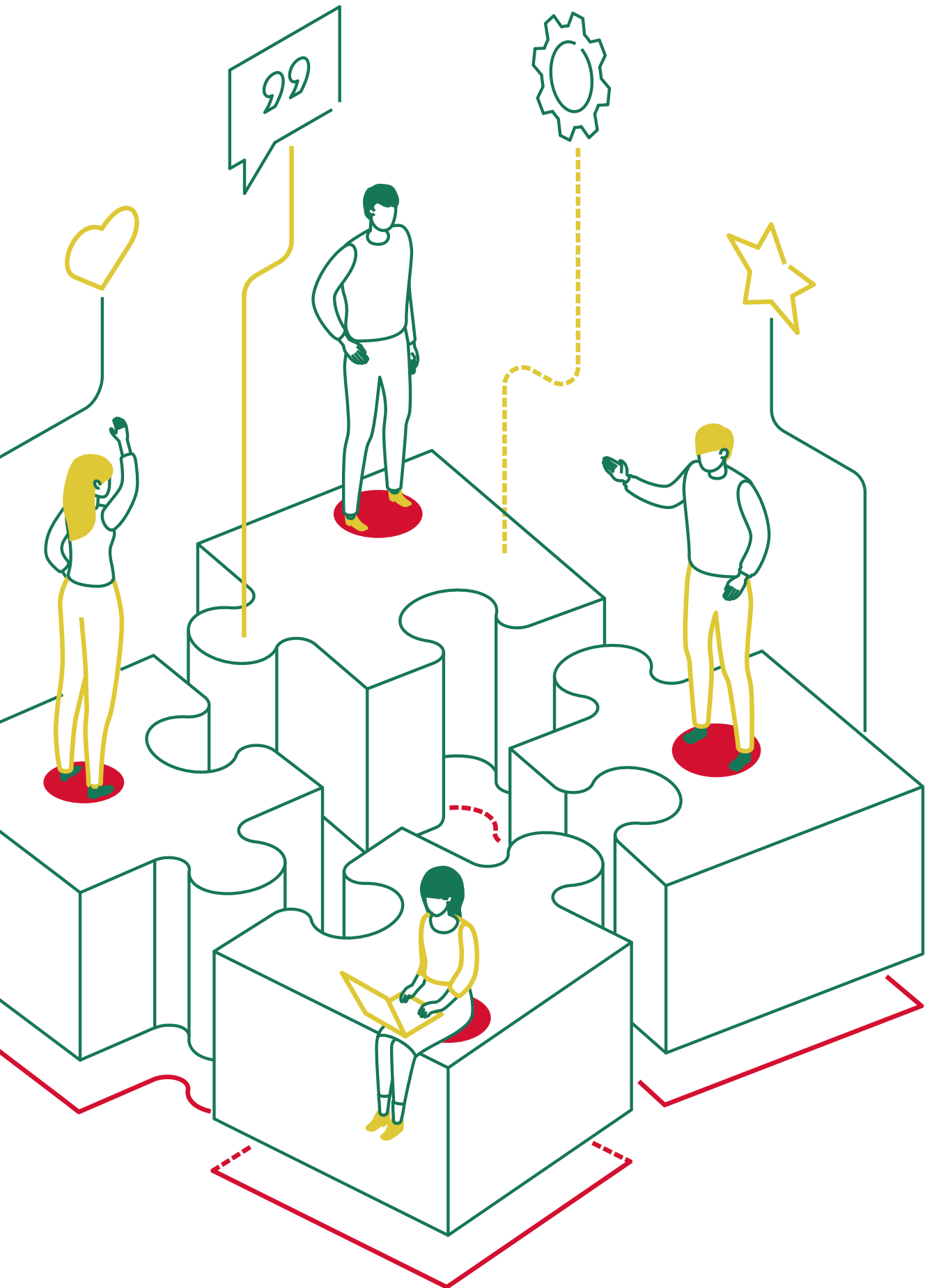
Das Ehrenamtszentrum ist die Anlaufstelle für Ehrenamtler im Weimarer Land. Beratung, Qualifizierung und Vernetzung gehören zu den Hauptarbeitsfeldern der engagierten Mitarbeiter. Mit öffentlichkeitswirksamen, verschiedenen Maßnahmen leistet das Ehrenamtszentrum einen wichtigen Beitrag, um die ehrenamtliche Arbeit vor Ort sichtbar zu machen.



LANDKREIS

Vorpommern-Greifswald

Der Landkreis Vorpommern-Greifswald ist der flächenmäßig drittgrößte Landkreis Deutschlands. Im Zentrum der Arbeit steht die Unterstützung der ehrenamtlich Engagierten durch Schulungen, Förderrecherche sowie Beratung und Planung der Öffentlichkeitsarbeit. Weitere Schwerpunkte sind das Arbeiten mit polnischen Partnern in der Grenzregion, der Ausbau der deutsch-polnischen Zusammenarbeit und die Zusammenarbeit mit der Universität Greifswald.



7. Die Themen-Cluster

Im Rahmen des Verbundprojektes wurden zu den verschiedenen Themenstellungen Cluster gebildet, die nachfolgend aufgeführt sind und ihre Aufgabenstellungen teilweise gemeinsam bearbeitet haben:

CLUSTER 1 und 3

„Vorbereitungsmaßnahmen (Bestandsaufnahme, Grundsatzfragen) und erste Schritte“ sowie „Organisationsformen und Ansiedlungsebenen“

Diese beiden zusammengefassten Cluster haben den Blick auf die **grundlegenden Weichenstellungen** gerichtet, die ein Landkreis vornehmen muss, wenn er hauptamtliche Engagementförderung zu seinem Thema machen oder ausbauen möchte. Es gibt keinen Königsweg hin zu erfolgreicher Engagementförderung. Die Größe und Infrastruktur eines Landkreises, der Charakter seiner Engagement-Landschaft, die Themen, Anliegen und Bedarfe der engagierten Bürgerinnen und Bürger und gemeinnützigen Organisationen – all das sind Faktoren, die berücksichtigt werden müssen, so das Ergebnis der Cluster-Mitglieder Emsland, Erzgebirgskreis, Göttingen, Regensburg, Vorpommern-Greifswald und Waldeck-Frankenberg.

CLUSTER 2

„Technische Ausgestaltung und verwaltungsorganisatorische (und -rechtliche) Umsetzung“

Es ging insbesondere darum, wo eine mögliche **Ehrenamtsstelle** verwaltungsorganisatorisch angesiedelt sein soll. Das Cluster wurde von allen Clustern als Querschnittsaufgabe bewältigt.

CLUSTER 4

„Möglichkeiten der aktiven Ansprache des Ehrenamts“

Dieses Cluster aus Bodenseekreis, Burgenlandkreis, Ludwigslust-Parchim, Rendsburg-Eckernförde, Sankt Wendel, Trier-Saarburg und Weimarer Land beschäftigte sich inhaltlich mit der aktiven Ansprache des Ehrenamts. Neben den verschiedenen Methoden der Ansprache flossen vor allem die Erfahrungen aus der Praxis in die Dokumentation des Clusters ein. Ziel der Clusterarbeit war die Erarbeitung einer allgemeinen Übersicht verschiedener **Ansprachemöglichkeiten**. Hierbei lag das Augenmerk insbesondere auf der Erarbeitung neuer Ansätze sowie dem Finden innovativer Lösungen.

CLUSTER 5

„Nutzung der digitalen Welt“

Wer an Ehrenamt denkt, hat oft ganz praktische Tätigkeiten vor Augen: Brände löschen, Kuchen backen, Sachspenden sortieren, Bäume pflanzen – all das funktioniert nicht digital, nicht hybrid und auch nicht cloudbasiert. Digitales ehrenamtliches Engagement wie Online-Nachhilfe oder **Online-Beratung** hat durch die Corona-Pandemie einen Aufschwung erfahren, ist bislang aber eine Nische. Trotzdem haben die Pandemie, aber auch Trends wie der Generationenwechsel oder die teilweise Professionalisierung im Ehrenamt dazu geführt, dass sich die digitalen Kompetenzen von Ehrenamtlichen deutlich erhöht haben. Die 18 Landkreise haben sich in Arbeitsgruppen zusammengeschlossen und die Themen miteinander bearbeitet. Die Ergebnisse bilden die Grundlage für diese Handreichung. Mitglieder des Clusters waren der Burgenlandkreis, Göttingen, Ludwigslust-Parchim, Sankt Wendel und der Uckermark.

CLUSTER 6

„Einbindung von externen Akteuren wie der Wirtschaft u.a.“

Vor allem zu Beginn der Clusterarbeit zeigte sich, wie vielfältig das Feld der externen Akteure sein kann und wie fein die Differenzierung erfolgen muss. Schwerpunktmäßig und beispielhaft erarbeiteten die Cluster-Landkreise Empfehlungen zu Akteuren, mit denen eine **Kooperation** angestrebt werden kann: behördliche Partner, Städte, Gemeinden und Bürgermeister, Unternehmen, Kreis- und Landesverbände und Netzwerke. Jeder Landkreis des Clusters aus dem Emsland, Euskirchen, Oberspreewald-Lausitz, der Uckermark und dem Weimarer Land hat modellhaft die Einbindung eines angesprochenen Akteurs erprobt und Handlungsempfehlungen dazu aufgestellt.

CLUSTER 7

„Ansprache besonderer Gruppen“

Das Cluster beschäftigte sich inhaltlich mit der Ansprache besonderer Zielgruppen. Auf Grundlage von wissenschaftlichen Modellen und Strategien ist ein Standard zur **Ansprache besonderer Zielgruppen** entwickelt worden, an dem sich die Verwaltungen der Landkreise orientieren können. Diese Modelle gehen vor allem auf die Ansprache zur Gewinnung Ehrenamtlicher und zur unterstützenden Betreuung und Begleitung Engagierter ein. Die Standards zur Ansprache wurden mit Praxisbeispielen der Verbundmitglieder Ahrweiler, Bodenseekreis, Euskirchen, Oberspreewald-Lausitz, Rendsburg-Eckernförde, Trier-Saarburg und Uckermark illustriert.

II. Umfrage zur Bedeutung des Ehrenamts in den Landkreisen

Zur Vorbereitung des Verbundprojektes hatte der Deutsche Landkreistag eine Online-Befragung unter allen Landkreisen durchgeführt, um die Ausgangsbasis für die Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements klar in den Blick nehmen zu können. Die Befragung mit dem Titel „Bedeutung und hauptamtliche Unterstützung des Ehrenamts in den Landkreisen“ fand Ende 2018 statt und damit vor der Corona-Pandemie.

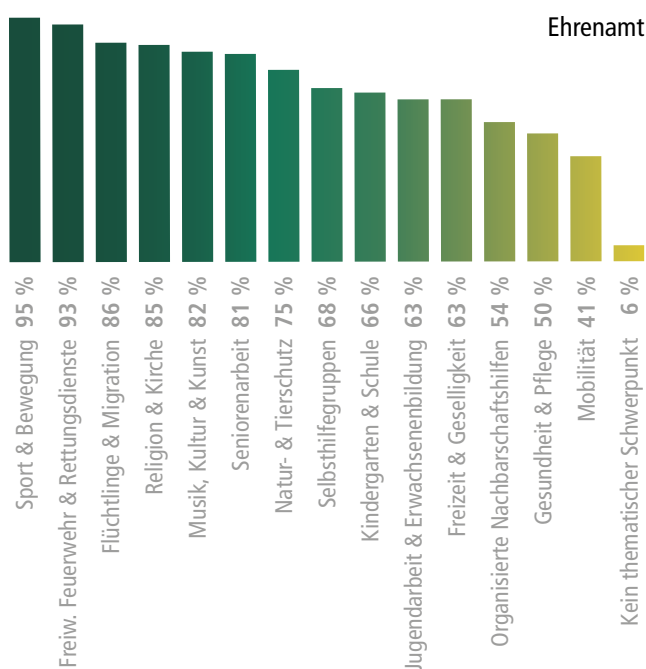
112 Landkreise (= 38 Prozent) hatten sich an dieser Befragung beteiligt. Die Ergebnisse stützen sich daher auf eine gute Basis und lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. Viele ehrenamtlich Tätige

Es gibt ein hohes Engagement: Die Landkreise schätzen den Anteil der Bürger, die sich ehrenamtlich engagieren, auf 40 Prozent oder mehr.

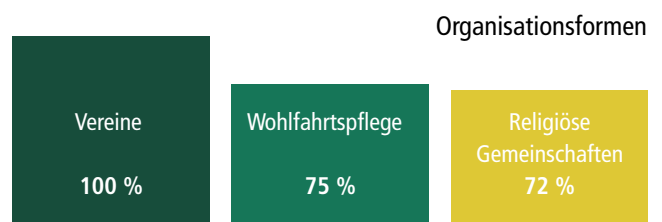
Ein breites Spektrum an Themen wird abgedeckt: Sport und Bewegung stehen im Vordergrund, gefolgt von Feuerwehr und freiwilligen Rettungsdiensten – also Themen, für deren Verwirklichung im Verbundprojekt eine ganze Reihe von Landkreisen steht.

Mehr Engagement wünschen sich die Landkreise häufig in der organisierten Nachbarschaftshilfe, im Bereich Gesundheit und Pflege, in der Mobilität sowie bei der Seniorenarbeit.



2. Vereine sind die wichtigste Organisationsform

Eingetragene Vereine werden eindeutig als wichtigste Organisationsform angesehen: Alle Befragten haben angegeben, dass Ehrenamtliche sehr häufig oder häufig in Vereinen oder Verbänden engagiert sind. 75 Prozent nannten außerdem die Träger der freien Wohlfahrtspflege, 72 Prozent religiöse Gemeinschaften.



3. Fluides Ehrenamt und Unterstützung durch den Landkreis

Fluides, das heißt projekt- oder anlassbezogenes Ehrenamt außerhalb der Vereine oder der Wohlfahrtspflege beziehungsweise der religiösen Gemeinschaften wird von einer Mehrheit der Landkreise (57 Prozent) zwar noch als weniger bedeutsam eingestuft, andererseits sehen bereits 39 Prozent diese Form des Ehrenamts als sehr häufig oder häufig an. Die Entwicklung bleibt hier abzuwarten. Die am Verbundprojekt beteiligten Landkreise gehen aber alle davon aus, dass das projekt- oder anlassbezogene Ehrenamt in den kommenden Jahren eher zunehmen wird.²

Gerade die dauerhafte Einrichtung einer Ehrenamtsförderung auf Landkreisebene kommt dem fluiden Ehrenamt besonders zugute, muss aber auch dessen Besonderheiten Rechnung tragen. Das gleiche gilt auch für Vereine und Verbände: Über 50 Prozent der Landkreise geben an, dass Vereine oder Verbände erhebliche finanzielle oder organisatorische Unterstützung durch den Landkreis erhalten.

4. Digitale Vernetzung birgt noch viele Potenziale

Fast 75 Prozent der Landkreise halten die **Öffentlichkeitsarbeit** für ein wirkungsvolles oder sehr wirkungsvolles

² Auch von der Niedersächsischen Enquetekommission „Rahmenbedingungen für das ehrenamtliche Engagement verbessern“ ist der Begriff „fluides Ehrenamt“ im Jahr 2022 besonders betont worden. (Nds. Landtag, Drs. 18/10800, S. 83, 99, 119 f.)

Instrument, um das Engagement zu steigern beziehungsweise um bisher nicht engagierte Menschen zu einem Engagement zu bewegen.

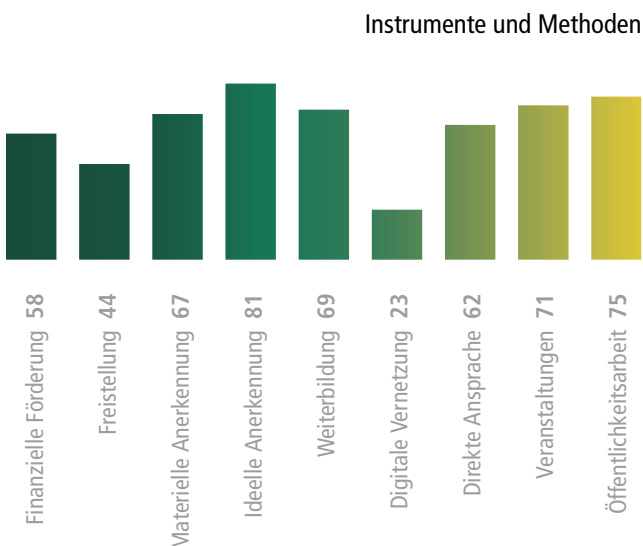
Veranstaltungen wie Ehrenamtsbörsen oder Vernetzungstreffen halten mehr als 71 Prozent für wirkungsvoll oder sehr wirkungsvoll. Die direkte Ansprache ist für über 62 Prozent der Befragten das wirkungsvollste Instrument. Lediglich 20 Prozent haben die ehrenamtlich Tätigen hingegen nicht direkt angesprochen.

Luft nach oben gibt es noch im digitalen Bereich. Fast 40 Prozent der Landkreise haben noch keine **digitale Vernetzung**, etwa über Ehrenamts-Apps, während über 20 Prozent dazu keine Angabe gemacht haben. Gut 23 Prozent halten die digitale Vernetzung für wirkungsvoll oder sehr wirkungsvoll, nur ca. 17 Prozent für weniger wirkungsvoll. Gerade hier besteht also erhebliches Potenzial zur intensiveren Nutzung der digitalen Vernetzung.

Darüber hinaus werden **Weiterbildungsangebote** für Ehrenamtliche von 69 Prozent der Befragten als wirkungsvoll oder sehr wirkungsvoll eingestuft. Freistellungen, Sonderurlaub und/oder **flexible Arbeitszeitmodelle** für Landkreismitarbeiter sind zudem aus Sicht von 44 Prozent der Landkreise wirkungsvoll oder sehr wirkungsvoll.

Weiterhin ist die ideale **Anerkennung** von ehrenamtlichem Engagement, zum Beispiel durch Auszeichnungen oder Veranstaltungen für mehr als 81 Prozent der Landkreise ein wirkungsvolles oder sehr wirkungsvolles Instrument. Die materielle Anerkennung, zum Beispiel durch Vergünstigungen über Ehrenamtspässe oder -karten, betrachten 67 Prozent der Befragten als wirkungsvolle oder sehr wirkungsvolle Methode.

Eine direkte **finanzielle Förderung** von Vereinen ist für 58 Prozent der Landkreise eine wirksame oder sehr wirksame Methode.



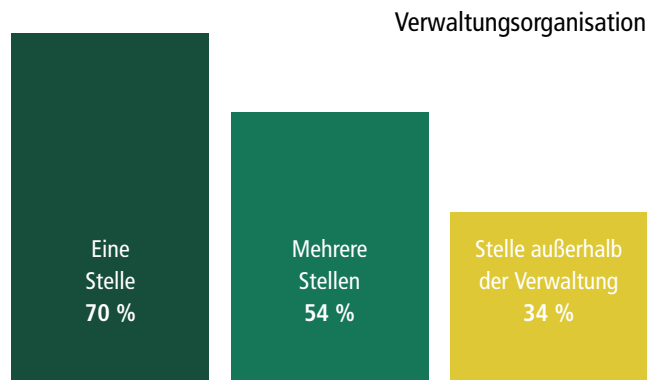
5. Zielgruppenübergreifende Gremien

75 Prozent der Landkreise haben zielgruppenübergreifende Gremien zum Thema Ehrenamt eingerichtet. An diesen sind meist neben dem Landkreis kreisangehörige Städte und Gemeinden, eingetragene Vereine, Träger der freien Wohlfahrtspflege und einzelne Engagierte beteiligt.

6. Ehrenamtsförderung ist unterschiedlich verankert

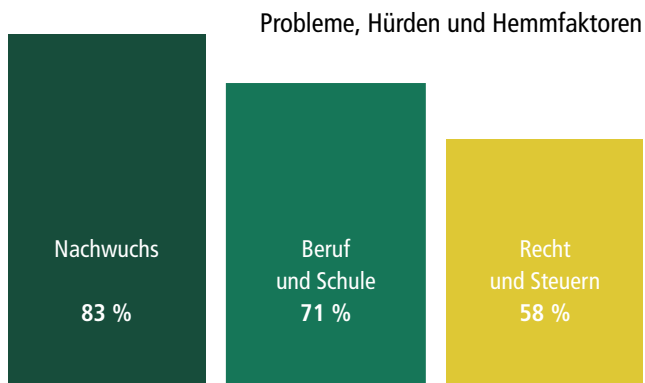
In organisatorischer Hinsicht sind es in 70 Prozent der Fälle mehrere **Stellen in der Kreisverwaltung**, die mit der Unterstützung von Ehrenamtlichen befasst sind. In 54 Prozent der Fälle ist es eine Stelle. 34 Prozent der Landkreise finanzieren eine Stelle außerhalb des eigenen Verwaltungsapparats (Mehrfachnennungen waren möglich).

73 Prozent der Landkreise haben einen **festen Haushaltstitel** für die Ehrenamtsförderung. Viele Aufgaben werden hierbei durch die Landkreise abgedeckt: Beratung, Vernetzung, Schulung, Auszeichnungen, Öffentlichkeitsarbeit. Etwa 50 Prozent sind aber der Auffassung, dass mehr Zeit und/oder finanzielle Mittel für diese Aufgaben benötigt werden.



7. Stolpersteine: Rechtsfragen und Nachwuchs

Stolpersteine, das heißt Probleme, Hürden und Hemmfaktoren fürs ehrenamtliche Engagement sind vor allem: Unsicherheit bei Ehrenamtlichen in Bezug auf rechtliche, steuerliche und versicherungstechnische Fragen (58 Prozent), hohe berufliche und schulische Belastung (71 Prozent) und Schwierigkeiten bei der Nachwuchsgewinnung (83 Prozent). Dabei wurden im Hinblick auf die Gewinnung von Nachwuchskräften besonders häufig die Freiwilligen Feuerwehren, der Katastrophenschutz und der soziale Bereich genannt. Auch haben Vereine oft Probleme, Nachwuchs für offizielle Funktionen – insbesondere im Vorstand – zu finden.



8. Gelingensfaktoren

Als mögliche Gelingensfaktoren, also Maßnahmen, um ehrenamtliches Engagement im Landkreis zu stärken, sind vor allem genannt worden:

- Bürokratieabbau (z.B. in Bezug auf das Versicherungs- und Steuerrecht),
- Vereinen administrative Tätigkeiten abnehmen,
- mehr Unterstützung der Ehrenamtlichen durch Beratung/Schulung/Vernetzung,
- langfristige finanzielle Unterstützung des Ehrenamts,
- weniger Projektmittel bei mehr Regelförderung und
- die Jugend in der Schule auf das Thema aufmerksam machen (Organisationsstrukturen).

9. Unterstützung durch Landkreise und Private

Die Rolle der Landkreise wird insbesondere in einer langfristigen finanziellen Unterstützung für Personal in der Verwaltung (auch bei kreisangehörigen Städten und Gemeinden) gesehen. Hinzu kommt ein Abbau von Bürokratie für Ehrenamtliche (Anpassung der rechtlichen Rahmenbedingungen). Die Unterstützung durch private Dritte wird in einer besseren Anerkennungskultur von ehrenamtlichen Tätigkeiten durch Politik und Gesellschaft gesehen. Darüber hinaus sollten Ehrenamtliche durch ihre Arbeitgeber unterstützt werden (z.B. zusätzlicher Urlaub, flexible Arbeitszeiten).

10. Förderprogramme und Verbesserungsvorschläge

60 Prozent der Kreisverwaltungen haben bisher Erfahrungen mit Förderprogrammen für ehrenamtliches Engagement gemacht. Die Förderinstrumente sollen nach Ansicht der Landkreise verbessert werden

- durch einen Abbau von Bürokratie (sowohl bei Antragstellung als auch bei Dokumentation) und
- durch eine dauerhafte Unterstützung (Regelförderung statt Projektgelder).

Hinzu kommt der Wunsch, dass auch das finanziert werden sollte, was bisher schon umgesetzt wird und erfolgreich ist. Flexibilität bei der Projektplanung und mehr Freiheit in der Themensetzung sind weitere Verbesserungsvorschläge.



III. Anlaufstellen für Engagierte auf Landkreisebene – Bestandsaufnahme, Grundsatzfragen und organisatorische Entscheidungen

Beteiligte Landkreise:

Ahrweiler, Emsland, Erzgebirgskreis, Göttingen, Höxter, Regensburg, Rendsburg-Eckernförde, Vorpommern-Greifswald und Waldeck-Frankenberg³

Vorab

Zu Beginn soll es um Vorüberlegungen und Vorbereitungsmaßnahmen für Anlaufstellen in den Landkreisen gehen. Dieses Kapitel enthält die Arbeitsergebnisse aus dem Verbundprojekt und befasst sich mit der Frage, welche grundlegenden Weichenstellungen ein Landkreis vornehmen muss, wenn er hauptamtliche Engagementförderung zu seinem Thema machen oder ausbauen möchte. Welche Schritte müssen gegangen werden – mit vorherigem Kreistagsbeschluss oder geht es vielleicht auch ohne? Gibt es schon Freiwilligenagenturen oder andere Stellen, die sich um Freiwilligenmanagement und Unterstützung des Ehrenamts kümmern? Was machen diese Stellen konkret und was könnte oder sollte der Landkreis selbst in die Hand nehmen? Sollte er überhaupt eine eigene Anlaufstelle für Ehrenamtliche, Vereine und andere Organisationen schaffen oder lieber die bestehenden Strukturen unterstützen und ausbauen? Fragen über Fragen, die zu diskutieren und zu beantworten sind – vor Ort, im und für den eigenen Landkreis.

Es gibt **keinen Königsweg** hin zu erfolgreicher Engagementförderung – das ist eine der zentralen Botschaften der Clusterarbeit. Die Größe und Infrastruktur eines Landkreises, der Charakter seiner Engagementlandschaft, die Themen, Anliegen und Bedarfe der engagierten Bürgerinnen und Bürger und gemeinnützigen Organisationen – all das sind Faktoren, die berücksichtigt werden müssen. Eine landkreiseigene Anlaufstelle für das Thema „Ehrenamt und Engagement“ muss stets zu den Gegebenheiten und Bedingungen in einem Landkreis passen.

Eine zweite zentrale Botschaft lautet: Landkreise, die die Stärkung des Ehrenamts und des freiwilligen Engagements ernsthaft als Aufgabe annehmen möchten, brauchen eine eigene **Anlaufstelle „Ehrenamt und Engagement“**.

»Es gibt keinen Königsweg hin zu erfolgreicher Engagementförderung – das ist eine der zentralen Botschaften der Clusterarbeit.«

Sie ist ein „Must-have“, muss auf Dauer angelegt, mit qualifiziertem Personal besetzt und gut ausgestattet sein.

Die folgenden Seiten geben einen systematischen Überblick über die Fragen, die jeder Landkreis – je nach seiner individuellen Situation – im Vorfeld der Schaffung einer entsprechenden Stelle für sich klären muss. Dabei stellen sich Fragen im Hinblick auf

- die konkreten notwendigen Vorbereitungsmaßnahmen und wichtigen Schritte,
- die organisatorische Ansiedlungsebene der Stelle in der Verwaltung oder gegebenenfalls außerhalb der Verwaltung und
- Fragen zur ressourcenmäßigen Ausstattung, insbesondere auch zur Qualifikation und den Kompetenzen, die das Personal mitbringen sollte.

Besonderes Augenmerk liegt jeweils auf

- den **✓ Gelingensfaktoren** für eine erfolgreiche Einrichtung und Etablierung einer hauptamtlichen Anlaufstelle zur Stärkung des Ehrenamts und
- den **✗ Stolpersteinen**: Was macht das Ganze eventuell schwierig? Welche Hindernisse können auftauchen und müssen aus dem Weg geräumt werden?

³ In diesem Kapitel werden die gemeinsamen Arbeitsergebnisse von Cluster 1: „Vorbereitungsmaßnahmen (Bestandsaufnahme, Grundsatzfragen) und erste Schritte“, Cluster 2: „Technische Ausgestaltung und verwaltungsorganisatorische (und -rechtliche) Umsetzung“ und Cluster 3 „Organisationsformen und Ansiedlungsebenen“ dargestellt.

1. Vorbereitungsmaßnahmen

a) Das Problem mit dem Personal – oder: Warum überhaupt eine hauptamtliche Ehrenamtsförderung?

Aktuell gibt es im Bereich der Zivilgesellschaft viele geförderte Projekte. In diesen sollen jeweils spezifische Ziele erreicht werden. Auch Landkreise sind Projektbeteiligte, z.B. als Fördermittelnehmer. Die Laufzeit der jeweiligen Projekte ist jedoch begrenzt, beträgt häufig sogar nur wenige Jahre oder kürzer. Das Problem ist zudem: Die Großziele in der Projektlandschaft sind ständiger Veränderung unterworfen. Das bedeutet für die Arbeit vor Ort zweierlei: Häufig müssen neue Anträge gestellt werden, um die Finanzierung sicherzustellen. Dadurch verschiebt sich der Fokus der eigenen Arbeit und muss immer wieder an neuen Fördervorgaben ausgerichtet werden.

Ein Folgeproblem, das aus dieser „Projektitis“ entsteht, ist die **Gefahr von häufigen Personalwechseln**. Sind die (hauptamtlichen) Stellen nicht auf Dauer angelegt, werden sich kompetente Stelleninhaber sehr schnell auf unbefristete Stellen wegbewerben (Stichworte Fachkräftemangel und Arbeitnehmer-Arbeitsmarkt). Durch die so entstehenden Personallücken können Serviceangebote nicht aufrechterhalten werden, angeschobene Vorhaben bleiben auf der Strecke und aufgebaute Arbeitsbeziehungen brechen ab. Neue Fachkräfte müssen sich erst wieder in das hochkomplexe Feld der Engagementförderung einarbeiten. Hierzu gehört insbesondere die Kenntnis der Strukturen vor Ort mit ihren Akteuren und Netzwerken. Der Aufbau von vertrauensvollen und tragfähigen Arbeitsstrukturen fängt somit von vorne an, was einer verlässlichen Unterstützungsstruktur für die Engagierten zuwiderläuft. Die Etablierung von effektiven und nachhaltigen Unterstützungsangeboten für ehrenamtlich Engagierte ist unter solchen Projektbedingungen kaum möglich.

Diese Erkenntnis ist nicht neu, trotzdem wird die Förderung und damit die Unterstützung des Ehrenamtes immer wieder als Projekt auf Zeit angelegt. Doch um das Ehrenamt nachhaltig erfolgreich unterstützen und stärken zu können, ist eine **dauerhafte hauptamtliche Stelle** zwingend Voraussetzung. Eine hauptamtliche Ehrenamtsförderung, die nur für ein paar Jahre besteht, erweist sich häufig als nicht nachhaltig und kann so sogar von Anfang an als Zeit- und Geldverschwendung erscheinen.

Gleichwohl kann eine Projektförderung sinnvoll sein, wenn sie als Anschlag genutzt wird, um eine systematische Engagementförderung auf den Weg zu bringen. Daher sah das Verbundprojekt „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ gleich zu Beginn vor, dass die Vorhaben verstetigt und **„Projektitis“ vermieden werden sollte**. Durch diese Förderung aus dem Bundesprogramm Ländliche Entwicklung des BMEL konnten sich etliche Landkreise auf den Weg machen, die



Tanja Schweiger

Landrätin Landkreis Regensburg

„Ehrenamtliches und freiwilliges Engagement braucht nicht nur Anerkennung, sondern auch kompetente Unterstützung. Anlaufstellen auf Landkreisebene, die Hilfestellung bei rechtlichen Fragen oder Fortbildungs- und Vernetzungsangebote bieten, sind vor allem für Vereine immer wichtiger.“

Unsere Freiwilligenagentur ist so eine Anlaufstelle. Um die Rahmenbedingungen für das Ehrenamt im Landkreis noch besser zu machen, haben wir sie 2015 mit Unterstützung des Freistaates Bayern zu einem „Koordinierungszentrum für Bürgerschaftliches Engagement“ ausgebaut und entwickeln sie seitdem kontinuierlich weiter. Die Mitarbeiterinnen dort arbeiten mit Professionalität und viel Herzblut. Unsere Ehrenamtlichen schätzen das sehr und sehen die Angebote auch als Würdigung ihrer wertvollen Arbeit. Dies stärkt den Zusammenhalt und das Identitätsgefühl. Anlässlich des 50. Geburtstages unseres Landkreises kann ich stolz sagen: Die Freiwilligenagentur ist ein echter Gewinn für den Landkreis Regensburg.“

es ohne eine finanzielle Anschlagfinanzierung nicht aus eigener Kraft geschafft hätten. Außerdem konnten weitere Landkreise mit einer bereits vorhandenen Engagementförderung neue innovative Angebote erproben und somit ihr Serviceangebot erweitern.

Der **Aufbau einer hauptamtlichen Ehrenamtsförderung braucht Zeit**, schließlich müssen Strukturen und Vernetzungen erst etabliert werden. In Deutschland gibt es zahlreiche Vereine und Verbände. Sie sind ein Rückgrat der Demokratie und bieten vielen Menschen Möglichkeiten, sich einzubringen. Aber auch neben den Vereinen gibt es viel zivilgesellschaftliches Engagement, das sich auf manchmal unkonventionellen Wegen für das Gemeinwohl einsetzt. Diese Menschen haben es mit der Bürokratie, z.B. bei der Beantragung von Mitteln aus bestehenden Förderprogrammen, oft schwer. Eine fest etablierte Stelle zur Unterstützung des Ehrenamtes kann die Zivilgesellschaft dauerhaft stärken, indem sie berät, hilft und vernetzt.

b) Grundlegend: der Kreistagsbeschluss

Engagementförderung ist eine **freiwillige kommunale Selbstverwaltungsaufgabe** im Sinne der Kreis- und Gemeindeordnungen der Länder. Um eine hauptamtliche Stelle auf Kreisebene zur Unterstützung und Stärkung des Ehrenamtes zu etablieren, ist daher die Vorbereitung und Herbeiführung eines Kreistagsbeschlusses eine der wichtigsten Vorbereitungsmaßnahmen. Erst eine Debatte im Kreistag lässt erkennen, wie die politischen Vertreter zum Thema hauptamtliche Unterstützung des Ehrenamtes stehen und legt offen, wie viel politischer Rückhalt gegeben ist.

Deshalb ist es von zentraler Bedeutung, diese **Kreistags-sitzung gut vorzubereiten**, schon im Vorfeld entsprechende Kontakte aufzunehmen und im Idealfall die einzelnen Akteure zu überzeugen. Schließlich bringt eine breite Rückendeckung aus der Politik viele Vorteile und Möglichkeiten für die neue Stelle. Anregungen aus dem Kreistag sollten daher auch aufgegriffen und umgesetzt werden.

In diesem Zusammenhang ist die rechtliche Fragestellung von Interesse, ob und wie die Ehrenamtsförderung eine Aufgabe der Landkreise sein kann. Würde der Landkreis eine Aufgabe wahrnehmen, die nicht von seinem gesetzlich zugewiesenen und verfassungsrechtlich garantierten Aufgabenbereich gedeckt ist, könnte dies nämlich ansonsten Grundlage für Gerichtsklagen kreisangehöriger Gemeinden gegen die Höhe der zu zahlenden Kreisumlage sein.

Es gibt zwar **einzelne gesetzliche Regelungen zur Ehrenamtsförderung** sowohl auf Bundes-⁴ als auch auf Landesebene⁵. Übergreifende Zuständigkeitsregelungen folgen daraus indes nicht. Deshalb muss eine Aufgabenabgrenzung zwischen Landkreisen und kreisangehörigen Gemeinden anhand anderer Kriterien vorgenommen werden. Nach allen Kreisordnungen der Länder sind den **Landkreisen im Bereich freiwillige Aufgaben** solche kommunalen Aufgaben eröffnet, die von der Natur aus über die einzelne Gemeinde hinausgehen („überörtliche Aufgaben“). Die Mehrzahl der Kreisordnungen sehen überdies noch eine freiwillige Betätigung des Landkreises bei Aufgaben, die mangels Leistungsfähigkeit von einzelnen Gemeinden nicht oder nur unrationell wahrgenommen werden können („Ergänzungsaufgaben“) sowie die Unterstützung einzelner Gemeinden durch den Landkreis („Ausgleichsaufgaben“) vor. Dort, wo die Kreisordnungen Ergänzungs- und Ausgleichsaufgaben nicht vorsehen, ist

nach herrschender Rechtsprechung⁶ der Bereich der überörtlichen Aufgaben entsprechend breiter angelegt.

Eine nachhaltige Wirkung für die Ehrenamtsförderung erfordert eine über die örtliche Gemeinschaft der einzelnen Gemeinde und deren Finanzkraft regelmäßig hinausgehende, koordinierte und kraftvolle Aufgabenerfüllung, die eine Beteiligung des Landkreises rechtlich möglich macht. Die Ehrenamtsförderung ist in diesem Sinne eine Aufgabe mit „örtlich-überörtlichem Substanzgemisch⁷“, d.h. eine Aufgabe, die zweifelsohne in der örtlichen Gemeinschaft wurzelt und insoweit Gemeindeaufgabe sein kann aber eben auch deutliche, über die einzelne Gemeinde hinausgehende Bezüge aufweist.

Die Landkreise sind mithin eine zuständige Ebene zur Ehrenamtsförderung. Sie sollten allerdings in der Kreistagsbeschlussfassung die über die einzelnen Gemeinden hinausgehenden Elemente der konkret vorgesehenen Förderung des Ehrenamtes durch den Landkreis herausstellen und klar benennen sowie gegebenenfalls negativ abgrenzen, welche Bereiche der Ehrenamtsförderung, die vornehmlich als Gemeindeaufgabe angesehen wird, nicht erfasst werden sollen. Die Kreistage sollten demnach entsprechend aussagekräftige Beschlüsse zur Ehrenamtsförderung fassen.



Tip: Neben der politischen Unterstützung spielt auch der Rückhalt in der Verwaltung eine maßgebliche Rolle. Nur wenn die Behördenleitung und die Fachabteilungen, die mit ehrenamtsrelevanten Themen befasst sind, hinter dem Konzept stehen, kann die Unterstützung des Ehrenamtes funktionieren⁸. In den Vorbereitungsmaßnahmen muss daher von Anfang an auch die landkreisinterne Werbung und Abstimmung mit gedacht und -geplant werden.

4 Insbesondere steuerrechtliche Regelungen

5 Vor allem zur (Landes-)Ehrenamtskarte.

6 Siehe vertiefend und mit Verweisen auf die jeweilige höchstrichterliche Rechtsprechung Henneke, Die Kreisumlagefestsetzung. Materiellrechtliche Vorgaben – Verfahren – Höhe, 2020, S. 84ff.

7 So die Begrifflichkeit des Obergerichtes Rheinland-Pfalz (OVG RhPf, DVBl. 1999, 846 [848f.]).

8 Vgl. <https://www.nlt.de/wp-content/uploads/2022/10/221013-Handreichung-Ehrenamt-2022.pdf>

c) Unverzichtbare Vorbereitung: Analyse und Bestandserhebung

Eine weitere wichtige, unerlässliche Vorbereitungsmaßnahme zur Einrichtung einer hauptamtlichen Stelle zur Förderung von Ehrenamt und freiwilligem Engagement ist eine sorgfältige Analyse ehrenamtlicher Strukturen und regionaler Besonderheiten im Landkreis. Dies beinhaltet eine **umfassende Bestandsaufnahme und Bewertung bereits bestehender Strukturen** zur Unterstützung des Ehrenamtes. Das kann, je nach Vorgehensweise des jeweiligen Landkreises, entscheidenden Einfluss auf nachfolgende Punkte haben, wie z.B. die Ansiedlungsebene und das Konzept. Sie liefert gegebenenfalls auch Informationen, die für einen Kreistagsbeschluss relevant sein können, z.B. konkrete Zahlen zur Argumentation/Legitimation aus Umfragen, Erhebungen. Die Ehrenamtsförderung des Landkreises sollte im Regelfall bestehende Strukturen ergänzen und stärken und diese nicht ersetzen.

Hieraus ergibt sich in der praktischen Umsetzung eventuell ein „Henne-Ei-Problem“: Umfangreiche Analysen, Bestandserhebungen und Beteiligungsverfahren sind zeit- und personalintensiv. Es kann also hilfreich sein, in einem ersten Schritt einen **grundlegenden Beschluss des Kreistags** zu erwirken, das Ehrenamt zu fördern und dafür Mittel zur Verfügung zu stellen, mithilfe derer dann ein Konzept und Maßnahmen entwickelt werden können. In einem zweiten Schritt kann dann das Konzept mit den geplanten Maßnahmen und veranschlagten Kosten für Personal, Ausstattung und Budget erneut in den Kreistag eingebracht werden.

2. Ansiedlungsebenen und Organisationsformen

Waren die Vorbereitungen erfolgreich und ist der Beschluss gefasst, eine hauptamtliche Stelle zur Unterstützung der Ehrenamtlichen und freiwillig Engagierten zu schaffen, stellt sich schnell auch die Frage, wo diese Stelle angesiedelt werden kann. Was bedeutet es, wenn die Arbeit als **Teil der Aufgaben im Landratsbüro** erledigt wird? Ist ein **inhaltlich passender Fachbereich** vielleicht der bessere Ort? Oder kann die **Aufgabe extern vergeben** werden?

Wie wurde es in den Verbundlandkreisen organisiert? Im Rahmen des Verbundprojekts arbeiten fünf Modellprojekte direkt im Landratsbüro, fünf sind dem Fachbereich „Regionalentwicklung und Wirtschaftsförderung“ zugeordnet, vier Projekte gehören zum Bereich „Jugend, Soziales und Gesundheit“ und drei Modellprojekte sind verschiedenen anderen Fachbereichen oder Referaten angegliedert. Dagegen hatte sich der Kreis Rendsburg-Eckernförde entschieden, die Durchführung des Modellprojekts zwei Organisationen in freier Trägerschaft zu übergeben.

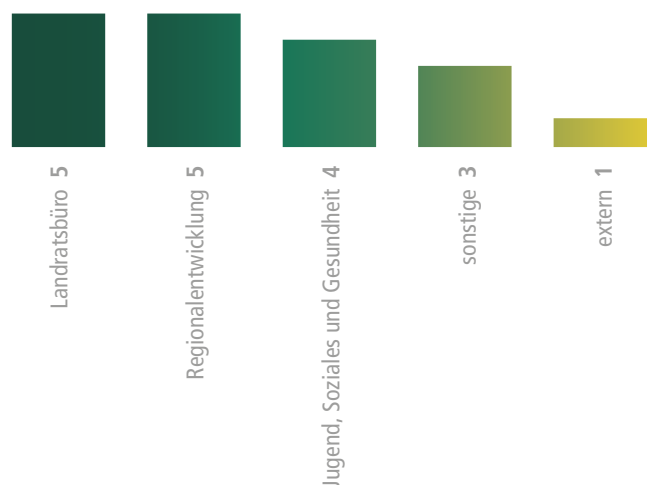


Marcel Riethig

Landrat Landkreis Göttingen

„GIVE: Gut informiert – vernetzt engagiert steht für die Engagementförderung im Landkreis Göttingen, und der Name ist Programm. Vereine, Ehrenamtliche und Engagierte können sich auf ein breites Netz an Unterstützungsangeboten verlassen. Die Stärkung des Engagements gelingt dort besonders gut, wo alle Akteure an einem Strang ziehen. Im Schlußschluss von Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft wird die Unterstützung des Ehrenamts durch das Hauptamt wirkungsvoll. Indem Ressourcen bereitgestellt werden, kann Anerkennung und Wertschätzung über Worte und Gesten hinausgehen. Dadurch wird Engagementförderung ehrlich und verlässlich.“

Ansiedlung der Modellprojekte (Anzahl)



Im Einzelnen waren die Projektstellen in die Strukturen des Landkreises wie folgt eingebunden:

- Landkreis Ahrweiler: Abteilung 4.6 Förderprogramme Landwirtschaft
- Bodenseekreis: Dezernat 4 (Jugend, Soziales und Gesundheit), Jugendamt, Sachgebiet 8 (zentrale Aufgaben)

- Burgenlandkreis: Amt für Bildung, Kultur und Sport
- Landkreis Emsland: Fachbereich Soziales, Abteilung 504 – Gesundheitsregion und soziale Dienste
- Erzgebirgskreis: Büro des Landrates, Fachstelle Ehrenamt
- Kreis Euskirchen: Stabsstelle Landrat
- Landkreis Göttingen: Referat Demografie und Sozialplanung (06), Dezernat für Jugend, Bildung, Kultur, Soziales, Innere Dienste und Recht
- Kreis Höxter: Gemeinschaftsbüro Landrat
- Landkreis Ludwigslust-Parchim: Fachdienst Gleichstellung, Generationen und Vielfalt
- Landkreis Oberspreewald-Lausitz: Landrat, Sachgebiet Wirtschaft und Förderung
- Landkreis Regensburg: Regionalentwicklung und Wirtschaft, Pressestelle
- Kreis Rendsburg-Eckernförde: Brücke RD-ECK e.V. und Diakonisches Werk des Kirchenkreises RD-ECK gGmbH (extern)
- Landkreis Uckermark: Amt für Kreisentwicklung, Dezernat I der Kreisverwaltung
- Landkreis Sankt Wendel: Dezernat 4: Bildung, Infrastruktur und Sicherheit – Amt 43: Entwicklung ländlicher Raum und Ehrenamt
- Landkreis Trier-Saarburg: Geschäftsbereich „Jugend, Soziales und Gesundheit“ bei der Stabsstelle „Leitstelle Familie“
- Landkreis Vorpommern-Greifswald: Sachgebiet „Kreisentwicklung und Wirtschaftsförderung“, Amt für Wasserwirtschaft und Kreisentwicklung
- Landkreis Waldeck-Frankenberg: Fachdienst Dorf- und Regionalentwicklung
- Landkreis Weimarer Land: Stabsstelle Landrätin

Bei der Entscheidung, wo die Stelle zur Unterstützung und Förderung des Ehrenamts angesiedelt werden soll, spielen viele **Faktoren** eine Rolle, die im Folgenden näher erläutert werden:

a) Interner Verteilungsplan

In welchen Fachbereichen der Kreisverwaltung gibt es bereits eine ausgebaute Zusammenarbeit mit Ehrenamtlichen? Oft sind in den Fachgebieten Jugend, Soziales, Gesundheit, Sport oder Katastrophenschutz schon Strukturen einer entsprechenden Kooperation vorhanden. Eine gute Vernetzung und enge Zusammenarbeit mit den für diesen Austausch Verantwortlichen ist wichtig, um Doppelstrukturen zu vermeiden. Gleichwohl kann eine Ansiedlung in einem Fachbereich auch zu thematischer Verengung führen. Die Förderung des Ehrenamts ist dann vielleicht im Landratsbüro oder in einem Referat mit **Querschnittsaufgaben** besser aufgehoben.

b) Entscheidungsfreiheit, Handlungsfähigkeit und Einfluss

Auch durchgreifende Entscheidungen und schnelles Handeln können im Büro der Landrätin oder des Landrats in verschiedenster Weise gefördert werden. „Ehrenamt als Chefsache“ bekommt ein besonderes Gewicht. Dies kann auch die Akzeptanz bei den kreisangehörigen Städten und Gemeinden erhöhen. Zugang zur „Bürgermeister-Runde“ zu haben, kann ein Türöffner für die Arbeit im gesamten Landkreis sein.

Die Ansiedlung innerhalb einer Stabsstelle des Landratsbüros, des Geschäfts- oder der Fachbereiche (oder Ämter) kann ebenso von Vorteil sein. Da in einem Sachbereich Entscheidungen häufig nur über viele Stationen hinweg fallen können (Sachbereichs-, Abteilungs-, Fachbereichs- oder Geschäftsbereichsleitung), kann das eine Einschränkung der Arbeitsmöglichkeiten bedeuten. **Handlungsfähigkeit und Flexibilität** sind aber ein notwendiger Bestandteil der Unterstützung von Engagierten.

Wichtig auch: ein enger und möglichst direkter Kontakt zur Pressestelle.



Denise Rehm

Projektmanagerin Fachstelle Ehrenamt,
Erzgebirgskreis

„Im Erzgebirgskreis ist die Fachstelle Ehrenamt dem Geschäftsbereich des Landratsbüros zugeordnet. Gerade weil es sich bei der Engagementförderung um eine freiwillige kommunale Aufgabe handelt, sendet eine Ansiedlung der Fachstelle auf dieser Ebene ein starkes Signal an die Engagierten im Landkreis und unterstreicht, dass dieser Aufgabe ein hoher Stellenwert zugesprochen wird. Ein klares Bekenntnis der Hausleitung ist auch ein Stück weit Türöffner, sowohl hinein in die Verwaltung als auch nach außen zu etablierten Verbänden, Organisationen und Vereinen. Die Mitarbeitenden der Fachstelle Ehrenamt profitieren von kurzen Entscheidungswegen und können somit zeitnah auf Herausforderungen reagieren. Die Nähe zu den Kolleginnen und Kollegen der Pressestelle vereinfacht und intensiviert zudem die Öffentlichkeitsarbeit nachhaltig.“

c) Beachten: Erreichbarkeit

Eher technisch-organisatorische Aspekte betreffen die unterschiedliche Zeitplanung in Hauptamt und Ehrenamt sowie die technische Ausstattung beider Seiten und die damit verbundenen Erfordernisse des Datenschutzes. Die üblichen Arbeitszeiten einer Kreisverwaltung decken sich nur in den seltensten Fällen mit dem ehrenamtlichen Einsatz. Vereine treffen sich nach Feierabend. Ehrenamtler, die Hilfe benötigen, können oftmals zu den üblichen Amtszeiten nur dann erscheinen, wenn sie selbst zeitlich flexibel sind oder sie müssen sich freie Zeit einrichten. Hauptamtler, die vor Ort präsent sein wollen, müssen deshalb häufig bereit sein, außerhalb ihrer Arbeitszeit und ihres Arbeitsplatzes tätig zu werden. Digitale Kontaktmöglichkeiten setzen darüber hinaus eine entsprechend **ausgebaute Infrastruktur in der Kreisverwaltung** und bei den Ehrenamtlichen voraus. Die Ansiedlung einer Ehrenamtsstelle sollte demnach auch die Erfordernisse einer modernen und flexiblen Arbeitskultur berücksichtigen.

d) Nutzung von und Zusammenarbeit mit bestehenden Strukturen

„Ehrenamt kann da handeln, wo Hauptamt noch keinen Erlass hat“ – so das Statement eines ehrenamtlichen Helfers. Die Freiwilligkeit im Engagement ist für viele Menschen ein hohes Gut und wesentlicher Bestandteil ihrer Rolle. Die Spende von Zeit, Energie und nicht selten auch Geld geschieht aus eigenem Antrieb, und Ehrenamtliche wünschen sich **so viel Unabhängigkeit wie möglich**. Unterstützern kann da schon auch mal Misstrauen begegnen. Kontrolle wird befürchtet, Instrumentalisierung und fehlendes Verständnis. Moderne Kreisverwaltungen sind durchaus bereit, diese Vorurteile zu reflektieren und im Sinne von Bürgerbeteiligung und Dienstleistungsorientierung zu berücksichtigen. Darüber hinaus können Institutionen, die bereits im Feld aktiv und bekannt sind, gute Partner sein, um Vertrauen aufzubauen und Erfahrungen zu nutzen. So kann es von Vorteil sein, die **Engagementförderung in Kooperation** mit einem freien Träger durchzuführen. Diese arbeiten häufig selbst mit freiwilligen Unterstützern und kennen die besonderen Erfordernisse aus dem Kontakt.

Die Beratung und Begleitung von Ehrenamtlichen gehört zu den freiwilligen Aufgaben einer Kommune und kann somit auch, ganz oder teilweise, an einen privaten beziehungsweise freien Träger übergeben werden. Im Rahmen des Verbundprojekts hat sich der Kreis Rendsburg-Eckernförde für solch eine **externe Lösung** entschieden. Die Kreisordnung des Landes Schleswig-Holstein verlangt vor der Übernahme freiwilliger Aufgaben durch den Kreis ausdrücklich eine Prüfung, ob die Aufgabe nicht ebenso gut auf andere Weise, insbesondere durch Private, erfüllt werden kann (§ 2 Abs. 1 Kreisordnung für Schleswig-Holstein).

→ Sonderweg Rendsburg-Eckernförde: externe Träger

Der Kreis Rendsburg-Eckernförde hat sich entschieden, die Durchführung des Modellprojekts an zwei Organisationen der Freien Wohlfahrtspflege zu übertragen. Langjährige, gute Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit der Brücke Rendsburg-Eckernförde e.V. und dem Diakonischen Werk des Kirchenkreises Rendsburg-Eckernförde gGmbH in der Ehrenamtsberatung gaben dazu den Anlass. Mit jedem Projektpartner wurde ein Mittelweiterleitungsvertrag geschlossen. Dieser beinhaltet alle Pflichten, die sich aus dem Zuwendungsbescheid ergeben, sowie den jeweils weitergeleiteten Förderbetrag pro Projektjahr. Eine jährliche Berichtspflicht gegenüber dem Sozialausschuss des Kreistages sowie die Einrichtung eines Steuerungsgremiums, das sich halbjährlich trifft und mit Vertreterinnen der drei beteiligten Organisationen besetzt ist, wurden vereinbart. Monatliche Projekttreffen und ein Qualitätsmanagement ergänzen den organisatorischen Rahmen.

Neben der vollständigen Weitergabe können die vielfältigen Aufgaben der Engagementförderung auch arbeitsteilig in Kooperation wahrgenommen werden, z.B. die Koordination, Information und Vernetzung auf Landkreisebene, Qualifizierungsmaßnahmen über die Volkshochschule und die Vermittlung von Ehrenamtlichen über eine Freiwilligenagentur. Auch die einzelnen Gemeinden eines Landkreises sind oft näher dran an den Wünschen der Ehrenamtlichen und kennen die Bedarfe vor Ort. Gerade in Flächenkreisen, die oftmals mehrere tausend Quadratkilometer groß sind, bietet sich eine **Vernetzung bei der Etablierung einer Engagementförderung** an. Solche kooperativen Ansiedlungsformen verlangen in jedem Fall ein gemeinsames Handlungskonzept, klare vertragliche Regelungen, ein professionelles Projektmanagement und eine offene, regelmäßige Kommunikation untereinander.

GELINGENSAKTOREN

- ✓ gemeinsames Handlungskonzept,
- ✓ klare vertragliche Regelungen,
- ✓ offene und regelmäßige Kommunikation.

STOLPERSTEINE

- ✘ Verengung der Aufgaben auf trägereigene Themen,
- ✘ mangelnde Kenntnis von Verwaltungserfordernissen

Letztlich bestimmt das Konzept, das die Basis der Arbeit bilden soll, welche Ansiedlungsebene am besten geeignet ist. Soll die hauptamtliche Unterstützung eher zentrale Steuerungs- und Verknüpfungsaufgaben innerhalb eines Netzes von dezentralen lokalen Partnern übernehmen oder soll eine Unterstützungsstruktur erst aufgebaut werden? Sollen bestehende Angebote erweitert werden? Wo und in welchem Bereich besteht der größte Bedarf an Förderung und Beratung? Welche Aufgaben haben Priorität?

3. Konzept

Wenn die Entscheidung zur Einrichtung einer engagementfördernden Stelle getroffen worden ist, ist die Frage zu beantworten, wie die hauptamtliche Stelle künftig ehrenamtlich getragene Organisationen und engagierte Bürgerinnen und Bürger unterstützen kann.

Die Möglichkeiten zur Unterstützung des freiwilligen Engagements sind nahezu grenzenlos:



Bei aller Flexibilität, die die Aufgabe „Ehrenamts- und Engagementförderung“ den hauptamtlichen Stellen abverlangt, muss klar sein, dass die Strukturen dauerhaft angelegt werden müssen. **Verlässlichkeit und Nachhaltigkeit** sind auch Garanten für Akzeptanz. Fehlen diese, entsteht Frust.

Es sollte zudem vermieden werden, Parallelstrukturen zu schaffen. Stattdessen sollte sich die hauptamtliche Stelle zur Engagement- und Ehrenamtsförderung vor allem am Bedarf der Engagierten orientieren und einen sichtbaren Mehrwert sowie eine sinnvolle Ergänzung zu bestehenden Angeboten bieten.

Auf dem Weg zum erfolgreichen Konzept sollten folgende Schritte vollzogen werden:

a) Bestandsermittlung: Wer ist auf dem Feld aktiv?

Ist die Bestandsermittlung nicht bereits im Vorfeld erfolgt, sollte nun zunächst die **Ausgangslage** im eigenen Landkreis untersucht werden.

Welche engagementfördernden Einrichtungen, Institutionen und Stellen gibt es?

- Personal in der Gemeinde,
- Freiwilligenagenturen, Selbsthilfegruppen, Bürgerstiftungen, Kirche, Wohlfahrt
- Ehrenamtskoordinatoren bei Trägern, Spitzenverbänden und Vereinen, Dorfmoderatoren
- Leader-Aktionsgruppen
- Verantwortliche für Bundes- und Landesprogramme
- ...

Welche Zielgruppen werden durch diese Stellen angesprochen?

- Junges Ehrenamt
- Best Ager
- Menschen mit Migrationshintergrund
- psychisch und körperlich benachteiligte Menschen
- themenspezifisch Engagierte
- ...

Welche Leistungen werden bereits durch andere Akteure der Engagementförderung angeboten?

Welche engagementfördernde Infrastruktur ist vorhanden?

- digitale Plattformen
- regelmäßige Fachwerkstätten, Vernetzungstreffen
- Orte, wie Bürgerhäuser, Plätze, Freiräume
- ...



Frank Vogel

Landrat Erzgebirgskreis (2008–2022)

„In den vergangenen drei Jahren entstand mit Engagiert im ERZ eine wirksame, leistungsfähige digitale Plattform. Vier nützliche Tools – Ehrenamtsdatenbank, Schwarzes Brett, Ehrenamtskalender und News – ermöglichen es Engagierten, sich aktiv einzubringen. Der immense Bedarf an hauptamtlicher Unterstützung zeigt sich an zig Dutzenden Beratungen sowie individuellen Gesprächen. Eine starke Engagementlandschaft benötigt eine valide und nachhaltige hauptamtliche Struktur vor Ort. Um diese dauerhaft etablieren und mit den entsprechenden finanziellen Mitteln ausstatten zu können, braucht es künftig eine angemessene Bundesförderung – als starkes Zeichen verlässlicher Politik an die Zivilgesellschaft.“

Diese Bestandsermittlung wird **Stärken und Schwächen** offenlegen und Chancen und Risiken sichtbar machen. Sie bietet gleichzeitig eine Basis für die künftige Vernetzung zwischen relevanten Akteuren, sorgt für eine transparente Herangehensweise und schafft zudem einen Überblick über die engagementfördernde Landschaft vor Ort. Die Ergebnisse werden schließlich Schlussfolgerungen darüber zulassen, in welchen Bereichen Handlungsbedarf besteht.

Aus der Analyse der ehrenamtlichen Strukturen und regionalen Besonderheiten sowie der Bestandsaufnahme und Bewertung bereits existierender Ehrenamtsstrukturen erfolgt die Formulierung von Herausforderungen, Zielen und Visionen. Die sollten kurz und möglichst konkret gefasst werden und unter den gegebenen Rahmenbedingungen auch realistisch erreichbar sein. Regional sind sie sehr unterschiedlich ausgeprägt.

b) Bedarfsermittlung: Vereine, Freiwillige und Engagierte ansprechen

Anschließend sollte eine grundlegende Überprüfung der Bedarfslage erfolgen. Dazu ist es wichtig, die Zielgruppen der hauptamtlichen Stelle zu befragen.

Um die bestehenden Bedarfe zu identifizieren, müssen die Engagierten konsequent eingebunden werden. Durch eine **direkte Beteiligung** in Form von (Online-) Befragungen, Interviews oder Bürgerwerkstätten z.B. zur Schwerpunktsetzung und Gewichtung der künftigen Aufgaben wird zudem Vertrauen, Transparenz und Akzeptanz geschaffen. Ein praxisorientiertes, bürgernahes Vorgehen unterstreicht auch den Anspruch, bestehende Lücken sinnvoll zu schließen, statt Parallelstrukturen zu schaffen.

c) Konzepterstellung

Sind die genannten Fragestellungen beantwortet, ergibt sich ein erster Ansatzpunkt für die Entwicklung eines nachhaltigen Konzeptes und die Definition der künftigen Aufgaben und Arbeitspakete der hauptamtlichen Stelle.

Je nachdem, wie das künftige Aufgabenspektrum der Stelle definiert ist, müssen weitere Überlegungen zu Folgefragen in die Konzeption einfließen.

d) Beispiele

Im Folgenden zeigen Beispiele aus den Verbundprojekten in den verschiedenen Aufgabenfeldern mögliche Herangehensweisen:

(1) Aufgabe: Information, Beratung und Recherche

- Wie soll das erfolgen?

- Implementierung einer digitalen Plattform (Konzeption, Gestaltung, Recherche...)
- persönliche Beratungsgespräche (zentral, z.B. im Büro oder aufsuchend, z.B. vor Ort, in den Vereinen)

→ Beispiele für Informationsplattformen

- ↗ vereinsplatz-wnd.de
- ↗ ehrenamt-wl.de
- ↗ meinbeitrag.kreis-ahrweiler.de
- ↗ ehrenamt-wafkb.de
- ↗ engagiert-im-landkreisoettingen.de
- ↗ kloormokers.de
- ↗ ehrenamt.erzgebirgskreis.de

→ Landkreis Göttingen: Beratung von Vereinen durch eine regionale Koordinationsstelle im Harz

Eine weitere Alternative für die direkte Beratung von Vereinen findet sich im Landkreis Göttingen: Neben der Servicestelle Bürgerschaftliches Engagement mit Sitz in Göttingen wird in der Stadt Osterode am Harz in Kooperation mit der Gemeinde Bad Grund (Harz) eine regionale Koordinationsstelle erprobt, die als Anlaufstelle für Vereine und Verbände vor Ort agiert. Vorteil ist, dass die Wege der Engagierten zur Beratung deutlich kürzer sind und der ortskundige Mitarbeiter der Koordinationsstelle mit den regionalen Gegebenheiten vertraut ist. Aufgaben sind insbesondere Beratungen zur Gründung, Fusion oder auch Auflösung von Vereinen, Kriseninterventionen und die Durchführung von Workshops zur Organisationsentwicklung. Die Koordinationsstelle und die Servicestelle arbeiten Hand in Hand.

→ Landkreis Vorpommern-Greifswald: Aufsuchende Beratung durch das Hauptamt

Im Landkreis Vorpommern-Greifswald wird neben den Beratungsgesprächen in den Räumlichkeiten des Verwaltungsstandortes vor allem die Möglichkeit eines direkten Austausches vor Ort als äußerst positiv wahrgenommen. Das Angebot einer aufsuchenden Beratung durch die Projektmitarbeiter wird von den ehrenamtlich Engagierten gern in Anspruch genommen. Durch das Entfallen der Fahrtzeiten und den damit reduzierten Mehraufwand bleibt wertvolle Zeit für das Ausüben der ehrenamtlichen Tätigkeit. Für eine Erreichbarkeit des Büros erfordert dieses Konzept eine Mehrpersonenbesetzung, da je nach Größe des Landkreises längere Fahrtzeiten für die Termine eingeplant werden müssen.

(2) Aufgabe: Weiterbildung und Qualifizierung

- Durch wen und wie sollen sie durchgeführt werden?

- Digital, analog, hybrid (z.B. Technik)?
- Zentral an einem Ort im Landkreis oder dezentral (z.B. Raummieten)?

- In Kooperationen z.B. mit der Volkshochschule, dem Sportbund oder in eigener Regie?
- Häufigkeit / Rhythmus?
- Auswahl der Themen und Dozenten?

→ Landkreis Regensburg: Vereinsstärkung

Die Freiwilligenagentur des Landkreises Regensburg hat einen ihrer Arbeitsschwerpunkte auf die Unterstützung und Stärkung von Vereinen gelegt. Ihre 2015 gestartete Vereinsschule gilt als die Fortbildungsreihe für Ehrenamtliche in der Region. Ihr Projekt „digital verein(t)“ versucht, Vereine auf dem Weg zur Digitalisierung ihrer Arbeit zu begleiten. Das im Rahmen von „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ umgesetzte Projekt „Das fliegende Lehrerzimmer – Vereinscoaching im ländlichen Raum“ zielt darauf ab, Vereine vor Ort in den Gemeinden individuell und passgenau beim Stemmen ihrer Herausforderungen zu unterstützen und sie auf ihrem Weg in die Zukunft zu begleiten.

Vereinsschule | Freiwilligenagentur Landkreis Regensburg (↗ freiwilligenagentur-regensburger-land.de)

digital verein(t) | Freiwilligenagentur Landkreis Regensburg (↗ freiwilligenagentur-regensburger-land.de)

Vereins-Coaching im Landkreis Regensburg | Freiwilligenagentur Landkreis Regensburg (↗ freiwilligenagentur-regensburger-land.de)

- Dankes- oder Festveranstaltung
- Ehrennadel oder Vergleichbares
- kommunale Ehrenamtskarte / Vergünstigungen
- Zuwendungen zu Jubiläen
- kleine Präsente
- unterstützende Öffentlichkeitsarbeit (z.B. durch Medienkooperationen)
- Wettbewerbe und Preise
- Qualifizierungsangebote

→ Erzgebirgskreis: „Ehrenamt des Monats“

Mit Start der Kampagne „Ehrenamt des Monats“ wurde im November 2021 eine neue Plattform geschaffen, um das ehrenamtliche Engagement im Erzgebirgskreis stärker in den Fokus der öffentlichen Wahrnehmung zu rücken. Bürgerinnen und Bürger können Einzelpersonen, Vereine und Initiativen vorschlagen, die sich überwiegend im Erzgebirgskreis ehrenamtlich engagieren. Durch eine Zusammenarbeit mit regionalen Medien erhält das Engagement maximale Aufmerksamkeit und zeigt, wie facettenreich sich Freiwillige einsetzen. Neben der erzgebirgischen Holzfigur „Held“ (Helfen und Danken) erhalten die Preisträger eine Urkunde sowie eine Einladung zum großen Regionalpreis des Erzgebirgskreises, dem ERZgeBÜRGER.

↗ ehrenamt.erzgebirgskreis.de/edm
Imagefilm ↗ <https://youtu.be/QbBdSdNHV28>

(3) Aufgabe: (Modell-)Projektentwicklung

- Soll die Stelle als Impulsgeber oder als ständiger Begleiter fungieren?

- Auswahl der Themen: z.B. Nachwuchsgewinnung
→ zielgruppengenaue Planung
- Schulprojekte, Mentoringprojekte → Kooperations- und Umsetzungspartner, z.B. Ehrenamt-Senior-Experten (Landkreis Ahrweiler)
- Umsetzungsbudget

(4) Aufgabe: Anerkennungskultur und Würdigung

- Wie kann die Anerkennungskultur gestärkt werden?

Dabei ist eine **enge Abstimmung mit den weiteren Akteuren der Engagementlandschaft** wichtig. Viele Formen der Anerkennung gibt es schon in den Gemeinden, in den Vereinen und Verbänden. Möchte man neue Formen der Anerkennung einführen, wo sie bislang fehlten, sollte darauf geachtet werden, dass die Engagierten sie auch als solche empfinden.

e) Schlussfolgerungen für die landkreisinterne Organisation

Alle genannten Überlegungen haben Einfluss auf die Höhe der benötigten Ressourcen, also Zeit, Personal, Budget, Räumlichkeiten und Technik.

Passend zur eigenen Struktur muss jede Verwaltung klären, welche Aufgaben der hauptamtlichen Stelle zur Engagementförderung angegliedert bzw. zentralisiert werden

sollen. Schnittstellen zu anderen Fachbereichen gibt es z.B. im Hinblick auf Bedarfe zur Fördermittelberatung oder zu Möglichkeiten der Weiterbildung im Naturschutz, im Denkmalschutz, in der Kinder- und Jugendarbeit, im Archiv usw. Wichtig ist eine solide Abwägung der Vor- und Nachteile einer eventuellen Um- bzw. Neustrukturierung. Gleichwohl müssen sich andere Fachbereiche mitgenommen und wahrgenommen fühlen. Ein sensibler Umgang ist angezeigt. Einige Arbeiten, auch wenn sie Engagement und Ehrenamt betreffen, sind in den jeweiligen Fachbereichen wirksamer, zweckmäßiger und nutzbringender angesiedelt. Hier sind gute **Vernetzung und regelmäßiger Austausch** zwischen den verschiedenen Bereichen zu empfehlen, um Angebote gut abzustimmen.

STOLPERSTEIN

- × überhöhte Erwartungshaltung an die hauptamtliche Stelle, leistbares Arbeitsvolumen

f) Lernender Prozess

Bei der Erstellung des Konzeptes sollte auch berücksichtigt werden, dass die hauptamtlichen Mitarbeitenden vor externen Ansprüchen „geschützt“ werden. Eine rein administrative Tätigkeit wie etwa Veranstaltungsdurchführungen, Verwaltungsaufgaben oder Dokumentationspflichten wird den Anforderungen einer guten Engagementförderung nicht gerecht. Die Unterstützung ehrenamtlich Engagierter kann nur gelingen, wenn ein gewisses Maß an **Flexibilität und Gestaltungsspielraum**, sowohl beim Budget(einsatz) als auch hinsichtlich der Aufgaben der hauptamtlichen Stellen, gegeben ist. Im Bereich der Engagementförderung folgen viele Dinge keinen starren Vorgaben, sondern sind ein sich entwickelnder **Prozess mit Austesten, Optimieren, Neukonzipieren und Verwerfen** einzelner Ansätze und Ideen. Landkreisbezogene, bedarfsgerechte Anforderungen können so nach und nach geschärft werden. Um diesen Ansprüchen bestmöglich zu entsprechen, werden oftmals korrigierende Eingriffe nötig. Dies bedingt eine regelmäßige Evaluation der Aufgaben und erfordert im Ergebnis eine gewisse Variabilität und Anpassungsfähigkeit von Konzept, Budget und Personal.

Dabei spielt auch eine Rolle, dass das Engagement schnell auf sich ändernde Rahmenbedingungen reagiert, wie z.B. die Corona-Pandemie, den Ukrainekrieg und die Energiekrise. Hauptamtliche Stellen stehen vor der Herausforderung, damit Schritt zu halten.

4. Angemessene Ausstattung mit Personal und Budget

a) Die ehrenamtskoordinierende Person – Gewinnung, Begleitung und Würdigung

Das Einrichten einer zentralen Anlaufstelle zur Unterstützung, Weiterentwicklung und Anerkennung des bürgerschaftlichen Engagements verdeutlicht die besondere Bedeutung und den hohen Stellenwert der Thematik auch innerhalb der Verwaltung. Die Arbeit von ehrenamtskoordinierenden Personen hat einen elementaren Anteil an der Förderung von ehrenamtlichem Engagement. Die Begleitung von Ehrenamtlichen und Vereinen ist keine Tätigkeit, die neben den bestehenden Aufgaben als Zusatzaufgabe von bereits vorhandenen Mitarbeitern übernommen werden kann. Da die **Fülle an Aufgaben** umfangreich und ihre Bewältigung zeitaufwendig ist, wird empfohlen, Stellen ausschließlich zur Unterstützung von ehrenamtlich Engagierten zu schaffen und von einer Befrachtung mit weiteren Aufgaben insbesondere auch in Krisenfällen abzusehen.

Bürgerschaftliches Engagement wird von ehrenamtlich Engagierten meist neben der beruflichen Tätigkeit in ihrer Freizeit geleistet. Daher ist es umso wichtiger, dem Ehrenamt **qualifizierte personelle Unterstützung** an die Seite zu stellen. Der Mehraufwand bei Inanspruchnahme des Unterstützungsangebots muss dabei für die ehrenamtlich Tätigen so gering wie möglich gehalten werden, sodass das Hauptaugenmerk der Ehrenamtlichen voll und ganz auf ihrem tatsächlichen Engagement liegen kann.

„Das ehrenamtliche Engagement wird zu stark durch bürokratische Vorgaben belastet“, sagte Bernadette Hellmann, Programmleiterin Bürgerstiftungen der Stiftung Aktive Bürgerschaft, in einem Gespräch mit Abgeordneten und Sachverständigen im Unterausschuss Bürgerschaftliches Engagement des Deutschen Bundestages am 25.9.2019.⁹ **Formalien und bürokratische Erfordernisse** stellen Hemmnisse und Unsicherheiten für die ehrenamtlich Engagierten dar. Ein hoher Verwaltungsaufwand raubt nicht nur Zeit, sondern auch Kraft. Aus einer bundesweiten Befragung von 410 Bürgerstiftungen ging hervor, dass für eine Stunde Engagement im Schnitt zusätzlich 32 Minuten für Bürokratie und Verwaltungstätigkeiten benötigt werden. Ein erleichterter Umgang mit bürokratischen Hürden durch den Einsatz von ehrenamtskoordinierenden Personen kann somit zu einem effizienteren Engagement führen, die Ehrenamtlichen gleichzeitig entlasten und letztlich Menschen im Ehrenamt halten sowie die ehrenamtliche Arbeit selbst attraktiver für Interessierte machen.

Was bedeutet das konkret? Mit der Schaffung eines Büros zur Ehrenamtsförderung stellt sich die Frage, mit wie vielen

9

<https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2019/kw39-pa-buerger-schaftliches-engagement-658110>

Personen es besetzt werden soll. Unabhängig von der Größe des Landkreises sollten hierfür **mindestens zwei Personalstellen** eingeplant werden. Dadurch wird die Erreichbarkeit vor Ort und die zuverlässige Abdeckung von Engpasszeiten (Urlaub, Krankheit) gesichert. Des Weiteren erlaubt die Planung von zwei (Teilzeit-)Stellen eine bessere Abdeckung eines breit angelegten Anforderungsprofils der Servicestelle (Arbeitsteilung, Spezialisierung) und minimiert so enttäuschte Erwartungen bei den Ehrenamtlichen.



Michael Sack

Landrat Landkreis Vorpommern-Greifswald

„Ehrenamtliches Engagement wird oftmals stillschweigend vorausgesetzt, obwohl es nicht nur in Krisenzeiten unabdingbar ist. Es ist das Rückgrat unseres gesellschaftlichen Zusammenlebens – gerade im ländlichen Raum. Eine kompetente Unterstützung durch hauptamtliche Strukturen verdeutlicht die besondere Bedeutung und den hohen Stellenwert der Thematik auch innerhalb der Verwaltung. Das Wegfallen bürokratischer Hürden durch den Einsatz von ehrenamtskoordinierenden Personen, der persönliche Austausch sowie die Anerkennung und Würdigung ehrenamtlich engagierter Bürgerinnen und Bürger stehen im Vordergrund der Engagementförderung. Der Mehraufwand muss für die ehrenamtlich Tätigen so gering wie möglich gehalten werden, so dass das Hauptaugenmerk voll und ganz auf ihrem Engagement liegen kann.“

Ehrenamtskoordination ist eine verantwortungsvolle und abwechslungsreiche Tätigkeit, die eine hohe soziale und kommunikative Kompetenz voraussetzt. Die Mitarbeitenden betreuen ehrenamtlich Engagierte und stehen ihnen beratend zur Seite, weshalb darüber hinaus Kenntnisse und **Erfahrungen im Bereich Kommunikation, Beratung und Moderation** hilfreich sind.

Es sollte ein hohes Maß an Flexibilität mitgebracht werden, vor allem hinsichtlich der Arbeitszeiten. Weil es im Ehrenamt üblich ist, dass Arbeitszeiten **außerhalb der klassischen Bürozeiten** liegen, kann es in der Organisation Schwierigkeiten mit den gängigen Verwaltungsstrukturen geben. Zusätzlich zu den Terminen in den Abendstunden

finden häufig Veranstaltungen an Wochenenden statt. Es stellt sich daher die Frage, ob sich, je nach Infrastruktur, ein externes oder internes Büro im Landkreis anbietet.

Persönliche Erfahrungen im ehrenamtlichen Engagement verändern den Blickwinkel auf die Tätigkeit und können einen anderen Zugang zur Ehrenamtskoordination ermöglichen. Wenn z.B. Kenntnisse über Abläufe in der Vereinsarbeit vorhanden und damit einhergehende Anliegen bekannt sind, kann dies bei der Unterstützung der Ehrenamtlichen hilfreich sein. Aufgrund der vielseitigen Aufgaben sind zudem **Grundkenntnisse im Projektmanagement** von Vorteil. Im Fokus der Arbeit steht immer die Stärkung des Ehrenamts im Landkreis – auf allen Ebenen. Dazu zählt schließlich auch eine **gute Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**.

Eine weitere Voraussetzung sind **sichere digitale Fähigkeiten**. Denn der Arbeitsalltag beinhaltet sowohl On- als auch Offlinekommunikation. Fachkenntnisse im Bereich des bürgerschaftlichen Engagements sowie Erfahrungen in der Arbeit und im Umgang mit Ehrenamtlichen runden das Profil der ehrenamtskoordinierenden Personen ab.

In den Standards der Landesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen in Bayern werden die wünschenswerten Kompetenzen am Beispiel einer Leitungsposition in der Ehrenamtskoordination deutlich.

Kernkompetenzen von Ehrenamtskoordinatoren

Personalanforderungen an die Leitung eines landkreis-eigenen Koordinierungszentrums für Bürgerschaftliches Engagement:

- ✓ abgeschlossenes Hochschulstudium oder gleichwertige Ausbildung, Fähigkeiten und Kenntnisse
- ✓ vertiefte Kenntnisse im Freiwilligen- und Projektmanagement sowie der Netzwerkarbeit in der Zivilgesellschaft
- ✓ Kenntnisse in der Verwaltungsarbeit und den Verwaltungsabläufen
- ✓ eigene Erfahrungen im freiwilligen/ehrenamtlichen Engagement
- ✓ freundliches, sicheres und sein Gegenüber wertschätzendes Auftreten
- ✓ Teamfähigkeit und Verhandlungs- und Organisationsgeschick
- ✓ innovatives und kreatives Herangehen an neue Herausforderungen
- ✓ Bereitschaft, auch außerhalb der üblichen Arbeitszeiten tätig zu sein

✓ **Interesse an regionaler und überregionaler Vernetzung sowie Fort- und Weiterbildung**

Quelle: Standards der Landesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen in Bayern, 2020

Neben diesen übergreifenden Kompetenzen, die ehrenamtskoordinierende Personen mitbringen sollten, **gibt es weitere fachliche Anforderungen**, die vom jeweiligen Konzept (Leistungsportfolio) und der Struktur des Landkreises abhängen. Gibt es beispielsweise weitere lokale Anlaufstellen in den Gemeinden, bei freien Trägern oder Freiwilligenagenturen, die bestimmte Aufgaben übernehmen? Sollen alle Aufgaben gebündelt in einem Zentrum übernommen werden? Über diese Fragen muss in jedem Landkreis nach sorgfältiger Analyse der Bedarfe und Strukturen entschieden werden. Letztlich hängt das Leistungsportfolio auch von den finanziellen Ressourcen ab, die zur Verfügung gestellt werden können, sodass Prioritäten gesetzt werden müssen.

Sind diese Fragen geklärt, verfeinert sich das Anforderungsprofil gegebenenfalls um weitere spezielle Fachkompetenzen, die für die jeweilige Stelle dienlich sind (z.B. Kompetenzen in Fördermittelberatung, Marketing, etc.). In den 18 Verbundlandkreisen gibt es viele Beispiele für unterschiedliche inhaltliche Arbeitsschwerpunkte der Servicestellen, die verdeutlichen, dass die jeweiligen Anforderungen neben den oben beschriebenen übergreifenden Kompetenzen variieren können.

b) Budget mit Puffer

Wie bereits aufgezeigt, ist eine der wichtigen Aufgaben bei der Einrichtung einer hauptamtlichen Stelle die **Festlegung eines finanziellen Rahmens**. Neben den Personalkosten müssen ausreichend Sachkosten für die im Konzept vorgesehenen Maßnahmen eingeplant werden, z.B. für Veranstaltungen, Qualifizierung, Öffentlichkeitsarbeit, Dienstreisen sowie für erforderliche Ausstattung.

Hierbei empfiehlt es sich unbedingt, einen finanziellen Puffer einzuplanen. Nur so kann auch auf unvorhergesehene Gegebenheiten reagiert werden. Nichts ist ärgerlicher, als wenn eine gute, manchmal auch spontane Idee nicht verwirklicht werden kann, weil keine ausreichenden finanziellen Mittel eingeplant worden sind. Gegebenenfalls lohnt es sich, bereits im Vorfeld zu prüfen, aus welchen Fördertöpfen außerhalb der Kreismittel zusätzliche Gelder akquiriert werden können. Wichtig ist es, **frühzeitig mit den Planungen zu beginnen**. Eine entscheidende Rolle spielt dabei, zu berücksichtigen, wie die Haushaltsplanungen terminiert sind. Im ungünstigsten Fall meldet man ansonsten seinen neuen finanziellen Bedarf zu spät an, sodass er in den Haushaltsplanungen nicht mehr berücksichtigt werden kann.

5. Erste Schritte – los geht's

Das Konzept steht, die Finanzierung ist gesichert und das Personal ist eingestellt. In dem folgenden Abschnitt werden als Orientierungshilfe die nächsten Schritte skizziert.

a) Planung und administrative Weichenstellung

(1) Voraussetzung für den Erfolg der Stelle ist neben einem schlüssigen Konzept die klare Definition von Zielen und Aufgaben, die sowohl Handlungsrahmen als auch -spielraum festlegen.

Ist nun neues Personal eingestellt, muss es sich in den ersten Wochen intensiv mit dem Konzept auseinandersetzen und eventuell weitere Justierungen vornehmen. Zur Unterstützung der Planung ist es sinnvoll, sich Vorgehensweisen aus dem Projektmanagement zunutze zu machen. Strategie-, Zeit-, Kosten- und Meilensteinpläne erleichtern die Erstellung einer Arbeitseinteilung und bieten eine gute Übersicht. Die Pläne müssen dem gesamten Team zugänglich sein.

(2) Einholen von Angeboten, z.B. zu

- Referenten für Weiterbildungsangebote
- Marketing
- Räumlichkeiten für zentrale und dezentrale Veranstaltungen
- digitale Tools



Tip: Bei Personal ohne Verwaltungshintergrund Ansprechpartner identifizieren, damit die Einarbeitung in behördliche Prozesse gelingen kann.

Teamarbeit, Meilenstein- und Strategieplanung können darüber hinaus erheblich durch das Nutzen von digitalen Tools erleichtert werden.

b) Corporate Design

Hilfreich ist die Schaffung einer eigenen Markenidentität für die Ehrenamtsunterstützung. Dies steigert sowohl den Bekanntheitsgrad als auch den Wiedererkennungswert.

- In der Regel haben die Landkreise interne Richtlinien und ein Corporate Design, an dem man sich orientieren muss. Absprachen mit der zuständigen Stelle der Verwaltung sind daher notwendig.

- Es muss geklärt werden, ob ein eigenes Logo und/oder ein Slogan entwickelt werden sollen.
- Hat man sich für Farben, Logo und Slogan entschieden, ist das Erstellen von Vorlagen z.B. für Einladungen, Postings, Mails hilfreich.



Tip: Externe grafische Unterstützung ist in den meisten Fällen sinnvoll. Viele Medienagenturen sind auf die Entwicklung von Logos und Slogans spezialisiert.

→ Landkreis Waldeck-Frankenberg: „Ehrenamt? Läuft!“

Mitmachen, sich einsetzen, etwas bewegen – freiwilliges Engagement spielt in Waldeck-Frankenberg eine wichtige Rolle. Damit dies so bleibt, bietet der Landkreis unter dem Slogan „Ehrenamt? Läuft!“ eine breite Palette an Unterstützungsangeboten, zu denen neben hauptamtlichen Projektmitarbeiterinnen auch das Engagementportal als digitale Anlaufstelle zählt:



➤ www.ehrenamt-wafkb.de

Auf der nutzerfreundlichen Webseite können sich Interessierte über aktuelle Themen und Veranstaltungen informieren, Materialien abrufen und vieles andere mehr. Um das Miteinander zwischen Hauptamt und Ehrenamt zu unterstreichen, wurde das Engagementportal mit Bildern von Engagierten aus Waldeck-Frankenberg gestaltet, was einen kleinen Einblick in die große Vielfalt der Engagementkultur vor Ort gewährt. Unverzichtbar ist zudem das einprägsame Logo, welches sich neben der Webseite bereits als Markenzeichen für „Ehrenamt? Läuft!“ etabliert hat.

Ehrenamt? Läuft!
WALDECK FRANKENBERG

Sowohl die Webseite als auch das Logo haben eine Medienagentur in Anlehnung an das Corporate Design des Landkreises entwickelt. Der Prozess erfolgte in enger Abstimmung mit den zuständigen Fachdiensten der Kreisverwaltung.

c) Netzwerkarbeit – Kommunikation und Absprachen sind das A und O

Ein guter und kontinuierlicher Austausch mit allen Beteiligten ist für die Ehrenamtsunterstützung unabdingbar. Betroffen sind dabei verschiedene Ebenen.

Eigene Verwaltung: In den allermeisten Kommunalverwaltungen gibt es verschiedene Abteilungen, die direkt oder indirekt in die Engagementförderung involviert sind. Um Doppelstrukturen und Konflikte zu vermeiden und stattdessen Kräfte zu bündeln und Synergien zu nutzen, muss man diese Strukturen und Verantwortlichkeiten kennen und mit den maßgeblichen Verwaltungsstellen einen regelmäßigen Austausch pflegen. Wichtig ist eine klare Abgrenzung der Aufgaben voneinander, damit keine Doppelarbeit anfällt und Ressourcen nicht verschwendet werden.

Externe fördernde Stellen: Gegebene Strukturen und Institutionen außerhalb des Landkreises müssen identifiziert und passende Netzwerkpartner gefunden werden. Eine Kontaktaufnahme sollte dabei stets mit einem konkreten Ziel erfolgen: Wo gibt es Ansätze einer Zusammenarbeit? Wie stellt man sich die Zusammenarbeit bestenfalls vor?

Multiplikatoren einbinden: Einzelpersonen, die jahrelange Erfahrung mit bürgerschaftlichem Engagement mitbringen und in ihrem Bereich von hoher Bekanntheit sind, können für den Erfahrungsaustausch und die passgenaue Angebotsentwicklung sowie die Etablierung der Stelle von großer Bedeutung sein. Engagementförderung erfordert Zusammenarbeit und keine Einzelkämpfer.



Tip: es sollte ein regelmäßiger Austausch mit Akteuren/Institutionen aus dem Bereich der Engagementförderung angeregt werden, z.B. in Form einer Arbeitsgemeinschaft oder eines Jour fixe.



Jürgen van der Horst

Landrat Landkreis Waldeck-Frankenberg

„Waldeck-Frankenberg hat verstanden, dass ehrenamtliches Engagement hauptamtlicher Begleitung bedarf. Uns geht es dabei weniger darum, finanzielle Unterstützung zu gewähren, als den Menschen zuzuhören und sie dann gezielt zu stärken, zu qualifizieren und ihnen eine Anlaufstelle zu bieten. Wir fragen Bedarfe ab und antworten darauf mit unserem Programm ‚Ehrenamt? Läuft!‘. Auf unserer Webseite bündeln wir die Angebote; sie ist Infobasis genauso wie Marktplatz und Treffpunkt. In vielen Veranstaltungen sind wir bei den Ehrenamtlichen und geben ihnen die Beratung und Unterstützung, die sie brauchen bei ihren Fragen zum Vereins- und Steuerrecht, zur Mitgliederwerbung, zu Social Media und vielem anderen mehr.“

d) Beteiligung/Einbindung der Engagierten

Damit die Angebote der Stelle zu dem Bedarf der Engagierten passen, muss dieser nicht nur ermittelt, sondern das Ergebnis regelmäßig aktualisiert werden. Digitale Tools erleichtern auch hier die Arbeit. Wenn Wünsche so eingebracht, neue oder andere Themenfelder aufgezeigt, Anregungen gemacht werden können, führt das zu einer stetigen Weiterentwicklung.

Es gibt verschiedene Herangehensweisen, z.B.

- digitale/postalische Umfragen (Datenbank mit Kontaktadressen notwendig)
- Veranstaltungen
- Aufruf über Lokalpresse und/oder Social Media

Hat man die Bedarfe ermittelt und sind erste Angebote angelaufen, ist das Einholen von regelmäßigem Feedback hilfreich.

Bei der Beteiligung und Einbindung von Engagierten müssen allerdings **klare Strukturen** vorgegeben und beachtet werden.

STOLPERSTEIN

- ✘ Das Erstellen von Datenbanken und deren Aktualisierung kostet Zeit und stellt hohe Anforderungen an den Datenschutz.

e) Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit ist essenziell für den Erfolg der Stelle. Die Herangehensweise muss durchdacht sein. **Es gibt nicht den einen richtigen Weg**, vielmehr muss jede Stelle individuell nach den lokalen Gegebenheiten über die Verwendung der Mittel, Ressourcen und den Einsatz der Medien entscheiden.

In jedem Fall ist die Erstellung eines Redaktionsplans sinnvoll. Der enthält alle Inhalte, Termine und den zeitlichen Ablauf der Veröffentlichungen.

Worauf man auf jeden Fall achten sollte:

- Strategieentwicklung beginnt mit der Identifizierung der eigenen Stärken: Welche Botschaft soll vermittelt werden und welchen Mehrwert hat die Zielgruppe von den Angeboten?
- Botschaften und kreative Maßnahmen entwickeln
- Welche Medien (analog/digital) werden bespielt?
 - Website, Social Media, Newsletter, Lokalpresse, Gemeinde-/Amtsblätter, Messe- und Börsenauftritte
- Welche Partner können auf die Angebote der geschaffenen Stelle verweisen?
- Zu Beginn der neuen Engagementunterstützung ist zunächst eine intensive Öffentlichkeitsarbeit für die Fachstelle selbst wichtig. Je mehr Angebote etabliert werden können, umso stärker kann diese Werbung in eigener Sache wieder zurückgefahren werden. Um Angebote platzieren zu können, braucht es eine gewisse Vorlaufzeit, in der Bekanntheit und Vertrauen aufgebaut werden können.

GELINGENSAKTIVITÄTEN

- ✓ Absprache mit der IT-Abteilung, mit dem Datenschutzbeauftragten und der Pressestelle.
- ✓ Zielgruppenorientierung

6. Fazit

Die Ausführungen dieses Kapitels zeigen: Die Entscheidung für die Einrichtung einer Stelle zur Engagementförderung muss gut vorbereitet und auf Nachhaltigkeit angelegt sein. Engagementförderung ist kein einmaliges Projekt, sondern eine wichtige (Dauer-)Aufgabe der Kreisverwaltung zur **Unterstützung des sozialen Zusammenhalts**. Ausgestattet mit den nötigen Ressourcen Personal, Zeit und Budget sowie unterstützt durch Verwaltung und Politik gelingt es, freiwilliges Engagement sowie die Ehrenamtsstrukturen vor Ort mit einem individuellen, bedarfsorientierten Konzept zu unterstützen und zu entlasten. Das trägt zur Steigerung der Lebensqualität im Landkreis bei.

Gerade in ländlichen Räumen, die stark vom demografischen und sozialen Wandel betroffen sind, halten Ehrenamtliche oft den „Laden am Laufen“ und ergänzen kommunale Angebote der Daseinsvorsorge, indem sie wichtige Aufgaben übernehmen. Gleichzeitig wird den Engagierten das Leben durch hohe Anforderungen oder zunehmende Bürokratisierung, z.B. des Vereinswesens, schwer gemacht. Umso wichtiger ist es daher, den Engagierten von kommunaler Seite den Rücken durch eine **verlässliche und dauerhafte Unterstützungsstruktur** zu stärken.

GELINGENSAKTOREN

WEICHENSTELLUNG

- ✓ Akzeptanz
- ✓ politische Beschlüsse
- ✓ klare Zielsetzung
- ✓ Transparenz

BEDARFSERMITTLUNG

- ✓ stetige Bedarfsermittlung
- ✓ Datenpflege
- ✓ Schnittstellen nutzen

ANSIEDLUNG & ORGANISATION

- ✓ Strukturanalyse
- ✓ übergreifende Ansiedlung
- ✓ klare Aufgaben
- ✓ Geld

KOMMUNIKATION & INFORMATION

- ✓ Fachstellen einbinden
- ✓ Prioritäten setzen
- ✓ Social Media
- ✓ Kooperationen
- ✓ Zielgruppen identifizieren

STOLPERSTEINE

WEICHENSTELLUNG

- ✗ unsichere Finanzierung
- ✗ Unstimmigkeiten
- ✗ Konkurrenz

BEDARFSERMITTLUNG

- ✗ Aufwand
- ✗ Datenschutz

ANSIEDLUNG & ORGANISATION

- ✗ unklare Aufgabenbeschreibung
- ✗ thematische Einschränkung

KOMMUNIKATION & INFORMATION

- ✗ „vergessene“ Ehrenämter
- ✗ verlorener Überblick
- ✗ Umgang mit Extremen
- ✗ Schutz der persönlichen Daten



Prof. Dr. Alexandra Engel

ZZHH Zukunftszentrum Holzminden-Höxter, HAWK Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst (Hildesheim, Holzminden, Göttingen)

„Die Förderung bürgerschaftlichen Engagements im Sinne einer Ermöglichungsstruktur hat das Ziel, Zugänglichkeit und Teilhabe an Engagement zu sichern. Das kann angesichts der großen Bedeutung bürgerschaftlichen Engagements mit dieser Fokussierung auch als Teil der Daseinsvorsorge verstanden werden.“

☐ Checkliste

1. *Transparenz und Beteiligung: relevante Akteure ins Boot holen.*
2. *Kreistagsbeschluss erwirken.*
3. *Finanzierung sicherstellen – keine „Projektitis“ beim Landkreis oder bei den Ehrenamtsförderungen.*
4. *Organisatorische Ansiedlungsebene festlegen.*
5. *Bestehende Engagement-Landschaft im Kreis sorgfältig erkunden.*
6. *Bedarfsgerechtes Konzept mit Leistungsportfolio erstellen.*
7. *Erforderliche Ressourcen und qualifiziertes Personal bereitstellen.*
8. *Erste Schritte der praktischen Umsetzung sorgfältig gehen.*



IV. Zielgruppen

Beteiligte Landkreise:

Ahrweiler, Bodenseekreis, Euskirchen, Oberspreewald-Lausitz, Rendsburg-Eckernförde, Trier-Saarburg und Uckermark¹⁰

Vorab

Eine wirksame und aktive Ansprache des Ehrenamts ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für ein erfolgreiches Ehrenamtsmanagement. Hierbei müssen die verschiedenen Zielgruppen genau in den Blick genommen werden. Besondere Zielgruppen sind darüber hinaus z.B. Zugezogene mit oder ohne Migrationshintergrund, Frauen und Mädchen im Ehrenamt oder Menschen im Übergang ins Rentenalter.

Jede Zielgruppe hat ihre Besonderheiten, die für eine erfolgreiche Ansprache herausgearbeitet werden müssen. Eine zielgruppenspezifische Ansprache, egal zu welchem Zweck, hat entscheidende Vorteile: Sie wird passgenauer und erfolgreicher.

Bei der Ansprache besonderer Zielgruppen sind vor allem zwei Dinge zu beachten:

- Das Ziel und der Zweck der Ansprache müssen deutlich sein und
- die Besonderheit der Zielgruppe muss herausgearbeitet werden.

Diese Besonderheiten sind Merkmale der jeweiligen Zielgruppe, die man sich bei jeder Ansprache neu vergegenwärtigen muss. Sie sind Voraussetzung für eine passgenaue und erfolgreiche Ansprache. Das Ziel dieses Kapitels ist es, Standards zu entwickeln, an denen sich die Verwaltungen der Landkreise orientieren können.

Damit die Ansprache nicht mehr nur „aus dem Bauch heraus“ erfolgt, wird in diesem Kapitel eine auf Grundlage von wissenschaftlichen Modellen und Strategien entwickelte Systematik aufgezeigt, die eine zielgerichtete Ansprache ehrenamtlich Tätiger sowohl zu Akquisitions- als auch zu Unterstützungs- und Begleitzwecken ermöglicht.

☐ Checkliste

1. *Vorlagen für die erfolgreiche, zielgruppengerechte Ansprache*
2. *Jede Zielgruppe ist besonders.*
3. *Anleitung zur Herausarbeitung der Spezifika von Zielgruppen*
4. *Zuständigkeiten innerhalb der Kreisverwaltung für die spezifische Art des Ehrenamts beachten*
5. *Zielgruppen und Anspracheart klar definieren*
6. *Grundlagen für eine erfolgreiche Ansprache sind Vertrauen und Bindung.*
7. *Reflexion und Evaluation der Vorgehensweise und der Zielgruppenbestimmung*


Diese Zwecke müssen deutlich voneinander getrennt werden, da die Adressaten der Ansprache im ersten Fall persönlich unbekannt, im zweiten Fall dagegen der ehrenamtsunterstützenden Stelle normalerweise bekannt sind und einen genau definierten Tätigkeitsbereich abdecken. Deswegen zieht sich diese Unterscheidung durch das gesamte Kapitel.

Die am Cluster 7 beteiligten Landkreise haben teilweise unterschiedliche Schwerpunkte auf bestimmte Zielgruppen gelegt. Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick darüber.

Die dortigen Beispiele der einzelnen Landkreise, die in diesem Kapitel nach der theoriegeleiteten Vorgehensweise folgen, veranschaulichen wie die Standards für eine zielgruppengerechte Ansprache in der Praxis angewendet wurden und verdeutlichen, was dabei zu beachten ist. Am Ende des Kapitels werden die wichtigsten Gelingens- und Hemmfaktoren für die Ansprache besonderer Zielgruppen zusammengefasst.

10

Dieses Kapitel enthält die Arbeitsergebnisse von Cluster 7: „Ansprache besonderer Gruppen“.

Landkreis	Schwerpunkt des Projektes	Zielgruppen
	<ul style="list-style-type: none"> • Gewinnung junger Nachwuchskräfte • Aufbau von Begleitstrukturen • Zugang zu Förderprogrammen 	<ul style="list-style-type: none"> • Junges Ehrenamt • ehren- und hauptamtliche Funktionäre in Vereinen und Verbänden
	<ul style="list-style-type: none"> • Förderung junges Engagement • Beratung und Qualifizierung • Entwicklung ehrenamtlicher Strukturen 	<ul style="list-style-type: none"> • Junges Ehrenamt • Ehrenamt allgemein
	<ul style="list-style-type: none"> • Vernetzung unterschiedlicher Akteure • Beratungs-, Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebote • Nachhaltige Stärkung des Ehrenamtes 	<ul style="list-style-type: none"> • nicht polizeiliche Gefahrenabwehr • allgemeines Ehrenamt
	<ul style="list-style-type: none"> • Bestandserfassung, Analyse und Vernetzung der Ehrenamtstätigkeit • Beratung und Qualifizierung • Lösungen zur Nachwuchsgewinnung 	<ul style="list-style-type: none"> • Ehrenamt allgemein
	<ul style="list-style-type: none"> • Aufbau von Beratungs- und Begleitstrukturen für das Ehrenamt 	<ul style="list-style-type: none"> • Ehrenamt allgemein und im sozialen Bereich • haupt- und ehrenamtliche Funktionäre in Vereinen und Verbänden
	<ul style="list-style-type: none"> • Beratung und Information • Qualifizierung und Vernetzung der ehrenamtlichen Ortsbürgermeister (Schwerpunkt: demografischer Wandel) 	<ul style="list-style-type: none"> • politisches Ehrenamt
	<ul style="list-style-type: none"> • Information und Beratung • Gewinnung ehrenamtlich engagierter Bürger 	<ul style="list-style-type: none"> • Ehrenamt allgemein

1. Herangehensweise

a) Vorüberlegungen

Die Ansprache verfolgt in der Regel zwei Ziele – zum einen die Gewinnung von Ehrenamtlichen und zum anderen die Unterstützung und Begleitung von Engagierten. Es geht daher zunächst darum, in einem ersten Schritt zu klären, welche Ehrenamtlichen oder potenziell Engagierten von den Kreisverwaltungen angesprochen werden sollen und welche Methoden dabei hilfreich sein könnten.

Bevor eine gezielte Ansprache erfolgen kann, sollten in einem zweiten Vorbereitungsschritt folgende wichtige Fragen geklärt werden:

- Wer spricht potenzielle Ehrenamtliche an?
- Gibt es in der jeweiligen Kreisverwaltung Ziele für die Zusammenarbeit mit dem Ehrenamt?
- Wenn ja, ist diese Zusammenarbeit zentral oder dezentral und wird sie vernetzt?
- Welche direkten Kontakte bestehen bereits zum Ehrenamt?
- Sind diese Kontakte systematisch erfasst und wissen voneinander?
- Wird die Zusammenarbeit mit dem Ehrenamt in der Verwaltung abgebildet?

Unter bestimmten Bedingungen kann es hilfreich sein, mit Verbänden vor Ort zusammenzuarbeiten. Auch in diesen Fällen müssen die Zuständigkeiten genau geklärt werden.

Ist dies geklärt, können die nächsten Schritte vom sogenannten **POST-Modell** nach Charlene Li und Josh Bernoff abgeleitet werden¹¹.

Das POST-Modell



Das POST-Modell wird hauptsächlich im Bereich des Marketings verwendet. Da Marketing ohne eine erfolgreiche Ansprache von Zielgruppen nicht funktionieren kann, lässt sich viel aus diesem Bereich lernen. Wenn man das POST-Modell befolgt, wird zuerst geklärt, welche Eigenschaften die Zielgruppe erfüllt (People) und welches Ziel mit der Ansprache verfolgt werden soll (Objectives). Diese Überlegungen sollen systematisch anhand einer konkreten Strategie oder Methode erfolgen (Strategy), bevor man sich darüber Gedanken machen kann, mit welchem Medium die Ansprache erfolgt (Technology).

In den folgenden Ausführungen wird vor allem auf die Bereiche „People“, „Objectives“ und „Strategy“ eingegangen – jeweils spezifisch für die beiden Ziele der zielgruppenorientierten Ansprache zur Gewinnung von Ehrenamtlichen und Unterstützung von Engagierten.

b) Gewinnung von Ehrenamtlichen

Erstellen einer Persona und weitere wichtige Schritte

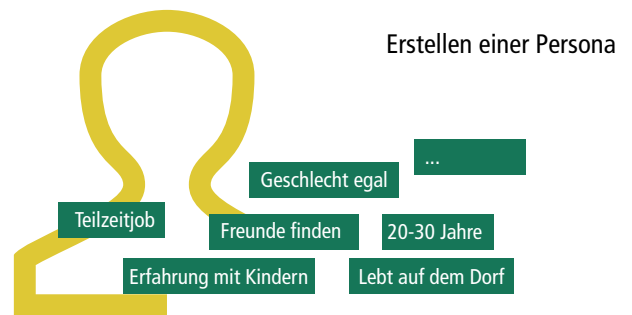
Bei der Gewinnung von Ehrenamtlichen sind die Adressaten der Ansprache normalerweise unbekannt. Damit trotzdem eine zielgerichtete Ansprache erfolgt, kann wieder auf eine Vorgehensweise aus dem Marketing-Bereich zurückgegriffen werden. Es werden sogenannte Personas erstellt, die „fiktive Vertreter von Zielgruppen [sind] und [...] die unterschiedliche[n] Bedürfnisse innerhalb zumeist inhomogener Zielgruppen [repräsentieren]“ (Esther Ecke, Kommunikationsexpertin).

Um solche Personas zu erstellen, wird eine Art Steckbrief angefertigt. Folgende Punkte können mit einbezogen werden:

Esther Ecke
Kommunikationsexpertin

„Eine Persona hilft darüber nachzudenken, wie [ein Ehrenamtlicher] handelt, denkt und was dessen Ziele und Motivationen sind. Dies ermöglicht einen besseren Perspektivwechsel, um [...] die Kommunikation zu optimieren.“

- persönliche Grunddaten (Wohnort, Alter, Geschlecht, Familienstand, etc.)
- berufliche Grunddaten (Beruf, Arbeitssituation, Einkommen, etc.)
- Beschreibung der persönlichen Lebenswelt (Ziele, Werte, Hobbys, Interessen, etc.)
- Beschreibung der beruflichen Arbeitswelt
- psychologische Bedürfnisse (Kontakt, Prestige, „Helfen wollen“, etc.)
- Bedürfnisse bezogen auf ehrenamtliche Arbeit



Beispiel: Gewinnung von Engagierten für ein Amt

Wenn die Ansprache zum Ziel hat, Ehrenamtliche beispielsweise **für ein neues Amt** zu gewinnen, ist eine **Eingrenzung** auf diejenigen Personen nützlich, die für das spezifische Ehrenamt in Frage kommen. Die obige Aufzählung ist als Anhaltspunkt gedacht und nicht vollständig bzw. nicht immer vollständig anwendbar. Dennoch können Kriterien wie Alter und Geschlecht für einige Arten des Ehrenamtes wichtig sein. Meistens wichtig sind Beruf und Arbeitssituation, um die Einsatzmöglichkeiten darstellen zu können. Eine Vollzeit beschäftigte Person z.B. kann nicht während der Arbeitszeit eingesetzt werden und eine

¹¹ Vgl. D. Michelis/S. Stumpp, S. Stumpp/D. Michelis/T. Schildhauer (Hrsg.), Social Media Handbuch. Theorien, Methoden, Modelle und Praxis, 4. Aufl., Baden-Baden 2021, S. 223 ff.

Person in Führungsverantwortung wird auch im Ehrenamt leichter Verantwortung übernehmen können. Hobbys und Interessen können einen Hinweis auf die Einsatzmöglichkeiten und -wünsche geben, Mobilität ebenfalls. Die Ziele und Werte der anzusprechenden Person dürfen nicht in Konflikt mit der Institution stehen, die das Ehrenamt ausführt.

Bevor man eine Persona erstellt, ist es hilfreich, eine **klare Vorstellung der ehrenamtlichen Organisation** und des zu besetzenden Bereichs zu haben, um eine passgenaue Ansprache realisieren zu können. Hierbei können Organisations-, Projekt- oder Netzwerkanalysen nützlich sein. Außerdem ist ein Anforderungskatalog (z.B. Was soll geleistet werden? Welche Anforderungen gibt es? Welche Nachweise müssen vorgelegt werden?) für den jeweiligen Ehrenamtsbereich empfehlenswert, um eine fehlerhafte Ansprache und in Konsequenz eine Fehlbesetzung des Ehrenamts zu vermeiden.

Sobald die Art bzw. die **Rahmenbedingungen** des Ehrenamts sowie die Zielgruppe genau definiert werden, kann über die Anspracheart nachgedacht werden. Hierbei spielen der Ort, der Zeitpunkt und das Medium entscheidende Rollen. Um Erfolge zu erzielen, sollte man diese Punkte beim Erstellen der Persona bereits im Hinterkopf haben und mitdenken.

Folgende Fragen sollten dabei in die Überlegungen mit einbezogen werden:

- Welche Aspekte der Persona sind für die Anspracheart relevant?
- Welche Argumente können die Persona überzeugen?
- Welcher Nutzen und welcher Aufwand sind mit dem Ehrenamt verbunden?
- Welche Methode bzw. welches Medium der Ansprache soll genutzt werden?

Das **Medium der Ansprache** kann sehr vielfältig sein. Von der persönlichen Ansprache über Zeitungen und Anzeigen bis hin zu den Sozialen Medien steht eine große Auswahl zur Verfügung. Die Vor- und Nachteile sowie weitere relevante Punkte zu den einzelnen Methoden der Ansprache werden unter Kapitel V. behandelt, weshalb dieses Thema hier nicht weiter vertieft wird.

Beispiel: Gewinnung von jungen Engagierten

Nachwuchsmangel im Ehrenamt ist eines der drängendsten Probleme im Ehrenamtsbereich. Engagierte junge Menschen sind ein unerlässliches Erfordernis für eine solidarische Gemeinschaft. Sie sind die Vereinsmitglieder und

Vorstände von morgen. **Nachwuchsarbeit** ist somit eine Investition in die Zukunft, die einen erheblichen Einfluss auf die kommenden Ehrenamtsstrukturen unserer Gesellschaft hat. Junges Ehrenamt zu fördern heißt, möglichst vielen Jugendlichen Teilhabe und Engagement zu ermöglichen, die Angebotsbreite von gemeinnützigem Engagement attraktiv darzustellen und sie bei der Übernahme von Verantwortung zu begleiten. Hierbei gilt es, fruchtbare Impulse für Ansprache und Gewinnung zu geben.

Wer sich engagieren möchte, muss erst einmal wissen, welche Möglichkeiten er hat. Hierbei gibt es zum Teil recht unterschiedliche Chancen, gerade unter Berücksichtigung der **Lebensräume**. Ehrenamt in der Stadt unterscheidet sich nicht unerheblich von dem in ländlichen Gebieten.

Wer sich früh ins Ehrenamt einbringt, behält sich das oftmals bis ins hohe Alter bei. Diese Erfahrung bietet großes Potenzial für die Schaffung einer beständigen und erfolgreichen Ehrenamtsstruktur. Da die Zeit der Jugend stark von Entscheidungen und Veränderungen geprägt ist, sind viele junge Menschen auf der Suche nach den eigenen Stärken, Talenten und Interessen. Umso wichtiger ist es, hier die passende Ansprache zu finden, um sie für das Ehrenamt zu motivieren. Das Ehrenamt kann beispielsweise damit werben, Sozialkompetenzen zu stärken und Orientierung bei der Berufswahl zu bieten. Vielen jungen Menschen ist es wichtig, Spaß zu haben, **Freizeitinteressen** zu ergänzen und neue Kontakte zu knüpfen. Die Motivationen, sich ehrenamtlich zu engagieren, können also sehr vielfältig sein und sollten bei der Ansprache unbedingt berücksichtigt werden.

Bei der Ansprache von jungen Engagierten ist außerdem zu beachten, dass das **Miteinander von jungen Menschen** stark von digitalen Einflüssen geprägt ist. Sie wachsen mit dem Fortschritt der Technik auf und kennen sich im Normalfall auf diesem Gebiet bestens aus. Die ständige digitale Vernetzung verkörpert ihre Weltoffenheit und Neugier. Gerade das Internet und soziale Medien können optimale Möglichkeiten für eine gezielte Ansprache bieten. Mit Posts, Instagram-Stories, Imagefilmen, Fotos und Veranstaltungsinformationen kann Interesse geweckt und die Vielfalt ehrenamtlichen Engagements dargestellt werden. Auch die Veröffentlichung von Projekten, verbunden mit dem Aufruf zur Mitarbeit, kann für junge Menschen ein wirksamer Einstieg in eine Ehrenamtstätigkeit werden. Weitere Möglichkeiten der (digitalen) Ansprache werden im Kapitel V. vorgestellt.

Für eine möglichst **langfristige Bindung** von Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist ein von Anfang an geschaffenes **Mitsprachrecht** wichtig. Dem Jungen Ehrenamt müssen Möglichkeiten zur Selbstfindung, Selbstverwirklichung und Weiterbildung geboten werden. Um dies zu erreichen, braucht es ein ehrenamtliches Umfeld, in dem sie mitgestalten und mitreden wollen und das auf ihre Interessen eingeht. Sie streben ein modernes und

zeitgemäßes Engagement an. Eine Vereinsmitarbeit, bei der sie von oben herab diktiert werden, wird sie nicht dauerhaft halten. Sprüche wie „Das haben wir schon immer so gemacht“ sind für eine nachhaltige Zusammenarbeit von Altmitgliedern und Jugendlichen wenig sinnvoll. Deshalb sind Teilhabemöglichkeiten für junge Menschen so wichtig. Weitere Punkte, die ein Ehrenamt für junge Menschen attraktiv machen können, sind beispielsweise zeitlich flexible Einsätze, flache Hierarchien zwischen Vereinsleitung und Mitgliedern und eine Kommunikation auf Augenhöhe unabhängig von Alter, Geschlecht, Hautfarbe, Religion, körperlicher und geistiger Gesundheit, sozialer Herkunft oder Weltanschauung. Es ist auch wichtig, jungen Menschen Freiräume zu bieten, damit sie sich ausprobieren und Ideen umsetzen können. Auch die uneingeschränkte Nutzung digitaler Plattformen kann ehrenamtliche Arbeit für Jugendliche und junge Erwachsene interessant machen. Es darf aber nicht vergessen werden, den jungen Menschen Unterstützungsstrukturen zu bieten, wenn beispielsweise im rechtlichen Bereich Fragen auftauchen. Nur so kann es gelingen, dass junge Menschen Vertrauen in ihre Arbeit aufbauen und sich mit dem Ehrenamt identifizieren.

Wichtige Parameter für den Umgang mit Jugendlichen sind auch **Wertschätzung** und Anerkennung. Jugendliche möchten gesehen werden. Und nicht nur Lob, sondern auch gut gemeinte Kritik kann ihre Persönlichkeitsentwicklung fördern.

All dies gruppenspezifische Wissen kann und muss beim **Erstellen einer Persona** mit einfließen. Gerade im Bereich der Motivation und Voraussetzung für ein Ehrenamt, können Begriffe wie Persönlichkeitsfindung, Selbstreflexion und Mitspracherechte bei der Gewinnung von jungen Engagierten eine entscheidende Rolle spielen.

Zusammenfassung

Die beschriebene Vorgehensweise bei der Ansprache zur Gewinnung Ehrenamtlicher lässt sich wie folgt zusammenfassen:

Zuständigkeit

- Wer (in der Kreisverwaltung) spricht potenzielle Ehrenamtliche an?
- Gibt es unterschiedliche Ansprechpartner für spezielle Ehrenamtsbereiche?
- Ist es sinnvoll, mit Verbänden vor Ort zusammenzuarbeiten? Wie sieht diese Zusammenarbeit aus?

Art des Ehrenamtes

- Was soll geleistet werden?
- Welche Anforderungen gibt es?
- Welche Nachweise müssen ggf. erbracht werden?

Je genauer der ehrenamtliche Bereich definiert werden

kann, desto wahrscheinlicher wird eine passgenaue Ansprache. Ein Anforderungskatalog und eine Organisationsanalyse können hilfreich sein.

Zielgruppenbestimmung

- Welche Personen werden gesucht?

Mithilfe einer oder mehrerer Personas kann eine Eingrenzung auf diejenigen Personen vorgenommen werden, die für die spezifische Art des Ehrenamtes in Frage kommen.

Ansprache

- Ort, Zeit, Medium (siehe unter V.)

Reflexion

- Wurden Ehrenamtliche passgenau gewonnen?
- Hatte man genügend Kenntnisse über die Rahmenbedingungen (Zuständigkeit und Art des Ehrenamtes)?
- Waren die Zielgruppenbestimmung und die Anspracheart passgenau?

c) Unterstützung und Begleitung von Ehrenamtlichen



Tip: *Ehrenamt ist ein bedeutender Standortfaktor, der durch unterstützende Betreuung und Begleitung aufrechterhalten werden muss.*

Grundlegendes

In einer Ansprache, die zum Ziel hat, Ehrenamtliche zu begleiten, gibt es deutliche und zu beachtende **Unterschiede** gegenüber der Ansprache für die Gewinnung von Ehrenamtlichen. Bei einer Begleitung oder Beratung ist die Zielgruppe der Kreisverwaltung nämlich im Normalfall bereits bekannt und fest definiert. Dies sollte bei der Herangehensweise der Ansprache Berücksichtigung finden.

Grundsätzlich können Kreisverwaltungen in unterschiedlichen Formen ehrenamtliche Organisationen und Engagierte begleiten und unterstützen.

- Die **Informations- und Wissensvermittlung** ist hierbei ein wichtiger Bestandteil. Das Zurverfügungstellen von relevanten Informationen für den ehrenamtlichen Bereich kann entweder auf digitalem Wege erfolgen, über Newsletter oder Webplattformen oder über eine persönliche Beratung. Auch Seminare und Qualifizierungen, die der Weiterbildung von Engagierten dienen, bieten sich an. Diese

Informationen sollten möglichst kostenlos oder zumindest kostengünstig bereitgestellt werden.

- Eine weitere Möglichkeit, das Ehrenamt zu unterstützen, kann in Form von Vernetzung erfolgen. Die Kreisverwaltung oder andere engagementfördernde Stellen können Engagement-Stammtische oder digitale Möglichkeiten zur **Vernetzung** bieten, um den Ehrenamtlichen einen (fachlichen) Austausch zu ermöglichen.
- Außerdem ist **Anerkennung und Würdigung** der ehrenamtlichen Arbeit ein wichtiger Bestandteil der Unterstützung und Begleitung. Diese Würdigung kann beispielsweise über öffentlichkeitswirksame Darstellungen der ehrenamtlichen Tätigkeiten in Form von Berichten, Ausstellungen, Posts in den Sozialen Medien oder Podcasts erfolgen. Aber auch ein ausgesprochener Dank kann ehrenamtliche Tätigkeit würdigen – etwa durch ein Schreiben, einen Besuch in einer Einrichtung oder einen Ehrenamtsabend. Manches Mal tun schon kleine Gesten gut, wie ein offenes Ohr und individuelle Aufmerksamkeit.

Wie die Ansprache von Ehrenamtlichen im Detail erfolgen kann, hängt stark vom genauen Ziel ab. Für eine Wissensvermittlung müssen Ehrenamtliche anders angesprochen werden als für eine Würdigung oder eine Vernetzung. Trotzdem ist zu empfehlen, bei der Ansprache zur Unterstützung und Begleitung von Ehrenamtlichen einige **allgemeine Punkte** zu berücksichtigen.

Wie auch bei der Ansprache zur Gewinnung von Ehrenamtlichen müssen zunächst im Vorfeld die **Zuständigkeiten innerhalb der Kreisverwaltung geklärt** sein, und es sollte definiert werden, wer Ehrenamtliche zu welchem Zweck anspricht. Da die Betreuung und Begleitung von Ehrenamtlichen sehr aufwendig sein kann, muss außerdem geklärt werden, ob die angestrebte Betreuungsleistung und der zeitliche Betreuungsumfang überhaupt in der jeweiligen Stellenbeschreibung abgebildet und realistisch bewertet ist. Wenn den Kreisverwaltungen selbst die entsprechenden Ressourcen nicht zur Verfügung stehen, kann es sinnvoll sein, im Bereich der Unterstützung von Ehrenamtlichen maßgeblich auf die Hilfe von Verbänden und anderen Einrichtungen vor Ort zurückzugreifen. In diesem Fall erfolgt die eigentliche Begleitung des Ehrenamts durch Dritte, und die Verwaltungen erreichen das Ehrenamt nur mittelbar.

Für eine zielgerichtete, unterstützende Ansprache des Ehrenamts ist es elementar, darauf zu achten, dass die **Bedürfnisse des Ehrenamts** berücksichtigt werden. Diese Bedürfnisse müssen immer wieder neu zusammen mit den Ehrenamtlichen festgehalten werden. Befragungen können hierbei hilfreich sein. Erfahrung spielt aber auch eine nicht zu vernachlässigende Rolle. Mit der Zeit bekommt man ein Gespür dafür, welche Themen besonders großen Unterstützungsbedarf erfordern. Oft hängen sie aber auch stark von der jeweiligen Zielgruppe und von der Zielsetzung

der jeweiligen Verwaltung ab. Eine regelmäßige Auswertung der Betreuung und Begleitung des Ehrenamts kann zu einer weitgehenden Standardisierung führen und das Verwaltungshandeln erleichtern. Insbesondere die Zusammenarbeit innerhalb der Verwaltung und ein regelmäßiger Austausch können unterstützend wirken. Bei der Ansprache von Ehrenamtlichen ist außerdem auf eine sehr respektvolle und anerkennende Art und Weise zu achten. Man muss sich immer vergegenwärtigen, dass man Personen anspricht, die ihre Tätigkeiten freiwillig ausführen und die oft auch Aufgaben übernehmen, die sonst von einer öffentlichen Einrichtung übernommen werden müssten.

Bei der Ansprache ist zudem zu unterscheiden, ob die Betreuung und Begleitung **proaktiv** aus der Verwaltung heraus **oder reaktiv** erfolgt, wenn Ehrenamt auf die Verwaltung zukommt. Je nachdem muss die Wichtigkeit und Dringlichkeit eines Themas den Ehrenamtlichen eventuell erst verdeutlicht werden. Außerdem ist eine regelmäßige Reflexion der Bedarfe wichtig, um proaktiv reagieren zu können.

Zusammenfassung

Die oben beschriebene Vorgehensweise bei der Ansprache zur unterstützenden Betreuung und Begleitung von Ehrenamtlichen lässt sich wie folgt zusammenfassen:

Zuständigkeiten

- Wer (in der Kreisverwaltung) ist zuständig?
- Was kann regelmäßig als Unterstützung geleistet werden?

Es ist sinnvoll, mit den Verbänden vor Ort zusammenzuarbeiten.

Ansprache

- Welche Bedarfe sind vorhanden?
- Gibt es bereichsübergreifende Fragestellungen?
- Wie können diese beantwortet werden? Gibt es einen Maßnahmenkatalog?
- Wird auf eine wertschätzende Ansprache geachtet?

Eine regelmäßige Auswertung der Betreuung und Begleitung kann das Verwaltungshandeln erleichtern.

Zeitpunkt

Betreuung und Begleitung kann proaktiv oder reaktiv erfolgen.

Reflexion

Wurde auf die Bedürfnisse der Zielgruppe passgenau und zielgerichtet eingegangen?

2. Praxisbeispiele

In diesem Abschnitt werden verschiedene Beispiele aus den einzelnen am Cluster 7 beteiligten Verbundlandkreisen vorgestellt. Die Beispiele sind nach den beiden Ansprachezielen – Ansprache zur Gewinnung und zur Begleitung von Ehrenamtlichen – aufgeteilt und sollen verdeutlichen, wie die theoretischen Herangehensweisen in der Praxis umgesetzt und welche Erkenntnisse dabei gewonnen wurden. Die einzelnen theoriegeleiteten Schritte, die in den Tabellen zusammengefasst wurden, werden in den Beispielen wieder aufgegriffen.

a) Beispiele für die Ansprache zur Gewinnung Ehrenamtlicher

→ Kreis Rendsburg-Eckernförde: Gewinnung ehrenamtlicher Vorlese-Omis und -Opis

Zuständigkeit

Die Aufgabe der Gewinnung Ehrenamtlicher liegt im Kreis Rendsburg-Eckernförde im Wesentlichen nicht beim Kreis selbst, sondern bei den **Organisationen**, bei denen das jeweilige Ehrenamt vertreten ist. Der Kreis Rendsburg-Eckernförde unterstützt die Akquisition von Ehrenamtlichen in Vereinen und Verbänden durch Informationsveranstaltungen. Nur in äußerst seltenen Fällen ist der Kreis selbst für die Gewinnung Ehrenamtlicher zuständig, wie zuletzt für den Zensus 2022.

Im Beispielprojekt geht es um Ehrenamtliche, die als Vorlese-Omas oder Opas an Offenen Ganztagschulen (OGS) eingesetzt werden. Zuständig für die Gewinnung dieser Ehrenamtlichen sind die Träger der jeweiligen Offenen Ganztagschulen. Das sind in der Stadt Rendsburg die operativen Partner im Projekt „De Kloormokers“, die Brücke Rendsburg-Eckernförde e.V. und die Diakonisches Werk des Kirchenkreises Rendsburg-Eckernförde gGmbH.

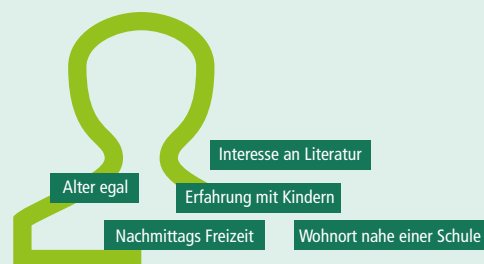
Art des Ehrenamtes

Vorlese-Omas oder -Opas stehen einer OGS an einem oder mehreren Nachmittagen in der Woche für ein bis zwei Stunden zur Verfügung. Sie lesen den Kindern **Geschichten** wie Märchen, Kindererzählungen oder auch Kindernachrichten in Absprache mit der Leitung der OGS vor. Die Geschichten sollen von den Ehrenamtlichen selbst ausgesucht und in Eigenverantwortung

vorgetragen werden. Wie bei allen Personen, die mit Kindern im öffentlichen Raum arbeiten, müssen ein erweitertes Führungszeugnis und gegebenenfalls ein Gesundheitszeugnis beigebracht werden.

Zielgruppenbestimmung

Alter, Geschlecht und Familienstand spielen für den Einsatz als Vorlese-Oma oder -Opa keine Rolle. **Entscheidend ist einzig die Persönlichkeit**, die in der Lage sein soll, mit Kindern im Alter zwischen sechs und zehn Jahren umzugehen. Dabei liegt der Schwerpunkt sicherlich eher bei den jüngeren Kindern zwischen sechs und acht Jahren. Beruf und Einkommen sind grundsätzlich irrelevant für den Einsatz, jedoch muss die Arbeitssituation einen Einsatz am Nachmittag zwischen 14 und 17 Uhr ermöglichen. Damit wird eine erfolgreiche Akquisition im Wesentlichen bei Teilzeitbeschäftigten, Rentnerinnen und Pensionären oder Nicht-Erwerbstätigen zu erwarten sein. Der Wohnort soll eine leichte Anfahrt ermöglichen, möglichst sogar in fußläufiger Nähe zum Einsatzort liegen.



Die potenziellen Ehrenamtlichen sollen sich für die Unterstützung von Kindern einsetzen. Sie sollen sich mit Kindererziehung auseinandergesetzt haben und für die Einhaltung von Regeln stehen. Die Ehrenamtlichen sollen Interesse an Texten und Büchern haben und gerne lesen und insbesondere gerne laut lesen. Der Bekanntenkreis sollte nicht unbedingt im Umfeld der Kinder liegen, denen vorgelesen werden soll. Allerdings spielt das keine entscheidende Rolle, da die direkte Bekanntschaft mit einem der Kinder auch einen guten direkten Zugang zur Gruppe bedeuten kann. Bestehendes ehrenamtliches Engagement beispielsweise in der Kinder- und Jugendarbeit oder im Vereinssport oder in Elternbeiräten ist ein guter Indikator dafür, dass das notwendige Interesse am Gemeinwohl und der guten Entwicklung der Kinder besteht.

Ansprache

Rendsburg ist Kulturstadt und der Kreis Rendsburg-Eckernförde legt besonderen Wert auf kulturelle Veranstaltungen und die Unterstützung des Kulturtransfers aus den städtischen

Gebieten und den dort ansässigen Kulturinstitutionen wie Landestheater, nordkolleg (Musikakademie des Landes Schleswig-Holstein), Landesmuseen und anderen in den ländlichen Raum. Daher gibt es immer wieder Lesungen mit verschiedensten Autoren. An diesen Lesungen nehmen im Wesentlichen literaturaffine Personen teil, die genau dem Anforderungsprofil entsprechen. Daher sind diese Lesungen **geeignete Veranstaltungen**, um Teilnehmer persönlich auf das ehrenamtliche Angebot anzusprechen und für einen ehrenamtlichen Einsatz zu werben.

Reflexion

Die Reaktionen sowohl der angesprochenen Kultureinrichtungen und Buchläden als auch der Zuspruch aus dem Publikum waren vielversprechend. Eine **dauerhafte Zusammenarbeit** mit den so gewonnenen Interessenten wird sich jetzt, nachdem die Einschränkungen der Pandemie überwunden sind, etablieren und liegt dann im nachfolgend beschriebenen Bereich der Begleitung und Unterstützung.



Dr. Juliane Rumpf

Kreispräsidentin des Kreises Rendsburg-Eckernförde

„Engagement ist ein tragender Grundpfeiler der Gemeinschaft in unseren Gemeinden. Die Corona-Pandemie war und ist für viele Vereine und Verbände eine große Herausforderung. Die hauptamtliche Unterstützung durch das beim Kreis angebundene Projekt ‚Hauptamt stärkt Ehrenamt‘ hat in dieser Zeit wertvolle Hilfe geleistet. Auch die künstlerischen Impulse im Rahmen des Kulturprojekts ‚Trafo II‘ konnten in den ersten teilnehmenden Gemeinden ganz neue Ansätze für ein konstruktives Miteinander aufzeigen und bewirken. Eine Verstärkung der hauptamtlichen Unterstützung des Ehrenamtes ist aufgrund dieser Erfahrungen unbedingt zu begrüßen.“

→ Kreis Euskirchen: Gewinnung von Feuerwehrleuten

Zuständigkeit

Die Werbung neuer Mitglieder läuft in aller Regel über die **Löschgruppen der Feuerwehren** selbst. Die „Ehrensache. Ehrenamtsagentur Kreis Euskirchen“ unterstützt die Feuerwehren seit 2020 bei der Nachwuchsgewinnung in unterschiedlichen Bereichen. Sie stehen hierbei in enger Abstimmung mit dem Kreisfeuerwehrverband und dem Kreisbrandmeister.

Art des Ehrenamts

Die Freiwillige Feuerwehr ist eines der wichtigsten Ehrenämter unserer Gesellschaft. Sie gewährleistet, insbesondere in ländlichen Gebieten, den Brandschutz und ist ein wesentlicher Bestandteil der nicht-polizeilichen Gefahrenabwehr.

Zielgruppenbestimmung

Mitglied in der Freiwilligen Feuerwehr kann man in der Regel **ab 18 Jahren** werden. Für begeisterte Kinder und Jugendliche gibt es in einigen Kommunen bereits Kinder- und Jugendfeuerwehren, in denen sie altersgemäß an die Aufgaben der Feuerwehr herangeführt werden.

Ansprache

In Nordrhein-Westfalen sind die Gemeinden Träger der Feuerwehren. Die Kreise besitzen in der Regel keine eigenen Löschzüge, sodass die Ansprache an die jeweiligen Feuerwehren in erster Linie **über die gemeindlichen Hauptverwaltungsbeamten** erfolgt. Aufgrund der verheerenden Flutkatastrophe im Juli 2021 im Kreisgebiet Euskirchen ergab sich eine besondere und neue Art der Ansprache. Erstmals wurde über Anzeigenschaltung in diversen Medien der Feuerwehr ein Dank ausgesprochen. Darüber hinaus konnten mit diesen Anzeigen Nachwuchskräfte sichtbar gemacht und zudem neue Mitglieder für die jeweiligen Löschgruppen gewonnen werden.

→ Kreis Euskirchen: Gewinnung Ehrenamtlicher mit Behinderung

Zuständigkeit

Die Werbung engagierter Menschen mit Behinderung erfolgt in erster Linie über die Einrichtungen der Eingliederungshilfe und über qualifiziertes Fachpersonal. Die „Ehrensache. Ehrenamtsagentur Kreis Euskirchen“ kooperiert seit 2020 mit den **Nordeifelwerkstätten** und unterstützt das Angebot, mehr Menschen mit Behinderung in ehrenamtliche Tätigkeitsfelder zu integrieren.

Art des Ehrenamts

Im Sinne des im Bundesteilhabegesetz verankerten Inklusionsgedankens gilt es, Menschen mit Behinderung in **sämtliche Bereiche** ehrenamtlicher Tätigkeit mit einzubeziehen.

Zielgruppenbestimmung

Die Gewinnung neuer Engagierter bezieht sich hier in erster Linie auf Menschen, die **langfristige Beeinträchtigungen** haben, die sie an einer gleichberechtigten Teilhabe in der Gesellschaft hindern. Zeitgleich muss aber auch die andere Seite in den Blick genommen werden: Vereine müssen zur Vielfalt ermuntert und für den Teilhabegedanken sensibilisiert werden, so dass sich Menschen mit Behinderung barrierefrei engagieren können.

Ansprache

Im ersten Schritt stehen alle Angebote der „Ehrensache. Ehrenamtsagentur Kreis Euskirchen“ auch in **Leichter Sprache** zur Verfügung, sodass ein barrierefreier Zugang hierzu gewährleistet ist. In Kooperation mit qualifiziertem Fachpersonal veranstaltete die „Ehrensache.“ zudem eine Online-Seminarreihe, die sich besonders an die Vereinsseite richtet und vermittelt, wie ein attraktives Umfeld für Menschen mit Behinderung im Engagement gestaltet werden kann.

→ Bodenseekreis: Gewinnung junger Leute für ehrenamtliches Engagement

Zuständigkeit

Der Bodenseekreis verfolgt als Teilprojekt die Förderung des jungen Engagements durch Weiterbildungen und Förderung von Jugendprojekten.



Markus Ramers

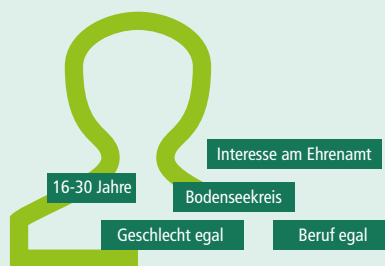
Landrat Kreis Euskirchen

„Der wichtigste Faktor in der Gefahrenabwehr und im Katastrophenschutz ist und bleibt der Mensch. Die technischen Geräte und klassischen Hilfsmittel – egal ob digital oder analog – können noch so ‚smart‘ und ausgefeilt sein, aber ohne einen klugen Kopf sind sie letztlich wertlos. Die Ehrenamtler im Bereich der Gefahrenabwehr und im Katastrophenschutz sind eine tragende Säule unserer Gesellschaft. Sie sorgen letztlich für unsere Sicherheit! Daher ist die Förderung des Ehrenamtes im ‚Blaulichtbereich‘ eine zentrale Aufgabe jeder Verwaltung, die dort mit hauptamtlichen Strukturen unterstützen muss.“

Zielgruppenbestimmung

In einer Teilnehmeranalyse der Weiterbildungsangebote sowie der eigenen Datenbank fiel auf, dass nur sehr wenige junge Menschen bis 27 Jahre vertreten waren. Sie wurden durch die bisherigen Werbemaßnahmen (Newsletter, Printmedien, Social Media des Landratsamts) scheinbar nicht erreicht. Für die Ansprache junger Leute musste deshalb eine **neue Methode** gefunden werden. Um diese Ansprache möglichst zielgruppengerecht zu gestalten, wurde von den Projektkoordinatorinnen eine Persona erstellt.

Die **Persona** sah einen Menschen zwischen 16 und 30 Jahren vor. Der Wohn- und Engagementort sollte der Bodenseekreis sein. Dabei war unerheblich, ob sich die jungen Menschen bereits engagieren oder ein Engagement in naher Zukunft planen. Wichtig war aber, dass sie sich für Themen rund um das Ehrenamt interessieren. Das Geschlecht, der Familienstand sowie die Berufssituation spielten keine Rolle. Die Hobbys und Interessen sollten sich mit einem Engagement vereinbaren lassen.



Ansprache

Nach der Definition der Zielgruppe anhand der Erstellung einer Persona entschieden sich die Projektkoordinatorinnen, kostenpflichtige Social-Media-Werbung einzusetzen. Diese Werbung hat gegenüber den Posts in sozialen Netzwerken den Vorteil, dass sie auch Leuten angezeigt wird, die den Kanal des Landratsamtes nicht abonniert haben. Mithilfe des sogenannten Targeting, also der Eingrenzung und Erreichung von Zielgruppen in Sozialen Medien, kann eingestellt werden, welcher Zielgruppe diese Werbung angezeigt wird. Im Fall des Bodenseekreises wurden die Merkmale der Persona auf die Einstellungen der **Social-Media-Werbung** übertragen. Die Werbung wurde somit Menschen angezeigt, die zwischen 16 und 30 Jahre alt sind, im Bodenseekreis wohnen und die Schlagwörter „Engagement“ und „Ehrenamt“ nutzen.

Ein weiterer Vorteil der kostenpflichtigen Social-Media-Werbung ist die **Möglichkeit der Auswertung**. Die Analyse zeigt, wer sich die Werbung auf welcher Art von Endgerät ansieht und wie viele Menschen auf den Link für weitere Informationen oder zur Anmeldung klicken.

Reflexion

Bei der Zielgruppenansprache mithilfe einer Persona müssen die gewählten Parameter immer wieder reflektiert werden, um die Zielgruppe komplett zu erfassen. Diese Analyse unterstützte die Projektkoordinatorinnen dabei, die Persona und das Targeting im Verlauf des Projekts anzupassen. So wurde etwa die Altersgrenze nachgebessert, da deutlich wurde, dass Projekte häufig von Jugendleitern initiiert werden, die oftmals älter als dreißig Jahre sind. Auch die Eingrenzung über bestimmte Schlagworte wurde zugunsten eines breiteren Publikums aufgegeben. Letztlich konnte durch die Analyse der Zielgruppe und das passgenaue Schalten von Social-Media-Werbung ein **deutlicher Anstieg bei den Förderanfragen** für Jugendprojekte erreicht werden.

→ Landkreis Oberspreewald-Lausitz: Gewinnung junger Ehrenamtlicher für den Brand- und Katastrophenschutz

Zuständigkeit

Im Landkreis Oberspreewald-Lausitz wird der Brand- und Katastrophenschutz fast ausschließlich mit ehrenamtlichen Angehörigen der Feuerwehren sowie Helfern des Katastrophenschutzes gewährleistet. Der Landkreis unterhält für die Freiwilligen Feuerwehren aus den elf Kommunen ein **technisches Zentrum für den Feuerwehr- und Katastrophenschutz**. Hier koordinieren die hauptamtlichen Mitarbeiter den gesamten Aufgabenbereich aus Brand-, Katastrophen-, Zivilschutz sowie den dazu gehörenden Technikbereich. Diesem Sachgebiet obliegen im Wesentlichen die Gewinnung und Ausbildung von neuen Mitgliedern und des Nachwuchses. Die Stärkung der Feuerwehr und des Katastrophenschutzes sind bedingt durch den demografischen Wandel im Landkreis ein überaus wichtiges Thema. Nur mit Augenmerk auf die derzeitige Situation kann man gewährleisten, auch in Zukunft die erforderlichen Grundlagen für die Sicherheit und den Schutz der Menschen zu haben. Bereits zu Beginn der Projektzeit „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ im Jahr 2020 hatte man mit den Verantwortlichen aus dem Sachgebiet Brand- und Katastrophenschutz eine Arbeitsgruppe gebildet, um gemeinsam Lösungen bzw. Projektideen zur Nachwuchsgewinnung zu finden.

Art des Ehrenamtes

Ob beim Hausbrand, Sturm, Hochwasser oder Verkehrsunfall – freiwillige Helfer verschiedener Hilfsorganisationen sind zur Stelle, um Menschen aus Gefahrensituationen zu befreien, zu retten oder danach zu versorgen. Ohne sie ist Bevölkerungsschutz undenkbar. Unter diesem Motto startete man das Projekt **„Ohne Helfer keine Hilfe“**.

Zielgruppenbestimmung

Man wollte die Menschen für dieses Thema sensibilisieren, ihnen die Wichtigkeit und gesellschaftliche Relevanz zur Stärkung der Feuerwehr und des Katastrophenschutzes nahe bringen. Insbesondere die Zielgruppe der Jugendlichen wollte man erreichen. Egal ob technik- oder medizinbegeistert oder sozial engagiert – jede helfende Hand kann zukünftig wichtig werden. Die Kinder und **Jugendlichen**, die heute das Einmaleins im Bevölkerungsschutz erlernen, werden morgen die Helfer in der Not sein.

Ansprache

Aber wie erreicht man erfolgreich diese Zielgruppe? Mit der Produktion eines **Virtual-Reality-Filmes** in 360° 3D haben hat man ein modernes digitales Medium geschaffen, das noch nicht alltäglich ist und mit dem man genau diese Zielgruppe begeistern kann. Das Drehbuch dieses Filmes wurde gezielt zur Ansprache junger Leuten geschrieben:

Jugendliche feiern an einem verbotenen Ort eine illegale Party, tanzen zur Musik, feiern das Beisammensein und plötzlich passiert etwas Unvorhergesehenes – es entsteht Panik, es gibt Verletzte. Interessierten und potenziellen Ehrenamtlern wird vor Augen geführt, wie die Einheiten der Feuerwehr und des Katastrophenschutzes infolge die Gefahrensituation betreuen, wie sie im Ernstfall verlässlich zusammenarbeiten. Es wurden realistische Szenen nachgestellt, die der Betrachter hautnah miterlebt, ohne sich selbst in Gefahr zu bringen, ohne wirklich dabei zu sein.

Um bundesweit allen Akteuren im Ehrenamt bei der Feuerwehr und beim Katastrophenschutz die Möglichkeit zu geben, mit diesem Medium erfolgreich die Bewerbung von jungen Ehrenamtlichen zu unterstützen, hat man den Film „**Ohne Helfer keine Hilfe**“ online gestellt:

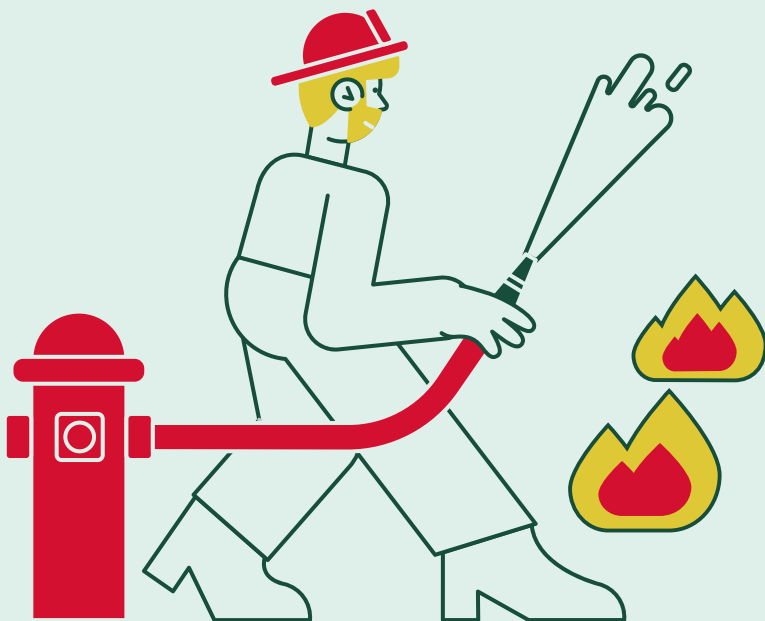


Dass man den Film mittels **Virtual-Reality-Brillen** anschauen kann, beeindruckt umso mehr, denn das Medium ist ein Erlebnis für die Sinne. Man befindet sich in einer scheinbaren Welt, in einer interaktiven, virtuellen Umgebung. Die VR-Brillen sind flexibel einsetzbar und so kann der Film gezielt auf Veranstaltungen oder Projekttagen in Schulen zur Mitgliedergewinnung und Würdigung des Engagements im Bevölkerungsschutz gezeigt werden.

**Siegurd Heinze**

Landrat Landkreis Oberspreewald-Lausitz

„In unserer Region haben der Braunkohleausstieg und der damit einhergehende Strukturwandel dazu geführt, dass viele junge Menschen auf der Suche nach einer Berufstätigkeit den Landkreis verlassen haben. Auch bedingt durch den demografischen Wandel ist die Nachwuchsgewinnung im Ehrenamtbereich zu einer Herausforderung geworden. Wir stellen uns diesem Problem gezielt und generieren Ideen und Lösungen zur Begeisterung der jüngeren Zielgruppen für ehrenamtliches Engagement. Die Arbeit bei Feuerwehr und Katastrophenschutz wird hauptsächlich von ehrenamtlichen Helferinnen und Helfern geleistet. Mit der Produktion eines Virtual-Reality-Filmes in 360° 3D haben wir ein innovatives Projekt gestartet, um das Junge Ehrenamt für Feuerwehr und Katastrophenschutz anzusprechen.“



b) Beispiele für die Ansprache zur unterstützenden Betreuung und Begleitung

→ Kreis Rendsburg-Eckernförde: Begleitung und Betreuung der ehrenamtlichen Tafel-Mitarbeiter

Zuständigkeit

Das **Diakonische Werk** des Kirchenkreises Rendsburg-Eckernförde gGmbH ist unter anderem Träger der Rendsburger und Eckernförder Tafel und betreut die dort an acht Ausgabestellen im Kreis wirkenden Ehrenamtlichen. Die Tafeln sind durchgehend ehrenamtlich organisiert, die dort Tätigen werden entsprechend begleitet. Zuständig ist die Stabsstelle bei der Geschäftsführung. Sie ist Ansprechpartnerin für alle weitergehenden, die Selbstverwaltung überschreitenden Fragen insbesondere hinsichtlich neuer Mitarbeiter und den regelmäßig erforderlichen Schulungen zur Hygiene durch den Kreis. Die hauptamtliche Stelle unterstützt bei der Zusammenarbeit der Kommunen und des Kreises mit der Tafel und die Tafel in der Öffentlichkeitsarbeit des Diakonischen Werkes sowie bei der Akquisition von Spenden und Fördermitteln. Sie ist verantwortlich für Abrechnung, Spendenbescheinigungen, Einhaltung von Richtlinien, stellt Ansprechpersonen bei der Organisation bürokratischer Abläufe, insbesondere bei der Anmeldung der Tafel-Kunden. Alles in allem besteht eine sehr enge Zusammenarbeit zwischen Haupt- und Ehrenamt, mit regelmäßigen Sitzungen.

Ansprache

Die Unterstützung der Ehrenamtlichen ist eine Unterstützung überwiegend langjährig erfahrener Ehrenamtlicher. Sie erfordert kommunikative Fähigkeiten und **empathische Offenheit** für die Belange der ehrenamtlich Tätigen, auch über das Einsatzgebiet hinaus.

Aufgrund der langen Erfahrungen mit der Tafel gibt es **einen (ungeschriebenen) Maßnahmenkatalog**, der festhält, welche Unterstützung und Betreuung für die in der Tafel Tätigen erforderlich sind. Eine Vernetzung erfolgt mit den hauptamtlichen Beratungsangeboten des Diakonischen Werkes des Kirchenkreises Rendsburg-Eckernförde gGmbH und in Bezug auf das Ehrenamt, mit Bahnhoßmission und Ämterlotsen. Ziel ist ein weiterer Ausbau.



Ekkehard Krull

1. Vorsitzender des Kreissportverbands
Rendsburg-Eckernförde

„Das Ehrenamt ist für mich als Berufstätigen eine besondere Angelegenheit. Gerade in der Vielfalt der Aufgaben als ehrenamtlicher Vorsitzender des Kreissportverbandes Rendsburg-Eckernförde. Die umfangreiche, ehrenamtliche Sportarbeit für ca. dreihundert Sportvereine im Kreis ist nur durch die permanente Unterstützung der hauptamtlichen Geschäftsstelle des Sportverbandes zu schaffen. Allerdings sind die vielfältigen Zukunftsprojekte des Sports aus den bekannten Sportentwicklungsplänen von Kreis und Sportland Schleswig-Holstein und deren Umsetzung eine große Herausforderung für alle Beteiligten.“

Diese Zukunftsprojekte des Sports sind vielfach Querschnittsaufgaben und haben Berührungspunkte in Kindergärten, Schulen, Seniorenbereich, Gesundheitsbereich, in der Integration von Flüchtlingen oder von Menschen mit Behinderung. Hier muss eine selbständige, verteilte Mitarbeit aus der Kreisverwaltung, z.B. inform eines Sportkoordinators, das Ehrenamt für die erfolgreiche Projektumsetzung mit unterstützen, etwa was die Beschleunigung von Kommunikation, Information und Vernetzung der Fachbereiche untereinander angeht. Nur so kann es gelingen, eine Ausgewogenheit von Arbeit und Freude für das Ehrenamt zu organisieren und zu gestalten, mit der Motivation zum ‚Spaß im Ehrenamt‘.“

→ Landkreis Uckermark Ehrenamts-Stammtisch

Zuständigkeit

Für die Organisation des monatlichen Ehrenamts-Stammtisches ist die **Ehrenamtskoordinatorin** des Projekts zuständig. Gegebenenfalls werden Experten für einzelne Themenbereiche hinzugezogen.

Ansprache

Grundsätzlich sind ehrenamtlich engagierte Personen aus der Kreisstadt und den umliegenden Ortschaften eingeladen, sowie alle, die sich engagieren wollen. Diese Personen sind sehr verschieden: Es existiert eine **große Altersspanne von ca. 25 bis 75 Jahren**. Auch die Interessengebiete klaffen häufig sehr weit auseinander. Was alle eint, ist das gemeinsame Interesse daran, sich in irgendeiner Form für die Region einzubringen.

Der Ehrenamts-Stammtisch ist dafür gedacht, ehrenamtlich Tätige zu begleiten und sie bei ihrer Tätigkeit zu unterstützen. Das kann z.B. die **Beantwortung spezieller Fragen** zum Vereinsrecht oder zur Öffentlichkeitsarbeit sein. Manche Personen benötigen jemanden, der ihnen zuhört, wenn es um die Bewältigung von Herausforderungen bei der ehrenamtlichen Tätigkeit geht. Andere sind noch nicht aktiv, möchten einen Verein gründen oder einen bestehenden Verein wieder aufleben lassen. Außerdem kommen auch Menschen, die sich dafür interessieren ein Ehrenamt auszuüben. Diese Personen wollen beraten und informiert werden, wo sie sich engagieren können und wie gegebenenfalls eine erste Kontaktaufnahme mit der Organisation erfolgen kann.

Wichtig ist, dass es einen **regelmäßig stattfindenden Termin** gibt und der Ort für alle potenziell Teilnehmenden gut erreichbar ist. Um die Atmosphäre für alle entspannt zu gestalten, werden Getränke und Kekse gereicht und man setzt sich in einer gemütlichen Runde zusammen.

Die Praxis hat gezeigt, dass man sich nicht wirklich auf diese Treffen vorbereiten kann. Häufig sind themenbezogene Treffen angekündigt worden. Dieser geplante Themenbezug wurde aber nie umgesetzt, da die Teilnehmer an diesem Tag ganz andere Fragen im Sinn hatten. Empfehlenswert ist die gemeinsame Durchführung mit Personen, die sich in unterschiedlichen

Sachgebieten gut auskennen. Eine Person weiß vielleicht viel über die örtlichen Gegebenheiten und das Vereinsleben, eine andere über rechtliche Belange oder Methoden der Öffentlichkeitsarbeit. Empfehlenswert ist auch die Einbeziehung der örtlichen Freiwilligenagentur oder anderer Akteure im Ehrenamtsbereich in solche Treffen. In jedem Fall sollte man bei der Durchführung der Termine **genau zuhören** können und empathisch sein, da mitunter die Fragen oder Belange nicht konkret und direkt geäußert werden. Um die echten Wünsche zu erfahren, braucht es häufig etwas Fingerspitzengefühl.

Reflexion

Es hat sich gezeigt, dass der Stammtisch zu einem festen Termin stattfinden sollte und dass es wichtig ist, ihn über verschiedene Kanäle wie Ortszeitungen, Soziale Medien oder Internetseiten zu bewerben. Es braucht **viel Zeit**, bis sich ein solcher Termin etabliert hat, aber es lohnt die Langmut. Denn hier entstehen neue Ideen und neue Verbindungen. Und die Unterstützung bedeutet den ehrenamtlich tätigen Personen sehr viel, was durch Dankbarkeit gezeigt wird.



Karina Dörk

Landrätin Landkreis Uckermark

„Das ehrenamtliche Engagement steht insbesondere in ländlichen Regionen wie der Uckermark vor großen Herausforderungen. Deshalb messen wir der Förderung und Unterstützung bei der Nachwuchsfindung und -ausbildung für Vereine und Initiativen eine besondere Bedeutung bei. Stellvertretend für verschiedene weitere Projekte möchte ich den Feuerwehrunterricht an weiterführenden Schulen nennen, den der Landkreis Uckermark finanziell fördert. Ein anderes Beispiel ist die Ausschreibung und Verleihung eines Umweltschutzpreises für Kinder und Jugendliche.“

→ Landkreis Ahrweiler: Ehrenamtsschule

Zuständigkeit

Die Kurse der Ehrenamtsschule werden im Landkreis Ahrweiler von den Projektkoordinatoren in Kooperation mit der Kreisvolkshochschule Ahrweiler angeboten.

Ansprache

Die Qualität der Vereinsarbeit und des ehrenamtlichen Engagements hängt von den Menschen ab, die in Schlüsselfunktionen ehrenamtlich tätig sind. Diese **ehrenamtlichen Funktionsträger** bestmöglich zu begleiten, erfordert unterstützende und praxisorientierte Lern- und Weiterbildungsangebote. Ziel ist es, junge, motivierte Nachwuchstalente für die Gestaltung der Zukunft des Landkreises zu gewinnen.

Das kostenlose Angebot der neu gegründeten Ehrenamtsschule **wendet sich an alle jungen Vereinsverantwortlichen im Landkreis** und an junge Engagierte, die mit dem Gedanken spielen, ein Vorstandsamt zu übernehmen. Ziel der Ehrenamtsschule ist es, das **„Einmaleins“ für die Leitung von Vereinen zu vermitteln**. In unterschiedlichen Modulen wird praxisorientiertes Wissen in Vorträgen und Workshops vermittelt, z.B. zu den Themenfeldern Vereinsrecht, Finanzen und Steuern, Organisation, Versicherungen, Verwaltung und Datenschutz. Darüber hinaus werden Führungsfähigkeit, Motivation, Konfliktmanagement, Behördengespräche, Fördermöglichkeiten und Antragstellung, Mitgliederwerbung oder Dorfökologie im Hinblick auf den Klimawandel und zeitgemäße Marketingmaßnahmen intensiv behandelt. Als Referenten stehen erfahrene Vereinsverantwortliche, Berater von Behörden, Vertreter von Spitzenverbänden der Vereine und Fachdozenten zur Verfügung.

Es ist möglich, nur an einzelnen Modulen teilzunehmen. Der Besuch aller vier Module schließt mit der Vergabe des **Qualitätssiegels „Weitermachen!“** für den Verein ab, dessen Gültigkeitsdauer fünf Jahre beträgt. Mit der Verleihung dieses Zertifikates wird gleichzeitig die Wertschätzung gegenüber den vereinsverwaltenden Funktionsträgern zum Ausdruck gebracht und die Qualität der Vereinsarbeit gesichert und weiterentwickelt.

Reflexion

Die Ehrenamtsschule ist bereits bei erstmaliger Durchführung zu einem **Erfolgsrezept**



Cornelia Weigand

Landrätin Landkreis Ahrweiler

„Das ehrenamtliche Engagement in der Gesellschaft hat sich insgesamt gewandelt. Menschen engagieren sich zunehmend punktuell für ein bestimmtes Ziel oder für die Realisierung bestimmter Projekte. Auch der demografische Wandel, Krisen wie Corona, der Ukrainekrieg und bei uns speziell die Flutkatastrophe stellen die Vereine vor große Herausforderungen. ‚Weitermachen! Kreis Ahrweiler‘ legt den Fokus daher auf eine zeitgemäße Weiterentwicklung der Vereine, um sie fit für die nächste Generation zu machen. Ziel ist es, junge, motivierte Nachwuchstalente für die Gestaltung der Zukunft des Kreises Ahrweiler zu gewinnen.“

geworden und hat im Landkreis Ahrweiler eine lange Warteliste. Das zeigt ein großes Weiterbildungsinteresse und den großen Bedarf an Qualifizierung bei jungen, engagierten Bürgern. Außerdem zeigt es, dass die Ansprache junger Engagierter zur Unterstützung und Begleitung sehr erfolgreich ist.



Vereinsvorstände beim Erhalt des Qualitätssiegels „Weitermachen! Kreis Ahrweiler“ nach erfolgreichem Abschluss der 2. Ehrenamtsschule

© Volker Risse

→ Landkreis Trier-Saarburg: Unterstützung eines politischen Ehrenamtes

Zuständigkeit

Der Landkreis Trier-Saarburg spricht in seinem Teilprojekt vor Ort mit den **ehrenamtlichen Ortsbürgermeisterinnen und Ortsbürgermeistern** eine bestimmte Gruppe des politischen Ehrenamtes an. In der Projektlaufzeit wurde erprobt, wie eine bei der Kreisverwaltung angesiedelte hauptamtliche Unterstützungsstruktur die ehrenamtlichen Ortsbürgermeister durch Beratung, Information, Qualifizierung und Vernetzung im Themenschwerpunkt des demografischen Wandels begleiten und unterstützen kann.

Der Themenschwerpunkt des demografischen Wandels wurde aus zwei Gründen gewählt:

1. *Fehlende strukturierte und umfassende Begleitung der ehrenamtlichen Ortsbürgermeister im Kontext des demografischen Wandels.*

Vor Projektbeginn gab es im Landkreis Trier-Saarburg keine strukturierte und umfassende Begleitung dieses wichtigen Ehrenamtes im Kontext des demografischen Wandels. Dabei stellt gerade diese gesellschaftliche Entwicklung die Kommunen vor große Herausforderungen.

2. *Vermeidung einer Doppelstruktur*

Die Verbandsgemeinden führen die Verwaltungsgeschäfte im Namen und im Auftrag der betreffenden Ortsgemeinde. In diesem Bereich erfahren die ehrenamtlichen Ortsbürgermeister daher bereits eine Begleitung und Unterstützung durch die Verbandsgemeindeverwaltungen. Der Themenschwerpunkt des demografischen Wandels ist jedoch nur indirekt diesem Bereich zuzuordnen.

Innerhalb der Kreisverwaltung Trier-Saarburg haben viele Abteilungen Berührungspunkte mit den ehrenamtlichen Ortsbürgermeistern. Wegen des gewählten Themenschwerpunktes wurde die Projektstelle bei der **„Leitstelle Familie“** angesiedelt, einer Stabsstelle, die sich im Wesentlichen generationsübergreifend mit den vielfältigen Strukturen und Angeboten für Familien im Landkreis beschäftigt. Neben anderen und verschiedenen Demografie-Themen spielt hier auch der Bereich des Ehrenamtes als Querschnittsaufgabe eine wichtige Rolle. Darüber hinaus ist die „Leitstelle Familie“ sowohl innerhalb als auch außerhalb der Kreisverwaltung mit den verschiedensten Akteuren aus ihren Themenfeldern gut vernetzt.



Stefan Metzdorf

Landrat Landkreis Trier-Saarburg

„Eine Unterstützung für ehrenamtliche Ortsbürgermeisterinnen und -bürgermeister ist nötig und sinnvoll. Das hat das Projekt gezeigt. Denn: Kommunale Selbstverwaltung ist die Basis für eine funktionierende Gesellschaft. Wer weiß besser, was vor Ort zu tun ist, wer ist Kümmerer und Ansprechperson in der Gemeinde? Gleichzeitig jedoch wächst die Verantwortung im kommunalen Ehrenamt enorm. Genau darum will der Landkreis Trier-Saarburg gemeinsam mit den Verbandsgemeinden eine zukunftsfähige und verstetigte Struktur erarbeiten, um die ehrenamtlichen Ortsbürgermeisterinnen und -bürgermeister zu stärken.“

Ansprache

Mit dem politischen Ehrenamt der ehrenamtlichen Ortsbürgermeister spricht der Landkreis eine klar definierte und relativ kleine Gruppe an. Im Laufe der Projektlaufzeit wurden verschiedene Formate der Ansprache erprobt:

- **proaktive Ansprache:** Die Projektmitarbeiter nahmen mit jeder ehrenamtlichen Ortsbürgermeisterin telefonisch Kontakt auf, um deren Unterstützungsbedarf zu erfragen.

- **Beratung im persönlichen Gespräch:** Die Projektmitarbeiter wurden von ehrenamtlichen Ortsbürgermeistern um ein persönliches Gespräch gebeten, in dem das Anliegen oder ein Projekt näher besprochen wurde. Bei weiterem Beratungs- und Unterstützungsbedarf erfolgte eine langfristige Begleitung durch die Projektstelle.

- **Beratung per Mail:** Die Ortsbürgermeister haben die Projektstelle auch per Mail zu einem bestimmten Thema mit konkreten Fragen kontaktiert und erhielten schnell und unkompliziert eine Antwort.

- **Newsletter:** Dieses digitale Format informierte die Ortsbürgermeister mit immer wechselnden Schwerpunktthemen über mögliche Dorfprojekte oder griff für die Zielgruppe relevante Themen auf.

- **Weiterleitung wichtiger Informationen:** Die Projektstelle ist auf Bundes-, Landes- und Landkreisebene gut vernetzt und erhält im Rahmen dieses Netzwerks viele Informationen, die auch für die Zielgruppe von Interesse sind.

- Es wurden **digitale Informationsveranstaltungen** durchgeführt.

Reflexion

Es hat sich gezeigt, dass zwei Faktoren ausschlaggebend sind, wenn das Projekt nach Ende der Projektlaufzeit nicht so weitergeführt werden kann wie ursprünglich vorgesehen:

Bedarf

Das Projekt hat gezeigt, dass die ehrenamtlichen Ortsbürgermeister im Landkreis weitestgehend auf gut funktionierende Dorfgemeinschaften zurückgreifen können. Gemeinsam mit den Menschen in „ihren“ Ortsgemeinden können sie noch viele Maßnahmen und Projekte im Kontext des demografischen Wandels eigenständig umsetzen. Dabei bringt sich jeder Bürger nach seinen Fähigkeiten, Interessen und Neigungen sowie mit seiner zur Verfügung stehenden Zeit ein.

Zeit

Die ehrenamtlich tätigen Ortsbürgermeisterinnen üben ihr politisches Ehrenamt neben ihrem eigentlichen Teil- oder Vollzeitberuf aus. Dabei nimmt das Alltags- und Kerngeschäft die Zielgruppe stark in Anspruch. Hier gilt es Prioritäten zu setzen. Weitergeleitete Informationen sowie Newsletter zu bestimmten Themen finden in der heutigen Informationsflut oft keine Beachtung.

Gleichwohl kann der Landkreis Trier-Saarburg durch die im Projekt gewonnenen Erkenntnisse sagen, dass eine Unterstützung für ehrenamtliche Ortsbürgermeister nötig und sinnvoll ist. Insbesondere ist dies der Fall, wenn der initiale Kontakt von der Dorfgemeinschaft und den ehrenamtlichen Ortsbürgermeistern ausgeht. Der Landkreis möchte daher gemeinsam mit den Verbandsgemeinden eine zukunftsfähige und verstetigte Struktur erarbeiten, um die ehrenamtlichen Ortsbürgermeister zu stärken.

→ Zukunftsweisende Konzepte in der Ehrenamtsförderung im Landkreis Ahrweiler

Neben der Ehrenamtsschule haben die Projektkoordinatoren im Landkreis Ahrweiler weitere innovative und zukunftsweisende Konzepte zur Ehrenamtsförderung etabliert. Bei den **Ehrenamt-Senior-Experten** handelt es sich um ehemalige Vorstandsmitglieder, die ihre gesammelten Erfahrungen weitergeben, sowie ehemalige Führungskräfte aus Behörden und Spitzenverbänden, die nach einem erfolgreichen Berufsleben aus der aktiven Tätigkeit ausgeschieden sind und ihr dort erworbenes Fachwissen zur Verfügung stellen (z.B. in rechtlichen und finanziellen Fragen). Dazu kommen **junge Spezialteams** für bestimmte Bereiche wie Social Media. Junge Vereinsverantwortliche brauchen praktische Beratung, Mentoring und Hilfestellung, wenn sie ein Vorstandsamt übernehmen. Die ehrenamtlich tätigen Senior-Experten kümmern sich, coachen und geben wertvolle Tipps für die alltäglichen Herausforderungen im Verein.

Das **Kommunikations- und Vermittlungsportal „MeinBeitrag“** bietet als **moderne App** eine ideale Ergänzung für junge und zeitgemäße Vorstandsarbeit. Mit seinem Portal unterstützt „MeinBeitrag“ Freiwillige im Landkreis Ahrweiler, ihre Ideen und Zuarbeit anzubieten und das passende ehrenamtliche Engagement zu finden. Darüber hinaus hilft es Vereinen, den passenden Helfer für ihre Veranstaltungen und Projekte zu finden. Über die Funktion „SUCHE und BIETE“ können Vereine und Freiwillige direkt miteinander in Kontakt treten. Da oftmals die Arbeitskraft im Verein bei einigen wenigen Vereinsmitgliedern angesiedelt ist und die personellen Ressourcen fehlen, können sich auch Bürger einbringen, die sich nur auf Zeit und punktuell engagieren möchten (fluides Engagement). Die App „MeinBeitrag“ ist bewusst individuell für den Landkreis Ahrweiler programmiert worden. Sie bietet auf den Landkreis angepasste Features, ist dabei sehr bedienerfreundlich, in höchstem Maße flexibel und sehr übersichtlich gehalten. Weiterer Vorteil ist eine kostengünstige Pflege, da sich der Landkreis selbst darum kümmert.

3. Fazit

Die Ansprache besonderer Zielgruppen verdeutlicht in hohem Maße die große Vielfalt des Ehrenamts. Verwaltungen haben vom ehrenamtlichen Vormund, dem ehrenamtlich organisierten Sport bis hin zum Kreisbrandmeister und ehrenamtlichen Bürgermeister mit Ehrenamt zu tun. Dabei kommt es wesentlich auf **gute Kommunikation** an. Die Ansprache der Kreisverwaltungen verfolgt nach den Erkenntnissen der Verbundlandkreise dabei zwei Ziele – zum einen die Gewinnung von Ehrenamtlichen und zum anderen die Betreuung und Begleitung von Engagierten.

Um Ehrenamtliche gut zu erreichen, kann es hilfreich sein, sich über den Tellerrand klassischen Verwaltungshandelns hinweg mit **Modellen aus dem Marketingbereich** und Erkenntnissen aus der Kommunikations- und der Medienforschung zu beschäftigen. Viele Strategien können auf den Ehrenamtsbereich übertragen werden. So auch das POST-Modell (People, Objectives, Strategy, Technology), das zur Vorbereitung der jeweiligen Ansprache dienen kann.

Das tiefgreifende **Auseinandersetzen mit der Zielgruppe**, das Formulieren von Zielen der Ansprache und das Erstellen eines Ansprachekonzeptes, zu dem auch die Wahl eines oder mehrerer geeigneter Medien gehört, sind Voraussetzungen für eine zielgerichtete Ansprache. Dabei darf nicht vergessen werden, dass Ehrenamtsarbeit Beziehungsarbeit ist, die auf Vertrauen basiert. Eine erfolgreiche Ansprache des Ehrenamts gelingt also nur dann, wenn über die oben skizzierten

Schritte ein Vertrauensverhältnis aufgebaut wird: Vertrauen, Bindung, ein respektvoller Umgang und eine zielgerichtete Kommunikation sind wesentliche Gelingensfaktoren für eine erfolgreiche Ansprache Ehrenamtlicher.

Dies gilt vor allem für die Gewinnung von Ehrenamtlichen. Ein **strategisches Vorgehen** darf dabei natürlich nicht zu kurz kommen; die Zielgruppe kann etwa mithilfe des Erstellens einer Persona (fiktiver Vertreter der Zielgruppe) näher spezifiziert werden.

Bei der Betreuung und Begleitung von Ehrenamtlichen sind die dauerhafte Beziehungsarbeit und die Kontaktpflege Grundlagen für ein **andauerndes Vertrauensverhältnis** und somit eine erfolgreiche Ansprache. Bei beiden Ansprachezielen ist eine Reflexion und Auswertung der Ansprache unerlässlich, um die Instrumente optimieren zu können.



Das moderne Design des Projekts „Weitermachen! Kreis Ahrweiler“ spricht die Zielgruppe „Junges Ehrenamt“ an.

© Volker Risse

GELINGENSAKTOREN

- ✓ fundierte Zielgruppenanalyse
- ✓ durchdachtes, partizipatives und bedarfsgerechtes Kommunikationskonzept
- ✓ Offenheit gegenüber den Ansprechpartnern und deren Anliegen
- ✓ Aufbau einer Bindung zum Gegenüber und Pflege dieser Bindung, so dass Vertrauen entsteht.
- ✓ respektvoller Umgang mit dem Gegenüber und „Sehen“ und „Geltenlassen“ seiner Leistungen
- ✓ aktives Zuhören
- ✓ Zeit geben und sich Zeit nehmen für die Kommunikation mit ehrenamtlich Tätigen

STOLPERSTEINE

- ✗ Anspracheinstrument passt nicht zur Zielgruppe
- ✗ Vermittlung des Eindruckes, das Gegenüber nicht ernst zu nehmen
- ✗ Doppelungen der Ansprache durch verschiedene Verwaltungsmitarbeiter
- ✗ mangelnde Kenntnis des Gegenübers aufgrund nicht ausreichender Vorbereitung
- ✗ missglücktes „Matching“, keine Auseinandersetzung mit der Persona
- ✗ autoritäres Auftreten
- ✗ Vermittlung des Eindruckes, wenig Zeit zu haben

V. Aktive Ansprache des Ehrenamts

Beteiligte Landkreise:

Bodenseekreis, Burgenlandkreis, Ludwigslust-Parchim, Rendsburg-Eckernförde, Sankt Wendel, Trier-Saarburg und Weimarer Land ¹²

Vorab

Eine aktive Ansprache der jeweiligen Zielgruppe ist eine wesentliche Voraussetzung, um das Ehrenamt erfolgreich unterstützen zu können. Nicht selten wird jedoch darauf kein besonderes Augenmerk gelegt und gehofft, dass Ehrenamtliche „schon irgendwie“ von den Angeboten der hauptamtlichen Projektstellen erfahren. Wer es aber nicht schafft, bürgerschaftlich Engagierte zu erreichen, kann die besten Beratungsangebote vorhalten, die innovativsten Weiterbildungsformate anbieten und trotzdem die Teilnehmerlisten nicht gefüllt bekommen.

Um die Wichtigkeit des Themas und die Notwendigkeit einer Strategie für die Ansprache Ehrenamtlicher herauszustellen, beschäftigt sich dieses Kapitel mit der aktiven Ansprache des Ehrenamts. Es enthält das Ergebnis der im Verbundprojekt beteiligten Landkreise mit dem Ziel, eine allgemeine Übersicht verschiedener Ansprachemethoden zur Verfügung zu stellen. Diese werden anhand von Beispielen aus Landkreisen illustriert.

Es gibt eine riesige Palette an Möglichkeiten, Menschen zu erreichen. Briefe, Zeitungsartikel, Flyer, Social Media Posts, Fernsehbeiträge, Apps und Newsletter sind nur einige wenige Varianten, die für die Ansprache Ehrenamtlicher genutzt werden können. Die Herausforderung ist, mithilfe dieser Ansprachemethoden Aufmerksamkeit zu erregen und Interesse zu wecken. Die Postfächer vieler Ehrenamtlicher sind gut gefüllt, und die tägliche Informationsflut erschwert es zusätzlich, Ehrenamtliche zu erreichen, da man mit vielen anderen Angeboten um die Aufmerksamkeit konkurriert. Um einen gezielten und bewussten Einsatz der Ansprachemöglichkeiten zu erleichtern, wurden auch mögliche Bewertungskriterien zur Orientierung vorgestellt.

Diese Kriterien sollen die Einschätzung erleichtern, sich über die Zielsetzung der Ansprache bewusst zu werden

¹²

Dieses Kapitel enthält die Arbeitsergebnisse von Cluster 4: „Möglichkeiten der aktiven Ansprache des Ehrenamts (Standorte, Einbindung der Ortsbürgermeister, Dorf-Coaches)“.

☐ Checkliste

1. *Seid innovativ*
2. *Kommuniziert über viele Kanäle*
3. *Guckt euch eure Zielgruppe genau an*
4. *Nutzt eure Multiplikatoren & Netzwerkpartner*
5. *Achtet auf eine nachhaltige Ansprache*
6. *Erarbeitet euch eine gemeinsame Ansprachestrategie*
7. *Die persönliche Ansprache ist immer noch die beste Ansprache!*

und sich zu vergegenwärtigen, wie viel Aufwand im Vorfeld geleistet werden muss, wie hoch die Kosten sind oder wie groß die Reichweite der entsprechenden Ansprachemethode ist. Dabei ist zu beachten, dass die Kriterien nur einen ungefähren Richtwert geben können. Da die Gesamtheit der Zielgruppe meist inhomogen ist und unterschiedliche Bedürfnisse und Vorlieben innerhalb der Zielgruppe vorhanden sind, ist zu empfehlen, mehrere Ansprachemedien zu kombinieren und gezielt auf die Bedürfnisse abzustimmen. Dies erfordert eine regelmäßige Evaluation des Erfolges der entsprechenden Ansprachemöglichkeiten.

Wie die Besonderheiten der Zielgruppen und das Ziel bzw. der Zweck der Ansprache herausgearbeitet werden können, wurde in Kapitel IV beschrieben. Erst nachdem man sich intensiv mit der Zielgruppe beschäftigt hat, kann eine Ansprachestrategie erarbeitet werden, also geeignete Medien für die Ansprache ausgewählt werden. Bei dieser Auswahl sollen die Bewertungskriterien und die Beispiele aus den Landkreisen unterstützen. Mit den passenden Formen der Ansprache können Engagierte in den Landkreisen gezielt erreicht werden. Somit kann der Grundstein für eine vertrauensvolle und enge Zusammenarbeit zwischen dem Hauptamt und dem Ehrenamt gelegt werden.

1. Die Auswahl der geeigneten Ansprache – mögliche Bewertungs- und Orientierungskriterien

Zunächst lohnt ein Blick auf die Bausteine der Kapitelüberschrift, denn aus ihr lassen sich bereits Merkmale ableiten, die es bei der Auswahl der Ansprachemethoden zu bedenken gilt.

Bei dem Wort „Ansprache“ liegt die Assoziation nahe, an eine Rede einer wichtigen Person zu denken. Dabei ist davon auszugehen, dass bei einer solchen Ansprache der **Informationsfluss nur in eine Richtung** angedacht ist: vom Sprecher zur Hörerin. Eine Umkehr dieses Szenarios ist nicht vorgesehen. Einige der Methoden für die aktive Ansprache, die in diesem Kapitel vorgestellt werden, entsprechen diesem Prinzip. Beispielhaft kann hier bereits die Öffentlichkeitsarbeit genannt werden.

Teilweise hat das Wort „Ansprache“ aber noch eine weitere Bedeutung. Es meint auch ein Gespräch oder eine Unterhaltung. Bei einem Gespräch fließt die **Information in beide Richtungen**. Sprecherin und Hörer wechseln sich ab und nehmen die jeweils andere Rolle ein. Auch für dieses Prinzip werden einige Methoden der Ansprache vorgestellt. Mentoren und persönliche Kontaktaufnahmen können als Beispiel an dieser Stelle bereits erwähnt werden. Je nach Methode kann die Rollenverteilung von Sprecher und Hörer wechseln oder statisch bleiben. Überlegungen zur Rollenverteilung sollten ebenfalls in die Auswahl der passenden Methode einfließen.

Ein weiterer Baustein der Überschrift ist das Wort „aktiv“. Damit ist eine tatkräftige, **aufsuchende Ansprache** gemeint. Dabei geht die Ansprache von den Ehrenamtstellen aus.

Auch die **Art und Weise**, wie die Ansprache konkret gestaltet werden soll, sollte wohlüberlegt sein. In den vergangenen Jahren ist die Gesellschaft differenzierter und diverser geworden. Die Angesprochenen müssen „abgeholt“ werden und dürfen nicht durch „Behördendeutsch“ oder unachtsame Formulierungen abgeschreckt werden. Die Ansprache sollte daher einfach und diskriminierungsfrei erfolgen. Bisher wenig sichtbare Gruppen fordern Beachtung und bringen ihre Sichtweisen und Bedürfnisse in die Gesellschaft ein. Wie umkämpft die Veränderungen gerade in der Sprache sein können, zeigt unter anderem der Diskurs um das Gendern. Von einer Verunstaltung der Sprache ist die Rede, von Verkrampfungen, ja sogar Zensur. Dabei bietet die passgenaue Ansprache auch viele Chancen und ist für eine gute Zusammenarbeit essenziell. Die Empfehlungen, wie eine diskriminierungsfreie Ansprache umgesetzt werden kann, sind zahlreich und meist einfach



Stefan Sternberg

Landrat Ludwigslust-Parchim

„Die Ansprache von Engagierten über digitale Kanäle, was für viele vor der Corona-Pandemie unvorstellbar war, ist mittlerweile für die meisten Realität. Dabei zeigt sich sehr deutlich, dass nur eine zielgruppenorientierte Ansprache wirklich nachhaltige Ergebnisse erzielt.“

umzusetzen¹³. Ebenso muss eine Gestaltung der Ansprache in einfacher oder leichter Sprache bedacht werden.

Zu berücksichtigen ist auch, dass die unterschiedlichen Methoden eine **formelle oder informelle Ansprache** zulassen. Netzwerktreffen haben z.B. informellen Charakter und sorgen für einen ungezwungenen Austausch und dafür, dass bei der Ansprache leichter vom Sie zum Du gewechselt wird. Ganz im Gegensatz dazu stehen Sendungen per Brief. Hier ist das formale Format zu wahren.

Ein weiteres Kriterium für die Wahl der Ansprache sollten die zu leistende **Voraborganisation** oder die benötigten **Grundlagen** für den Einsatz der entsprechenden Methoden sein. Für Newsletter oder Postversand müssen etwa umfassende Datenbanken geschaffen werden. Für Werbung und Information auf der eigenen Internetseite braucht es die Einrichtung einer solchen und eventuell eine Corporate Identity. Die Abschätzung des Aufwands ist je nach bereits geleisteter Vorarbeit durch den Landkreis verschieden und nicht neutral zu bewerten.

Die Erstellung von Flyern oder einer Homepage ist mit zeitlichem **Aufwand** verbunden. Doch nicht nur die Erstellung kostet Zeit, auch die **Pflege und die Aktualisierung** der Inhalte können zeit- und kostenintensiv sein und sollten im Vorfeld bedacht werden.

Die angestrebte oder zu erwartende **Reichweite** ist ein entscheidender Punkt bei der Auswahl der Ansprachemethode. Denn je mehr Reichweite, desto mehr potenzielle Kunden erfahren von den Angeboten der Ehrenamtstelle. Vor allem die Onlinetools bieten verschiedene Möglichkeiten

13

<https://www.genderleicht.de/Textlabor/anrede-im-geschaeftsbrief/>
<https://hurraki.de/wiki/Hauptseite>
<https://www.inklusion-kultur.de/2022/04/13/barrierefreie-dokumente/>

der Messung von Klicks und Aufrufen. Bei analogen Methoden kann die Reichweite nur geschätzt werden.

Auch die **Nachhaltigkeit** von Ansprachemethoden sollte bei der Wahl berücksichtigt werden. In einem Seminar¹⁴ zum Thema Öffentlichkeitsarbeit wurde der Aspekt der Nachhaltigkeit anhand des Märchens „Hänsel und Gretel“ verdeutlicht:

Im Märchen finden die beiden Kinder beim ersten Mal den Weg aus dem Wald zurück, weil sie auf dem Hinweg helle Kieselsteine auf dem Weg verteilt haben. Beim zweiten Mal hatten Hänsel und Gretel keine Kieselsteine, sondern nutzten Brotkrumen. Diese Brotkrumen wurden jedoch von den Vögeln aufgepickt und die Kinder verirrten sich im Wald.

Übertragen auf die Beständigkeit von Ansprachemethoden heißt das: Einige der Methoden können als **Kieselsteine** bezeichnet werden, andere haben eher die Wirkung der **Brotkrumen**. Ein Flyer oder ein Zeitungsartikel kann viele Jahre bestehen und immer wieder angeschaut oder nachgelesen werden. Eine Story auf Instagram oder Facebook fällt nur für sehr kurze Zeit ins Auge, weil sie bald noch Aktuellerem Platz macht und kaum noch zu finden ist.

Je nach Ansprachemöglichkeit wirken verschiedene Personen an der Erstellung und der Veröffentlichung mit. Diese Personen stellen einen wichtigen Einflussfaktor für den Entscheidungsfindungsprozess dar und werden in den Sozialwissenschaften als **Gatekeeper** bezeichnet. In diesem Kontext können Redakteure, die Pressestelle oder sogar Mentoren als Gatekeeper bezeichnet werden. Redakteure haben Einfluss darauf, welche Artikel überhaupt veröffentlicht werden. Mentoren als Vermittler zwischen der Ehrenamtsstelle und den Ehrenamtlichen haben eine Filterwirkung und einen erheblichen Einfluss auf Zusammenarbeit und Informationsweitergabe.

Fehlende, schlechte oder eingeschränkte **Zugangsmöglichkeiten** stellen Barrieren für die Ansprache dar. Dabei kann es sich im digitalen Bereich z.B. um einen schlechten Internetzugang oder eine fehlende Software bei der Nutzung von Onlineansprachen handeln oder im analogen Bereich um Treppen vor einem Besprechungsbüro, welche für Menschen mit Gehbehinderung schwierig zu bewältigen sind.

Die **Kosten** für die Erstellung von Werbeprodukten oder den Kauf für Software oder die Ausbildung von Multiplikatoren muss im Planungsprozess mit bedacht werden.

Die Ansprachemethode sollte zum **Ziel** der Ansprache und zur konkreten **Zielgruppe** passen. In der Clusterarbeit konnten drei wesentliche Ziele für die Ansprache gesammelt werden:

- Informationsaustausch
- Akquise
- Beratung

Die aufgeführten Bewertungs- und Orientierungskriterien sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst.



Rollenverteilung

statisch
wechselnd



Voraborganisation, Grundlagen

z.B. Datenbanken mit Adressen, Corporate Identity für die Erstellung von Homepage und Druckerzeugnissen



Art und Weise

- formell oder informell
- analog oder digital
- Gendern
- leichte oder einfache Sprache



Reichweite

Wie viele Menschen können durch die Methode der Ansprache potenziell erreicht werden?



Aufwand

Aufwand für Erstellung und Pflege



Nachhaltigkeit

Wie nachhaltig ist eine Ansprache? Erfolgt sie kurz und einmalig oder ist die Methode auf den dauerhaften Dialog oder Informationsfluss ausgerichtet?



Gatekeeper

Menschen, die Einfluss auf Entscheidungsprozesse zur Veröffentlichung von Ansprachemethoden oder zur Weitergabe von Informationen haben



Zugangsmöglichkeit

- bauliche Hürden
- Zugang zum Internet
- Verfügbarkeit notwendiger Software



Kosten

Kosten für Software, Kosten für Druckerzeugnisse, Porto, Werbekosten



Ziel

Akquise, Beratung, Information

14 <https://erzaehldavon.de/>

2. Beispiele

a) Ansprache über Printmedien

Die wohl sichtbarste Form der Ansprache sind analoge Methoden. Dazu zählen Werbebanner und Briefe, aber auch Berichte in der Presse. Auch innovativere Formen wie Postkarten mit Werbebotschaften können dazugezählt werden.

Banner, Flyer, Plakate

Banner, Flyer und Plakate sind hilfreich, um **Aufmerksamkeit** zu schaffen – angesichts der großen Konkurrenz auf den Anbietermärkten auch oftmals zu günstigen Preisen. Auch wenn beim Flyer aufgrund seiner Größe nur wenig Spielraum für Details bleibt, sind gerade die überschaubaren und treffenden Sätze in Kombination mit aussagekräftigen Bildern ein guter Anknüpfungspunkt für eine aktive Kontaktaufnahme. Ein weiterer positiver Aspekt von begleitenden Flyern ist ihre **Treffsicherheit**, da die gewünschte Zielgruppe aktiv angesprochen werden kann.

Es sollte großes **Augenmerk auf Qualität** gelegt werden. Denn lieblos gestaltete Werbebotschaften auf billigem Papier bewirken beim Betrachter schnell Desinteresse. In der Flut von täglichen Werbeangeboten können Flyer schnell untergehen und im Papierkorb landen. Darum sind der erste Blick und die treffende Botschaft entscheidend, um die Aufmerksamkeit des Betrachters zu gewinnen.

☐ Checkliste: Banner, Flyer, Plakate

1. *Zielpublikum definieren*
2. *auffälliges, ansprechendes Design*
3. *Bilder mit Menschen*
4. *klare, attraktive Headline*
5. *Deadline festlegen für Inhalte und Layout*
6. *Kontaktinformationen müssen schnell zu finden sein*
7. *Angebot klar und deutlich beschreiben*

Briefe

Bei einem Brief erfolgt die Ansprache zunächst nur in eine Richtung, nämlich von der Projektstelle zu den Ehrenamtlichen. Eine wechselseitige Kommunikation ist in der Regel nicht vorgesehen, auch wenn es natürlich zahlreiche Reaktionen in Form von Antwortbriefen, Mails und Anrufen auf die Versandaktion geben kann. Die Art und Weise der Ansprache lässt sich als formal einordnen. Bei der Formulierung des Briefes ist auf eine adressatengerechte, diskriminierungsfreie und persönliche Ansprache, klare Botschaften, ein hochrangiger Absender und auf eine **gut verständliche Sprache** zu achten.

Medienberichte

Ein Artikel über ein Projekt in der Regionalpresse kann eine große Wirkung entfalten. Mit überschaubarem Aufwand können viele Menschen angesprochen werden. Zeitungen haben eine hohe **Reichweite** im jeweiligen Landkreis. Manche teilen sich die Zeitung mit Leuten aus dem Haushalt bzw. aus dem Bekanntenkreis. Somit erreicht ein verkauftes Exemplar zum Teil mehr als nur eine Person. Dennoch gibt es Einschränkungen im Hinblick auf die Reichweite. Junge Menschen informieren sich eher im Internet statt in einer gedruckten Zeitung. Vorteilhaft ist, dass viele Zeitungen mittlerweile als Online- und Mobile-Ausgaben sowie als App verfügbar sind. So können Pressemitteilungen durchaus auch junge Leute erreichen.

In der Regel gehören nicht alle Leser einer Zeitung zur Zielgruppe. Deshalb muss bei der Berichterstattung in Zeitungen mit hohen **Streuverlusten** gerechnet werden. Darüber hinaus sind diese Medien meist nach nur einem Tag veraltet. Zu beachten ist außerdem, dass bei der Veröffentlichung von Artikeln und Annoncen verschiedene Gatekeeper ihren Einfluss geltend machen können. Es gilt, die Pressestelle der Kreisverwaltung, aber auch die Redakteure zu überzeugen. Das ist besonders sinnvoll, wenn es um kommunale Amtsblätter oder Anzeigenpublikationen geht.



☐ Checkliste: Presseartikel

1. Überschrift und Unterüberschrift

- inhaltlicher Rahmen des Artikels
- kurz und präzise,
- Ziel: Leser neugierig auf den Text machen

2. Einleitung

- Kurz beschreiben, worum es in dem Artikel geht
- Folgende Fragen sollten beantwortet werden: Wer ...?, Was ...?, Wann ...? und Wo?

3. Hauptteil

- Thema wird genauer behandelt
- Hier sind vor allem folgende Fragen wichtig: Wie ...? und Warum ...?
- Zwischenüberschriften gliedern lange Texte sinngemäß und geben dem Leser Orientierung

4. Schluss

- Zusammenfassung des Hauptinhalts und mögliche Folgen/Perspektiven

Die dargestellten Methoden einer „Print-Ansprache“ lassen sich auch kombinieren, wie das folgende Beispiel zeigt:

Um das Angebot der Projektstelle „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ im Bodenseekreis bekannter zu machen und zugleich ein Signal der Anerkennung zu senden, wurde der Internationale Tag des Ehrenamts für eine PR-Aktion genutzt. Dazu wurden **1.000 Tafeln Schokolade** an Ehrenamtliche und Engagierte im Landkreis versendet. Diesen Tafeln war jeweils ein Dankesbrief für das Engagement sowie ein Flyer der Projektstelle beigelegt. Die Aktion wurde durch Artikel und Interviews in der regionalen Presse begleitet.

Für eine erfolgreiche Durchführung der Aktion war einige **Vorarbeit** nötig. Zunächst wurde über die auf den Homepages der Gemeinden verfügbaren Daten ein großes Verzeichnis an Vereinen und ehrenamtlichen Organisationen und Gruppierungen angelegt. Aus dieser Liste wurden 1.000 Vereine bzw. Gruppierungen zufällig ausgewählt. Zudem musste der Brief von Vorgesetzten und der Pressestelle genehmigt werden.

Der Aufwand der Versandaktion war sehr hoch. Allein das Verpacken der Briefe hat bereits mehrere Tage in Anspruch



Lothar Wölfle

Landrat Bodenseekreis

„Ehrenamtliches Engagement ist das soziale Rückgrat einer Gesellschaft, im Bodenseekreis haben wir glücklicherweise eine besonders lebendige Vereins- und Ehrenamtskultur. Egal ob Musikverein, Sport- oder Naturschutzverein: Die hier aktiven Menschen prägen das gesellschaftliche Miteinander im Landkreis. Deshalb war es eine schöne und süße Überraschung, die ehrenamtlich Engagierte im letzten Jahr von unserer Projektstelle ‚Hauptamt stärkt Ehrenamt‘ bekommen haben. Die Mitarbeiterinnen haben zum Tag des Ehrenamtes als Dankeschön insgesamt 1.000 Tafeln Schokolade verschickt und so zahlreichen Menschen ein Lächeln ins Gesicht gezaubert. Die Rückmeldungen waren überwältigend: Zahlreiche Dankeschreiben per E-Mail oder Brief und Anrufe gingen bei uns ein. Diese Resonanz hat verdeutlicht, wie wichtig Anerkennung von offizieller Seite für die Motivation von Ehrenamtlichen ist. Ganz nebenbei hat die Aktion die wertvolle Anlaufstelle für Hilfestellungen und Fragen rund ums Ehrenamt noch bekannter gemacht, sodass die Aktion auch nachhaltig wirken wird.“

genommen. Auch die Kosten sind als eher hoch zu bewerten. Dafür kann die Aktion als **recht nachhaltig** eingeschätzt werden. Gerade die Verknüpfung von Informationsmaterial mit einer persönlichen Würdigung des Einsatzes für die Gesellschaft sorgte für eine feste Verankerung der Projektstelle im Bodenseekreis.

Für den Erfolg der Versandaktion war es wichtig, bestimmte **Gatekeeper** von dem Vorhaben zu überzeugen. Als Gatekeeper wurden die Vorgesetzten und die Pressestelle identifiziert, ohne deren Einverständnis die Aktion nicht realisiert worden wäre. Auch die Veröffentlichung von Zeitungsartikeln und Interviews hing von verschiedenen Personen bei den entsprechenden Lokalzeitungen ab.

b) Digitale Ansprache

Die Onlineansprache gewinnt mehr und mehr an Bedeutung. Im Folgenden wird auf ausgewählte digitale Ansprachemethoden eingegangen (siehe vertiefend zur Nutzung der digitalen Möglichkeiten Kapitel VI).

Homepage, Social Media und Newsletter

Das Internet bietet vielfältige Formate (Homepages, Blogs, Social Media, Newsletter, digitale Austauschplattformen wie eine Ehrenamtsbörse oder Online-Umfragen), um die gewünschte Zielgruppe konkret anzusprechen und die Aufmerksamkeit effektiv auf wichtige Informationen zu lenken.

Die aktive Ansprache über digitale Medien bringt viele Vorteile, aber auch neue Herausforderungen mit sich. So vereinfacht die Nutzung von digitalen Informations- und Kommunikationstechnologien die **orts- und zeitunabhängige Kommunikation** und schafft dadurch neue Möglichkeiten des Austauschs und der Kooperation. Die User können formlos und flexibel über Neuigkeiten, Änderungen oder neue gesetzliche Regelungen informiert werden.

Darüber hinaus ist die Onlineansprache meist **günstiger als klassische Werbeformen** und kann mit wenig Aufwand umgesetzt werden. Auch die **Erfolgsmessung** sollte nicht außer Acht gelassen werden. Die Anzahl der Anfragen, der Newsletter-Anmeldungen etc. können sich leichter erheben und bewerten lassen.

Die Nutzung digitaler Formate lässt sowohl eine aufsuchende als auch eine aufgesuchte Ansprache zu. Sie setzt allerdings auch eine entsprechende Medienkompetenz voraus. „Selbstgestrickte“ und unprofessionell gestaltete Homepages erreichen oft nicht die gewünschte Wirkung.

Auch Ehrenamtsbörsen, Austauschplattformen, Online-Umfragen und Newsletter müssen professionell konzipiert und gestaltet werden. Ist das Know-how in der Kreisverwaltung nicht vorhanden oder nur gering ausgeprägt, sollten spezialisierte Dienstleister beauftragt werden. Mit Blick auf die Nutzung von Social Media (siehe dazu auch das folgende Kapitel VI) sollte vorher eine Rückversicherung stattfinden, welche Formate unter welchen – oft datenschutzrechtlichen – Voraussetzungen genutzt werden können.

Auch bei der Nutzung digitaler Möglichkeiten darf die Zielgruppe nicht aus dem Blick verloren werden. So ist etwa die Onlineansprache **für Ältere** nicht immer optimal geeignet. Des Weiteren können bei verschiedenen Ansprachemethoden die eingestellten Informationen nur von den Abonnenten des Kanals eingesehen werden. Daher empfiehlt es sich oft, parallel auf analoge Marketingformen zu setzen.



Julian Schneider

Geschäftsführer Wirtschaftsförderung
Sankt Wendeler Land mbH

„Ehrenamtliches Engagement ist ein wesentlicher Standortfaktor, der den ländlichen Raum sozial vernetzt, kulturell bereichert und die regionale Wertschöpfung stärkt. Eine verlässliche, attraktive und zielgerichtete Ansprache der ehrenamtlich Engagierten ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor, um Menschen weiterhin für das Ehrenamt zu begeistern. Im digitalen Zeitalter hat die Onlineansprache der Ehrenamtlichen an Bedeutung gewonnen und ergänzt damit den persönlichen Kontakt vor Ort. Webplattformen, soziale Medien, Apps – die digitalen Angebote bieten vielfältige Chancen in der Aktivierung und Information der Bürgerschaft.“

DorfFunk-App

Im dem Projekt „Digitale Dörfer“ zeigt das Fraunhofer-Institut für Experimentelles Software Engineering IESE¹⁵, welche Perspektiven sich durch Digitalisierung für ländliche Räume auftun. Das Ziel ist es, mit einer DorfFunk-App digitale Dienste auch im ländlichen Raum anwendbar zu machen, um so das Dorf- und Gemeinschaftsleben zu stärken.

Die DorfFunk-App ist dabei der **digitale Zugang zum Dorf**. Man kann auf regionale Veranstaltungen aufmerksam machen, aktuelle Meldungen einsehen, die Biete/Suche-Funktion nutzen oder einfach miteinander plauschen. Die DorfFunk-App ist zusätzlich mit einer Internetseite verknüpft, auf der sowohl amtliche Informationen der Kommunen wie auch von Vereinen und anderen Informationsgebern eingestellt werden. Das System ist selbsterklärend und kann individuell so eingestellt werden, dass Sie z.B. nur Informationen aus einem Ort, aus der näheren Umgebung oder auch aus weiteren beliebigen Ortsteilen sehen können. Nicht nur die Kommunikation zwischen den Bürgern wird digitalisiert, sondern auch der Austausch zwischen ihnen und der Gemeinde/dem Ortsvorsteher und dem Hauptamt.

Für die Nutzer sollte eine **Ansprechperson** zur Verfügung stehen, die inhaltlich mit der App vertraut ist, erklärt welche Funktionen die App bietet und wie sie korrekt angewendet wird.

Öffentlichkeitsarbeit ist ebenfalls notwendig, um die Bevölkerung darüber zu informieren, auf welchem Wege die App genutzt werden kann. Um die App optimal zu bewerben, sind Schulungen vor Ort eine gute Möglichkeit, jedoch sind die mit einem gewissen Zeitaufwand und Organisation verbunden.

Am Ende hängt der Erfolg der DorfFunk-App davon ab, wie hoch die Nutzerzahlen sind und vor allem, wie hilfreich die App tatsächlich ist. Belanglose Inhalte können dazu führen, dass die App nur noch selten aufgemacht wird. Werden jedoch **nützliche Informationen** eingebunden, erfreut sich eine solche App schnell einer extrem großen Beliebtheit.

c) Werbemittel

Geschenke („Giveaways“) sind beliebte Werbemittel. Sie bieten eine elegante Möglichkeit, Nähe aufzubauen, das eigene **Branding** zu stärken oder schlicht jemandem eine Freude zu bereiten. Sie sind eine unaufdringliche Einladung zur Kontaktaufnahme oder Danksagung.

Giveaways können sich positiv auf die Bindung zwischen der Ehrenamtlichen und der Organisation auswirken. Im Gegensatz zu anderen Werbemaßnahmen stellen Giveaways eine vergleichsweise günstige Alternative dar. Nicht jedes Geschenk ist allerdings gleich gut zur Ansprache geeignet. Sinnvolle Giveaways bieten der Zielgruppe einen **echten Mehrwert**. Eine häufige Nutzung kann sich positiv auf die Reichweite auswirken, vor allem wenn das Giveaway auch von anderen Personen wahrgenommen wird. Alltagsgegenstände wie Kugelschreiber oder USB-Sticks werden regelmäßig verwendet, weshalb der Werbeeffect solcher Giveaways relativ hoch ist.

Zum Teil wird aber auch der Werbende kaum noch wahrgenommen, wenn etwa sein Kugelschreiber in der Flut ähnlicher Präsente untergeht. Es sollte immer besonders auf die Qualität und Nutzbarkeit eines Giveaways geachtet werden, da sich eine schlechte Qualität negativ auf den erhofften Werbeeffect auswirken kann. Neben der **Qualität** kann auch die **Originalität der Werbemittel** überzeugen.

d) Ansprache über persönliche Kontakte

Um Unterstützung passgenau bereitzustellen, muss man mit den Engagierten ins Gespräch kommen. Dies gilt gerade für den Bereich der Ehrenamtsunterstützung. Im Folgenden werden einige Methoden vorgestellt.

☐ **Checkliste: Werbemittel**

1. *Für welchen Anlass suchen Sie Werbeartikel?*
2. *Zielgruppe?*
3. *Preisvorstellung?*
4. *Welche Werbebotschaft soll mit dem Werbeartikel übermittelt werden?*
5. *Welche Produkteigenschaften sind für Sie wichtig?*

Beratung von Vereinen und Ehrenamtlichen

Vereine und Ehrenamtliche stehen heutzutage vor vielen Problemen und Herausforderungen. Hauptamtliche Stellen können hier für Vereine Beratungstermine anbieten, um Lösungen für individuelle Probleme zu finden.

Der Beratungstermin kann sowohl vor Ort als auch digital stattfinden. In einem ersten Gespräch verschaffen sich alle Beteiligten einen Überblick über die aktuellen Herausforderungen. Dann beginnt die Arbeit für die ehrenamtsunterstützende Stelle des Landkreises. Sie sucht anhand der erarbeiteten Herausforderungen **Unterstützungsmöglichkeiten**. In einem ersten Schritt werden möglichst konkrete Antworten erarbeitet sowie mögliche Maßnahmen, „Hilfen zur Selbsthilfe“, vorgeschlagen und auf weitere kostenlose Hilfsangebote (Seminare, fachliche Beratungen) verwiesen. Auch bei der Umsetzung einzelner Maßnahmen und damit eventuell verbundener finanzieller Hürden steht der Referent zur Seite. Es ist hilfreich, wenn bereits zu Beginn deutlich gemacht wird, was die ehrenamtsunterstützende Stelle des Landkreises (z.B. als Wegweiser oder unterstützende Kraft) leisten kann und was nicht (z.B. einen Ersatz einer professionellen Steuerberatung).

Lernen von Best-Practice-Beispielen

Von anderen lernen – das ist gerade bei der Unterstützung der Vereinsarbeit ein erfolgversprechender Ansatz. Denn das Rad muss nicht immer neu erfunden werden, schließlich gibt es Vereine, die auf aktuelle Herausforderungen in den verschiedenen Bereichen der Vereinsarbeit erfolgreiche Lösungen gefunden haben. Diese geben ihre Erfahrungen weiter, indem Referenten für Vorträge und Vereinsgespräche (**Ehrenamtler unterstützen Ehrenamtler**) bereitgestellt werden. Ein Sportverein profitiert somit von Experten

aus dem Sportsektor, Musikvereine können sich detailliert mit Referenten aus dem musischen Bereich austauschen und so weiter – ein direkter Austausch aus der Praxis in die Praxis. Den hauptamtlichen Mitarbeitenden in den ehrenamtsunterstützenden Landkreisen fällt dabei die Organisation und Moderation dieser Austauschtreffen zu.

Informationsveranstaltungen

Die Möglichkeiten digitaler Informationsveranstaltungen sollen am konkreten Beispiel des Landkreises Trier-Saarburg verdeutlicht werden:

Der Landkreis Trier-Saarburg bietet vor Ort als eine Möglichkeit der aktiven Ansprache das Format der digitalen Informationsveranstaltungen an. Durch diese als **Veranstaltungsreihe** konzipierten digitalen Informationstreffen erhält die Zielgruppe der ehrenamtlichen Ortsbürgermeister die Möglichkeit, sich über bestimmte Themen einfach und schnell zu informieren. Denn oft fehlt den Ortsbürgermeistern, die ihr Amt neben ihrem eigentlichen Beruf ausüben, die Zeit, intensive Recherchen zu verschiedenen und komplexen Themen zu betreiben.

Die digitalen Infotreffen greifen vielfältige, für die Zielgruppe relevante Themen auf. **Wünsche der Zielgruppe** werden hierbei gerne berücksichtigt. So wurden z.B. Veranstaltungen zum Thema „Dorferneuerung“, den Fördermöglichkeiten der Stiftung „Zukunft in Trier-Saarburg“ und dem vielfältigen EU-Programm „LEADER“ angeboten. Die Informationsveranstaltungen finden regelmäßig am frühen Abend statt. Der zeitliche Rahmen sollte dabei eine Stunde nicht übersteigen.

Dank des digitalen Formats hält sich die **Zeit, die man zur Teilnahme aufbringen muss**, in Grenzen. Der Ortsbürgermeister hat die Möglichkeit, sich unkompliziert von zuhause aus (oder aber auch von unterwegs) zu der jeweiligen Veranstaltung zuzuschalten. Mit einem „Save the date“ und einer Einladung wird die Zielgruppe informiert. Nach Anmeldung erhalten die Interessierten den Link zur Veranstaltung.

Die Informationsveranstaltungen sind immer so aufgebaut, dass nach einer kurzen Begrüßung und einer Vorstellung des Themas sowie des Referenten, ein 20- bis 30-minütiger Vortrag zum angekündigten Thema folgt. Im Vortrag werden dabei anschaulich die wichtigsten Inhalte erläutert. Im Anschluss an die Präsentation haben die Teilnehmenden die Möglichkeit, ihre Fragen direkt dem Experten zu stellen und mit den anderen Teilnehmenden **über das Thema ins Gespräch zu kommen**. Weiterhin wird im Nachgang zu der Veranstaltung die Präsentation an die Zielgruppe versendet.

Ein weiterer Vorteil: Durch die Teilnahme an der Veranstaltung ist die Referentin und somit eine Ansprechperson des jeweiligen Themas bekannt, was eine Kontaktaufnahme



Christiane Schmidt-Rose

Landrätin Landkreis Weimarer Land

„Unsere Aktiven im Ehrenamt sind ähnlich wie ihre Tätigkeiten unterschiedlichster Natur. Obwohl sie so verschieden sind, bestehen oft dieselben Hürden und Probleme. Umso wichtiger ist es, dass über hauptamtliche Strukturen entsprechende Unterstützungsangebote vorgehalten werden. Um diese passgenau zu entwickeln und zu kommunizieren, müssen Menschen mit Menschen reden. Das Hauptamt muss das Ehrenamt ansprechen. Dabei ist es entscheidend, die richtige Methode für die jeweilige Zielgruppe zu finden.“

im Anschluss an die Veranstaltung erleichtert. Bei Informationsveranstaltungen und Schulungen ist allerdings mit Kosten für Referenten und evtl. Software-Bereitstellung zu rechnen.

Multiplikatoren

Multiplikatoren sind Personen oder Organisationen, die sich, genauso wie eine Stelle in der Verwaltung, um den Sektor Ehrenamt bemühen. Beispielhaft sind hier die Kirchen und Sozialverbände zu nennen, aber auch Sportverbände, Ehrenamtsstellen in der Gemeinde oder Jugendhäuser kommen in Frage. Diese Liste ließe sich, je nach Zielgruppe und Ziel der Zusammenarbeit, beliebig verlängern.

Die Zusammenarbeit der Kreisverwaltung mit Multiplikatoren hat verschiedene Vorteile.

Zum einen sind die Multiplikatoren wesentlich näher an der Zielgruppe der Ehrenamtlichen und vor Ort bereits gut vernetzt. Damit können sie als **Sprachrohr in beide Richtungen** fungieren und die Reichweite der Verwaltung entscheidend erhöhen.

Zum anderen können Multiplikatoren **viel Know-how** in gemeinsame Projekte mit der Kreisverwaltung einbringen und damit das Ehrenamt stärken. Dabei sind die Kosten und die Voraborganisation für die Zusammenarbeit als gering einzustufen.

Je nach Ziel der Zusammenarbeit muss die **Nachhaltigkeit** unterschiedlich bewertet werden, da Multiplikatoren einmalig oder auch dauerhaft genutzt werden können. Eine langfristige Kooperation muss als wesentlich nachhaltiger eingestuft werden.

Der **Aufwand** für das Aufrechterhalten der Kommunikation kann als durchschnittlich angegeben werden.

→ Landkreis Sankt Wendel: Ehrenamtsagentur

Die Wirtschaftsförderung Sankt Wendeler Land mbH (WFG) als Dienstleister (Ehrenamtsagentur) wurde im Landkreis Sankt Wendel als Multiplikator mit in das Projekt „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ eingebunden. Neben den klassischen Angeboten einer Wirtschaftsförderung widmet sich diese auch dem Thema Ehrenamt. Besonders das erworbene Know-how der WFG im Bereich der digitalen Transformation kann auf die Strukturen im Ehrenamt übertragen werden. Auch Kooperationen zwischen Unternehmen und Ehrenamt können gestärkt werden. Hierfür stellt die WFG einen kompetenten und vernetzten Partner dar.

Vereinslotsen

Vereinslotsen sind von der Kreisverwaltung beauftragte und ausgebildete Ansprechpartner für Ehrenamtliche und Engagierte. Mithilfe der Vereinslotsen sollen Herausforderungen der Vereine noch besser erkannt und bearbeitet werden. Sie dienen somit als **erste Ansprechperson im Dorf** und können Anliegen der Vereine entweder selbst lösen oder aber offene Fragen weiter an die Kreisverwaltung geben.

Beim Einsatz von Vereinslotsen sind verschiedenen Dinge zu berücksichtigen:

- Bevor ein Vereinslotse in einem Ort eingesetzt wird, ist eine **vorherige Absprache** mit den jeweiligen Ortsvorstehern/Ortsbürgermeisterinnen unabdingbar, um Doppelstrukturen zu vermeiden.
- Außerdem muss geklärt werden, welches **Bewerberprofil** sich für das Amt des Vereinslotsen eignet.
- Zeitgleich zum Einsatz eines Lotsen muss dieser **vor Ort bekannt gemacht werden**. Social

Media, lokale Presse, Mailverteiler von Vereinsgemeinschaften bieten sich an.

- Oftmals benötigt es eine gewisse Zeit, bis das Amt des Vereinslotsen anerkannt und das **Vertrauen der Vereine** gewonnen werden konnte.
- Die eingesetzten Vereinslotsen können in verschiedenen **Funktionen** zwischen den Strukturen vor Ort und der Kreisebene arbeiten.

Das Installieren eines Vereinslotsen, dessen Ausbildung sowie das Bekanntmachen und die weitere Kommunikation kann einen **hohen Aufwand für die Kreisverwaltung** bedeuten. Die Kosten sind jedoch mit Blick auf den Nutzen als gering einzustufen. Bei einer erfolgreichen Umsetzung kann die Kreisverwaltung von der enormen Reichweite der Lotsen vor Ort profitieren. Auch hier ist eine langfristige Ausrichtung der Zusammenarbeit von Vorteil für die Nachhaltigkeit.

→ Landkreis Sankt Wendel: Vereinslotsen

Die Vereinslotsen im Landkreis Sankt Wendel haben sich unterschiedlich spezialisiert, um vor Ort bestmöglich als Ansprechpartner dienen zu können. Einige der Vereinslotsen sind „Allgemeine Ansprechpartner“. Sie steht den Vereinen im Ort, in der Gemeinde, im Landkreis für Fragen und Anliegen rund um das Thema Vereine und Ehrenamt zur Verfügung. Andere Vereinslotsen sind zu bestimmten Themen Experten. Sie können bei Fragen rund um Social Media, die Dorf-Funk-App oder rechtliche Themen unterstützen.

Regelmäßig finden Austauschtreffen zwischen der Kreisverwaltung und den Vereinslotsen statt. Dabei geht es um die Herausforderungen vor Ort, aber auch darum, wie die Zusammenarbeit weiter ausgestaltet werden kann.

- *Der Vereinslotse (VL) erfährt, dass der Obst- und Gartenbauverein eine neue Satzung erstellen möchte. Der VL gibt die Anfrage an das Hauptamt weiter.*
- *Der Handballverein möchte seine Facebook-Seite verbessern. Der VL kennt sich gut mit Sozialen Medien aus und liefert dem Verein Hilfestellung oder aber gibt die Anfrage an die hauptamtliche Stelle weiter.*

- *Der Vereinslotse bekommt durch den hauptamtlichen Mitarbeiter Kenntnis über aktuelle Fördermittel für die Vereine. Der VL gibt die Information an die Vereine im Ort weiter.*

■ ORT

- *Praxisbeispiel: Vereinslotse Hansi Müller ist im Ort aktiv und bekommt mit, wo bei den Vereinen der Schuh drückt. Um den Vereinen bei ihren Anliegen zu helfen, tauscht er sich mit dem Landkreis (Koordinierungsstelle Ehrenamt) aus.*

■ GEMEINDE

- *Praxisbeispiel: Vereinslotsin Emma Müller möchte sich gerne in ihrer Gemeinde engagieren. Sie ist Expertin beim Thema Social-Media und unterstützt Vereine bei der Registrierung auf Facebook.*

■ LANDKREIS

- *Praxisbeispiel: Vereinslotse Norbert Schwab ist Experte im Thema „DorfFunk-App“. Gerne schult er die Vereine im gesamten Landkreis und erklärt die Nutzung und Handhabung der App.*

3. Fazit

Hauptamtliche, die Angebote für Ehrenamtliche schaffen, müssen aktiv **mit der Zielgruppe in Kontakt treten**, damit Engagierte überhaupt von den Angeboten erfahren und diese auch nutzen. Deswegen ist die aktive Ansprache von Ehrenamtlichen mithilfe einer Ansprachestrategie ein wichtiger Erfolgsfaktor für ein zielgerichtetes und zielgruppenspezifisches Ehrenamtsmanagement.

Bevor aber die aktive Ansprache des Ehrenamts erfolgen kann, muss zunächst Klarheit darüber herrschen, welche Besonderheiten die Zielgruppe ausmachen und welche Bedürfnisse sie hat. Außerdem muss herausgearbeitet werden, welches Ziel eine Ansprache verfolgen soll. Mögliche Ziele einer Ehrenamtsstelle der Verwaltung für die Ansprache von Ehrenamtlichen können **Informationsaustausch, Akquise oder Beratung** sein. Unter IV. wird detailliert darauf eingegangen, welche Vorgehensweise zu empfehlen ist, um sich über die Zielgruppe und die



Michael Stickeln

Landrat Kreis Höxter

„Das Ehrenamt macht unsere Dörfer und Städte lebens- und liebenswert. Um die ehrenamtlich Engagierten kennenzulernen und noch weitere Menschen für das Ehrenamt zu gewinnen, sind ein enger Draht und eine aktive Ansprache sehr wichtig. So können Menschen von den Vorteilen eines Ehrenamtes überzeugt werden: etwa der Ausgleich zum Job, die Abwechslung im Ruhestand oder aber die Möglichkeit, sich selbst weiterzuentwickeln und dabei einen wichtigen Beitrag für die Gemeinschaft zu leisten.“

Ziele der Ansprache klar zu werden. Erst mit diesem Wissen kann eine Strategie für die aktive Ansprache des Ehrenamts entwickelt werden.

Im ersten Schritt werden geeignete Methoden zur Ansprache ausgewählt. Für diese Entscheidung können Kriterien wie Zeitaufwand, Kosten, Vorbereitungen, Nachhaltigkeit, Reichweite und Zugangshürden herangezogen werden. Wichtig ist, dass eine **Balance zwischen Aufwand und Nutzen** gewahrt bleibt. Sobald man weiß, welche Vor- und Nachteile die einzelnen Ansprachemedien mit sich bringen, können verschiedene Methoden sinnvoll miteinander kombiniert werden. Diese Kombination ermöglicht Synergieeffekte, beispielsweise bei den Vorbereitungen für die Ansprache. Dabei kann es sinnvoll sein, eine Übersicht über den zeitlichen Aufwand und die Kosten zu erstellen. Außerdem kann man sich überlegen, wie die Ansprachestrategie reflektiert werden kann und welche Kriterien für einen Erfolg sprechen, um die spätere Evaluation zu erleichtern.

Bei der Ansprachestrategie ist zu empfehlen, sich über **Gatekeeper und Multiplikatoren** Gedanken zu machen. In vielen Kommunikationsprozessen entscheiden Gatekeeper, welche Informationen an wen weitergeleitet werden. Wer an diesen Filtern nicht vorbeikommt, kann deutlich an Reichweite verlieren oder im schlimmsten Fall gelangt die Information überhaupt nicht an die gewünschten Stellen. Zu bedenken ist, dass auch Multiplikatoren und Vereinslotsen als Gatekeeper wirken können. Eine gemeinsame **Reflexion über den Informationsfluss** kann die Reichweite erhöhen und Kräfte bündeln.

In einem letzten Schritt wird die Ansprachestrategie evaluiert. Eine genaue **Auswertung der Wirksamkeit** sowie Einschätzungen zur Reichweite helfen dabei, die ergriffenen Maßnahmen anzupassen und zu erweitern. Dabei ist es wichtig, sich darüber Gedanken zu machen, wie gut unterschiedliche Zielgruppen mit der Ansprachestrategie erreicht wurden.

Generell müssen sich die hauptamtlichen Stellen darüber im Klaren sein, dass sie mit vielen anderen Akteuren um die begrenzte Aufmerksamkeit konkurrieren. Deswegen muss man mit Qualität, Relevanz und Prägnanz herausstechen. Dafür ist eine Ansprachestrategie nötig, welche die unten aufgeführten Gelingensfaktoren und Stolpersteine berücksichtigt.

GELINGENSFAKTOREN

- ✓ zielgruppenspezifisch – für entsprechende Gruppen die passende Ansprache wählen
- ✓ unterschiedliche Methoden der Ansprache nutzen, um Synergien herzustellen und Reichweite zu erhöhen – Abwechslung
- ✓ direkte Anrede in Texten verwenden
- ✓ verständliche Formulierungen verwenden
- ✓ auf Regelmäßigkeit der Ansprache achten
- ✓ auf nachhaltige Ansprache achten
- ✓ auf die Bedürfnisse der Ehrenamtlichen eingehen

STOLPERSTEINE

- ✗ Form der Ansprache passt nicht zur Zielgruppe
- ✗ Informationsflut bedenken – mit welchen Methoden kann die eigene Ansprache daraus hervorstechen?
- ✗ fehlende Kontaktinformationen der Ehrenamtlichen
- ✗ Barrieren in der Kommunikation
- ✗ einzelne Ansprachemethoden sind mit viel Aufwand verbunden

VI. Digitale Möglichkeiten

Beteiligte Landkreise:
Burgenlandkreis, Göttingen, Ludwigslust-Parchim,
Sankt Wendel und Uckermark¹⁶

Vorab

Wer an das Ehrenamt denkt, hat oft ganz praktische Tätigkeiten vor Auge: Brände löschen, Kuchen backen, Sachspenden sortieren, Bäume pflanzen. All das funktioniert nicht digital, nicht hybrid und auch nicht cloudbasiert. Digitales ehrenamtliches Engagement wie Onlinenachhilfe oder Onlineberatung haben durch die Corona-Pandemie zwar einen Aufschwung erfahren, bleiben aber in einer Nische. Trotzdem haben die Pandemie, aber bislang auch Trends wie der Generationenwechsel oder die teilweise Professionalisierung im Ehrenamt dazu geführt, dass sich die digitalen Kompetenzen von Ehrenamtlichen deutlich erhöht haben und digitale Hilfsmittel auch im ehrenamtlichen Bereich zunehmend Anwendung finden.

Dadurch ergeben sich für das Ehrenamtsmanagement neue Möglichkeiten, ehrenamtlich Engagierte z.B. digital zu erreichen. Neben etablierten digitalen Kommunikationswegen wie Homepages, Soziale Medien oder Onlinenewsletter treten Formate wie Onlineveranstaltungen, digitale Sprechstunden, aber auch die digitale Abwicklung von Umfragen oder Veranstaltungsanmeldungen vermehrt auf. Die dafür benötigten Anwendungen sind meist kostenlos oder gegen eine geringe monatliche Gebühr nutzbar. Sie senken Hürden, wenn etwa der Anfahrtsweg bei Onlineveranstaltungen wegfällt. Und sie sparen Zeit und Geld, wie bei der Nutzung von Anmeldesoftware statt der händischen Eingabe von Anmeldedaten oder dem Ersatz von Briefen durch E-Mails.

Größer sind oft die Hürden in den Verwaltungen: Nicht jeder Landkreis ist in den sozialen Medien aktiv, die zentrale Website folgt oft einer recht starren Struktur, und die Datenschutzbedenken beim Einsatz von neuen Tools sind mitunter hoch.

Die folgenden Ausführungen möchten aufzeigen,



Udo Recktenwald

Landrat Landkreis Sankt Wendel

„Das Ehrenamt ist der Kitt, der unser Gemeinwesen zusammenhält. Insbesondere im Landkreis Sankt Wendel, verfügen wir doch mit rund 1300 Vereinen über die größte Vereinsdichte im Saarland. Doch steht das Ehrenamt vor enormen Herausforderungen, auch im Zuge der Corona-Pandemie. Umso wichtiger ist es, lösungsorientierte und nachhaltige Alternativen zu schaffen, Vereine und Ehrenamt zu unterstützen, um somit den Zusammenhalt zu fördern. In Zeiten des Digitalisierungsprozesses gilt es etwa, alternative Kommunikationswege zu nutzen, digitale Tools/Angebote zu etablieren, neue Strategien zu entwickeln. Und genau hier setzt der Landkreis Sankt Wendel seinen Schwerpunkt und bietet den Ehrenamtsstrukturen nachhaltige Lösungsansätze.“

welche Erfahrungen die im Verbundprojekt „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ beteiligten Akteure mit der Nutzung von digitalen Tools für das Ehrenamtsmanagement gemacht haben. Dabei werden konkrete Anwendungen und Nutzungsszenarien beschrieben, aber auch Hürden, etwa in Bezug auf den Datenschutz, erläutert.

Nicht alles, was möglich ist, ist auch sinnvoll. Und ein mangelhafter Inhalt wird durch eine schöne Verpackung nicht besser. Diese Regel gilt auch in Bezug auf digitale Anwendungen. Trotzdem bietet die Digitalisierung große Möglichkeiten für das Ehrenamtsmanagement. Dieses Kapitel möchte Mut machen, sie zu nutzen.

¹⁶ Dieses Kapitel enthält die Arbeitsergebnisse von Cluster 5: „Nutzung der digitalen Welt“.

1. Anwendungsbereiche der Digitalisierung im Ehrenamt

Die Digitalisierung nimmt in allen Lebensbereichen zu. Auch die Vereinslandschaft kann sich dem nicht verschließen. Mögliche Berührungspunkte wurden durch die Corona-Pandemie einem Crashtest unterworfen. Zur Überbrückung der Kontaktbeschränkungen wurde manche digitale Anwendung spontan eingesetzt. Doch nicht jede Nutzung digitaler Tools bedeutet gleich einen Fortschritt. So geht es auch innerhalb eines Vereins oder einer Initiative um die **systematische Modernisierung** von Prozessen und Ereignissen. Es ist nicht damit getan, eine handschriftliche Mitgliederliste in eine Excel-Liste zu überführen, sondern es geht darum, geeignete Prozesse und Ereignisse im Verein weitgehend zu automatisieren. Denn nur so kann erreicht werden, dass die Vorteile, die eine Digitalisierung mit sich bringt, auch einen positiven Effekt haben. Je nach Größe und Tätigkeitsfeld des Vereins gilt es daher, verschiedene Bereiche auf ihr Digitalisierungspotential zu überprüfen.

- Im Aufgabengebiet **Mitgliederverwaltung** zeigt sich der Bedarf zur Automatisierung sehr schnell. Wer ist seit wann Mitglied? Kontaktdaten, Aufgaben, Erreichbarkeit – all das wird sehr schnell unübersichtlich, wenn es in einer handschriftlichen Liste erfasst wird. Abfragen sind mühsam und fehleranfällig. Entsprechende Software wird inzwischen umfangreich angeboten.
- Ein weiterer bedeutsamer Bereich im Vereinsleben ist die **Kommunikation**, sowohl intern mit den eigenen Mitgliedern als auch extern, etwa im Zusammenhang mit Veranstaltungen oder zur Gewinnung von neuen Mitgliedern. **Mitteilungen innerhalb des Vereins** lassen sich heute einfach und schnell per E-Mail oder über einen Newsletter verteilen. Auch in geschlossenen Gruppen Sozialer Netzwerke können Mitglieder schnell erreicht werden. Sogar eine vereinseigene Smartphone-App ist möglich. Die neuen Erfahrungen während der Pandemie mit Kontaktbeschränkungen haben gezeigt, wie weitgehend sich die vereinsinterne Kommunikation digitalisieren lässt. **Digitale Versammlungen** wurden vom Gesetzgeber ausdrücklich erlaubt, Fortbildungen in vielfältiger Weise digital erprobt.
- Die **Kommunikation mit externen Ansprechpartnern** ist wohl der Bereich, in dem die umfangreichsten Möglichkeiten zur Digitalisierung bestehen. Telefonanrufe, Flugblätter, Postwurfsendungen – all das ist aufwendig und zeitraubend. Ein vereinseigener Auftritt in den Sozialen Medien oder eine eigene Internetplattform bieten attraktive, schnelle Möglichkeiten, ein **breites Publikum** zu erreichen. Wichtig hier: Der zeitliche Aufwand

beim Betrieb solcher Anwendungen sollte nicht unterschätzt werden. Informationen in diesen Medien sind schnelllebig und müssen ständig aktualisiert werden, um attraktiv zu bleiben. Ein Kommunikationskonzept, das zuvor auslötet, ob Aufwand und Nutzen in einem positiven Verhältnis stehen, ist unbedingt zu empfehlen.

- Als weiterer Bereich sei hier die **Veranstaltungsorganisation** angesprochen. Sowohl bei der Planung als auch bei der Umsetzung von größeren Veranstaltungen bieten digitale Tools effektive Unterstützung. Onlinebasierte Planungslösungen sowie selbst steuerbare Anmeldesoftware machen die Vorbereitungen sowie die Durchführung übersichtlich und besser kontrollierbar.
- Und wer schließlich wissen will, was seine Ansprechpartner wünschen, der kann mit onlinebasierten Lösungen rasch und unkompliziert **Umfragen** einrichten und automatische Auswertungen erhalten.

Die Aufgaben und Tätigkeitsbereiche eines Vereins oder einer Initiative lassen sich also auf vielfältige Weise mit digitalen Hilfsmitteln vereinfachen. Es hängt von vielen Faktoren ab, welche dieser Maßnahmen für einen Verein wirklich Sinn ergeben. Mitgliederstärke und -struktur, lokale Verbreitung, Öffentlichkeitswirksamkeit, finanzielle Ausstattung oder Zukunftspläne sind nur einige Punkte, die vor der Einführung digitaler Anwendungen berücksichtigt werden sollten. Ein **Modernisierungskonzept**, das alle Aspekte des Vereinslebens daraufhin beleuchtet, kann manchen Frust und unnötige Ausgaben ersparen.

All diese Themen sowie eine Entscheidungshilfe zum Abwägen der Vor- und Nachteile digitaler Anwendungen finden sich in diesem Kapitel.

2. Digitale Veranstaltungsformate

Dank moderner Technik kann mittlerweile fast jede Art von Veranstaltung in den digitalen Raum verlegt werden. Es wird nur ein Internetzugang und ein internetfähiges Endgerät benötigt. Auch eine Teilnahme per Telefon ist (eingeschränkt) möglich, wenn es am Endgerät mangelt oder die Internetverbindung instabil ist. Digitale Veranstaltungsformate sind sowohl vereinsintern in Form digitaler Sitzungen als auch mit Blick auf die Kommunikation und Interaktion nach außen vorstellbar. Gerade Weiterbildungsangebote haben in der letzten Dekade eine erstaunliche Entwicklung durchlaufen – ein Trend, der durch die Covid-19-Pandemie noch einmal entschieden verstärkt wurde. Ob Sprachen, Wissenschaften, Kochen, Heimwerken oder berufliche Weiterbildung – im Netz kann sich jede Person

mit Internetzugang rund um die Uhr weltweit informieren und fortbilden. Die Weiterbildung von bürgerschaftlich Engagierten stellt da keine Ausnahme dar. Auch in diesem Bereich gibt es bereits jederzeit abrufbare Angebote im Internet, ohne das Haus verlassen und lange Wege zu Präsenzseminaren fahren zu müssen. Ein Beispiel ist die Internetplattform **www.vereinsplatz-wnd.de** des Landkreises Sankt Wendel. Aber auch andere Akteure, wie die Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE) bieten vielfältige Onlineangebote.

Im Folgenden werden verschiedene Online-Weiterbildungsformate vorgestellt.

a) Onlineveranstaltung

Die Vorteile von Onlineveranstaltungen

Onlineseminare können ganz bequem von zu Hause aus besucht werden. Sie finden meist live statt. Es können per Chat Fragen gestellt werden oder die Teilnehmer melden sich per Headset selbst zu Wort. Durch die Teilnahme an Umfragen bringen sich die Zuhörenden aktiv ein. Die Seminare finden zumeist abends an einem Werktag statt und dauern ein bis zwei Stunden. Gerade die **Flexibilität bezüglich Ort und Zeit** macht dieses Format so beliebt.

Über den Chat, Liveumfragen und eine breite Palette an „Smileys“ kann das Publikum **jederzeit seine Meinung** kundtun. Neben klassischen Formaten etablieren sich auch immer weiter interaktive Onlineseminare. Dort werden kleine Gruppen in sogenannten „Break Out Sessions“ zusammengebracht, um das Seminarthema zu diskutieren und die Ergebnisse später dem gesamten Seminar zu präsentieren.

Ein weiterer Vorteil für die Verwaltung ist der größere **Referenten-Pool**. Etwa im Vereinsrecht sind kompetente Dozenten nicht unbedingt in der Nachbarschaft zu finden. Ob der Experte zum Vereinsrecht zehn oder 700 Kilometer entfernt ist – mit dem Onlineformat können die Referenten bequem dazugeschaltet werden. Ein größeres Angebot an möglichen Dozenten führt nicht selten zu besseren Konditionen und zu einer besseren Qualität. Dank ihrer Flexibilität können Onlineevents **kurzfristiger umgesetzt** werden und sie sind zudem **besser skalierbar**: Ob 100 oder 1.000 Teilnehmer – es macht technisch keinen großen Unterschied, solange die Leitungskapazität und die Lizenz für ein entsprechendes Programm vorhanden sind.

Hinzu kommt: Räumlichkeiten müssen nicht angefragt und die pandemische Lage nicht gefürchtet werden. **Verfügbarkeit, Reichweite, Interaktivität, Partizipation, Planbarkeit und geringer Aufwand** sind daher klare Vorteile von digitalen Formaten.



Ein weiterer Vorteil: Fahrwege werden gespart und die Umwelt geschont. Auch **für Teilnehmende eine günstige Alternative**, denn es müssen weder Flüge oder Zugfahrkarten noch Hotelzimmer gebucht werden. Wird ein Onlineseminar überdies aufgezeichnet und gespeichert, kann es immer wieder verwendet werden.

... und deren Herausforderungen

Aber es gibt auch Herausforderungen. Der wohl größte Knackpunkt ist die oft nicht ausreichende Stärke der Internetverbindung. Trotz fortschreitendem Breitbandausbau lässt die Verbindungsstärke häufig zu wünschen übrig, gerade in ländlichen Räumen. Auch die Konzentration ist bei Onlineformaten eine andere, häufig lädt das Internet zu anderen Nebenaktivitäten ein.

Ein Onlineseminar ersetzt außerdem nicht die persönliche Begegnung. Das direkte Erlebnis fehlt. Der Anteil der „Totalverweigerer“ solcher Formate hält sich aber in Grenzen und im Verlauf der Pandemie ist die Akzeptanz von Onlineveranstaltungen gestiegen. Dennoch gibt es auch Menschen, die solche Formate gänzlich meiden. Manchmal fehlt auch schlicht die Technik oder die E-Mail-Adresse. Nicht digitalaffine Personen sind von der Teilnahme oftmals überfordert.

Zwar sind Onlineformate in der Regel vergleichsweise günstig, gleichwohl gibt es eine breite Palette von Anbietern mit verschiedensten Bezahlmodellen. Die meisten großen Unternehmen arbeiten mit Abonnement-Modellen, die monatliche Gebühren vorsehen.

Grundsätzlich gilt schließlich auch hier: Vorsicht beim Datenschutz. Viele Unternehmen unterhalten ihre Server außerhalb Deutschlands oder der EU. In der Regel bringen aber Dozenten ihr Programm der Wahl mit oder es gibt bereits etablierte, datenschutzkonforme Lösungen innerhalb der Verwaltung. Im Zweifelsfall sollte der Datenschutzbeauftragte hinzugezogen werden.

b) Hybride Veranstaltung

Bei einer hybriden Veranstaltung handelt es sich um eine Kombination aus einer physischen Präsenzveranstaltung und einer Onlineveranstaltung. Während nur eine begrenzte Zahl an Teilnehmenden und Gästen direkt vor Ort ist, wird das Event für alle anderen per Livestream ins Internet übertragen. So können Interessierte von zu Hause (oder einem beliebigen anderen Ort) aus teilnehmen. Voraussetzung dafür ist lediglich eine stabile Internetverbindung.

Die Vorteile von hybriden Veranstaltungen

Die Teilnehmenden haben die Möglichkeit, selbst zu entscheiden, ob sie online oder in Präsenz an der Veranstaltung teilnehmen möchten. Alle weiteren Vorteile einer Onlineveranstaltung wurden zuvor aufgeführt.

... und deren Herausforderungen

Um eine hybride Veranstaltung durchführen zu können, die auch eine Interaktion der verschiedenen Beteiligten ermöglicht, müssen zusätzliche technische Voraussetzungen gegeben sein (z.B. Computer, Kameras, Mikrofone). Wenn diese nicht von einer Agentur gemietet, sondern selbst gekauft werden müssen, fallen zunächst Investitionskosten an.

Um nicht nur die Teilnehmer vor Ort, sondern auch das Onlinepublikum jederzeit betreuen zu können, ist darüber hinaus zusätzliches Personal notwendig. Das muss auch bezüglich technischer Fragen geschult sein, um auch bei solchen Problemen schnell weiterhelfen zu können.

Wer eine Hybridveranstaltung durchführen will, muss daher im Prinzip zwei Veranstaltungen organisieren, da sich die Wünsche und Bedürfnisse von Präsenz- und Online-Teilnehmenden voneinander unterscheiden.

☐ Checkliste: Hybride Veranstaltungen

1. *Wie viele Kameras kommen zum Einsatz?*
2. *Wird nur der Referent eingeblendet? Oder auch das Publikum?*
3. *Welche Software kommt zum Einsatz, wenn mehrere Kameras vorhanden sind, zwischen denen gewechselt werden soll?*
4. *Das Publikum in Präsenz hat Fragen. Wie hören die online Teilnehmenden diese Fragen? Wiederholt der Referent die Frage? Oder erfolgt dies durch die Moderation? Oder wird ein Handmikrofon genutzt?*
5. *Umgang mit Fragen der Onlineteilnehmer: Zu welchem Zeitpunkt soll die Frage gestellt werden? Passend zum Thema oder einfach einhaken? Macht der Referent an einer bestimmten Stelle eine Pause und lässt Fragen zu? Fragen können aber auch von der Moderation gestellt werden.*

Gelingensfaktoren für digitale Veranstaltungen



c) Digitale Sprechstunde und digitale Gruppenarbeit

In einer digitalen Sprechstunde und in digitalen Kleingruppen können sich Teilnehmer online mit einem Expertenteam zu bestimmten Themen vertiefter austauschen. Die Referenten beantworten **individuelle, vereinspezifische Fragen**. Mit Digitalexperten können per geteiltem Bildschirm nützliche Programme gemeinsam angeschaut und Fragen diskutiert werden. Auch hier gilt: Die Formate laufen nicht von allein, eine gute und professionelle Vorbereitung ist unabdingbar.

Zu beachten ist dabei, dass dominante Personen vielfach Fragen stellen, schüchterne kommen nicht ausreichend zum Zug. Plötzlich ist die Zeit abgelaufen, das Seminar ist zu Ende und nicht alle Teilnehmer konnten die Chance nutzen, Fragen zu stellen. Eine Alternative besteht deshalb darin, **Zeitslots** einzurichten, sodass jeder z.B. 15 Minuten Zeit bekommt und somit „unter vier Augen“ Fragen an den Referenten stellen und sich diese individuell beantworten lassen kann.

→ Landkreis Göttingen: Online-Stammtisch

Im Landkreis Göttingen wird seit Anfang 2021 einmal im Monat eine offene Austauschrunde für Vereine, Engagierte und Interessierte angeboten. Ziel ist es, die Vernetzung untereinander zu stärken, relevante Themen und Anliegen gemeinsam zu besprechen, sich gegenseitig zu beraten und voneinander zu lernen. Durch das Online-Format haben interessierte Personen aus dem Landkreis die Möglichkeit, an der Veranstaltung teilzunehmen. Neben einem offenen, durch die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gestalteten Austausch werden nach Bedarf thematische Schwerpunkte gesetzt und durch externe Referenten begleitet.



↗ www.engagiert-im-landkreisgoettingen.de/online-stammtisch

d) Stolpersteine durch Planung und Struktur vermeiden

Bei der konkreten Umsetzung digitaler Veranstaltungsformate gilt es einige Fallstricke zu vermeiden.

Vorab sollte mit den bürgerschaftlich Engagierten geklärt werden, welche **Erwartungen** sie an digitalen Weiterbildungen haben und welche Konsequenzen für den Aufbau und die Form des digitalen Veranstaltungsformats zu ziehen sind. Gewisse Themen eignen sich mehr für interaktive Formate als andere. Während sich etwa bei Fortbildungen im Bereich Buchführung von den Vereinen häufig eine klassische Seminarführung gewünscht wird, sind demgegenüber Themen wie Nachwuchsgewinnung und Konfliktmanagement ohne interaktive Abschnitte wenig effektiv.

Auch der **Zeitfaktor** ist – sowohl mit Blick auf die Länge der Veranstaltung an sich als auch mit Blick auf ihre Ablaufplanung – einzubeziehen. Wann ist das Seminar zu kurz, wann ist das Seminar zu lang? Zeit am Bildschirm zu verbringen, erfordert ein gewisses Maß an Konzentrationsfähigkeit. Deswegen ist es ratsam, immer viel Raum für Nachfragen, Interaktion und Partizipation zu schaffen und kurze Pausen einzuplanen. Pauschale Gesetzmäßigkeiten gibt es hier nicht. Jede Vereinskultur bringt andere Anforderungen und Wünsche mit sich.

Und wie immer gilt: **ausprobieren und proben**. Kollegen und angefragte Dozenten sollten im Vorfeld zum Verbindungstest eingeladen werden. Die einzelnen Funktionen wie Umfragen, Wortmeldungen, „Break-Out-Räume“ etc. sollten ausgiebig getestet werden. Ein geübter Umgang mit dem jeweiligen Programm ist wichtig, um die vielen Möglichkeiten von Onlineseminaren auch sinnvoll nutzen zu können. Techniktests können im Vorfeld Probleme oder Verbindungsschwächen offenbaren. Denn auch heute gibt es noch lokal unterschiedliche Verbindungsgeschwindigkeiten – kann ein Seminar mit 25 Teilnehmenden noch flüssig laufen, kann die Verbindung schon bei 50 oder 100 Gästen versagen. Was auch zu beachten ist: Viele Programme haben eine Begrenzung der Teilnehmerzahl und verursachen ab gewissen Teilnehmerzahlen weitere Kosten.

Die Veranstaltung muss im Vorfeld in allen Einzelheiten durchgegangen werden. Dabei sollte früh mit den angefragten Dozenten geklärt werden, welche Formate von ihnen gewünscht werden. Wie sieht deren Rolle genau aus? Ein klassischer, informativer Vortrag mit anschließender Frageunde oder ein interaktives Seminar mit wenig Input des Dozenten und dafür viel moderierte Gruppenarbeit? Sollen Fragen zwischendurch möglich sein oder gesammelt werden? Wer betreut Gruppen(-arbeit), wer betreut den Chat? Wer leistet technische Unterstützung?

Gerade bei größeren Veranstaltungen kann es sich lohnen, **mehr Personal** vorzuhalten und z.B. eine telefonische Erreichbarkeit auch während der Veranstaltung anzubieten,

um etwaige Fragen schnell zu klären. Auch sollte frühzeitig in Erfahrung gebracht werden, ob das Skript zum Seminar im Anschluss verschickt werden darf oder vielleicht anderes **Material zur Veranstaltung** zur Verfügung gestellt wird. Freiwillig Engagierte freuen sich in der Regel sehr über nützliche Skripte, Musterformulare oder andere Materialien. Wichtig ist nur, dass dies im Vorfeld mit den Dozenten abgesprochen ist. In diesem Punkt unterscheiden sich Präsenz- und Onlineveranstaltungen gar nicht so sehr.

e) Gute Ergänzung zu Präsenzformaten

Onlineveranstaltungen können Präsenzformate ergänzen, werden sie aber nicht ersetzen. Besonders dort jedoch, wo lange Fahrtwege ein Thema sind, sind Onlineveranstaltungen eine unkomplizierte, interaktive und günstige Alternative zum klassischen Modell. Sicherlich gibt es Stolpersteine, dennoch lässt sich sagen: Das Online-seminar gehört in jeden Instrumentenkasten, wenn es darum geht, ehrenamtlich Engagierte zu unterstützen und fit für die Zukunft zu machen. Wer Ehrenamtsarbeit gerade für junge Menschen attraktiv halten will, kommt um dieses Thema nicht herum.

3. Digitale Kommunikationswege

Die digitalen Möglichkeiten erschöpfen sich allerdings nicht in digitalen Veranstaltungsformaten. Auch in der Engagementförderung ist Kommunikation das A und O – sei es, um sich gegenseitig zu informieren, Missverständnisse zu vermeiden oder Wertschätzung und Anerkennung zu äußern. Es gibt viele Möglichkeiten, sich auch digital im Bereich des Ehrenamtes auszutauschen. Im folgenden Abschnitt wird die Vielfalt digitaler Kommunikationswege beleuchtet. Welches Medium eignet sich wofür? Welche Chancen und Herausforderungen bestehen?

a) Soziale Medien

Ob **Chats, Videos, Kurzvideos** oder **Fotos** – in den Sozialen Medien wird all das und vieles mehr geteilt.

Es gibt unzählige **Soziale Netzwerke**, in denen Menschen sich regionen- oder themenbezogen austauschen können. Zudem ist es möglich, darüber direkt eine spezielle Zielgruppe zu erreichen. Solche Netzwerke können in vielerlei Hinsicht helfen, das freiwillige Engagement und dessen Strukturen zu unterstützen. Soziale Medien können Würdigungs- und Anerkennungsformate ermöglichen, aber auch ein gutes Instrument für die Öffentlichkeitsarbeit darstellen. Zudem können Informationen über diesen Weg an eine breite Leserschaft weitergegeben werden.

Bei der Entscheidung, ob ein oder sogar mehrere dieser Kanäle bespielt werden sollen, müssen sich die Beteiligten darüber im Klaren sein, dass dies dauerhaft einen Teil der Arbeitszeit in Anspruch nehmen wird. Um in den Netzwerken gefunden zu werden, müssen regelmäßig Beiträge erstellt werden. Es empfiehlt sich ein Rhythmus von einem bis mehrere Male pro Woche. Hierfür ist die **Erstellung eines Redaktionsplans** hilfreich, um die Beiträge zu organisieren. Dieser hilft dabei, auf eine gute Verteilung der Beiträge zu achten und Termine zu bestimmten Tagen oder Wochen im Auge zu behalten, wie etwa der Internationale Tag des Ehrenamts jedes Jahr am 5. Dezember und die bundesweite Woche des bürgerschaftlichen Engagements im September.

Die Entscheidung, welche der Sozialen Medien genutzt werden sollen, richtet sich vor allem danach, welche Zielgruppe angesprochen werden soll. Die **Definition der Zielgruppe** ist sorgfältig vorzunehmen. Außerdem unterscheidet sich die Art des Contents auf den verschiedenen Plattformen stark und auch hier sollte überlegt werden, ob man willens und in der Lage ist, diese Beiträge zu erstellen. Und ob gegebenenfalls spezielle technische Ausrüstung benötigt wird.

Die erstellten Beiträge sollten nach dem Veröffentlichen noch in entsprechenden Gruppen bzw. von relevanten Partnern geteilt werden – das pusht die Beiträge und sie werden häufiger bei Nutzern angezeigt. Das wiederum erhöht die Anzahl der Leser stark und kann darüber hinaus zu vielen **neuen Followern** führen.

Einige **Beispiele**, wie die Sozialen Medien zur Unterstützung des freiwilligen Engagements genutzt werden können:

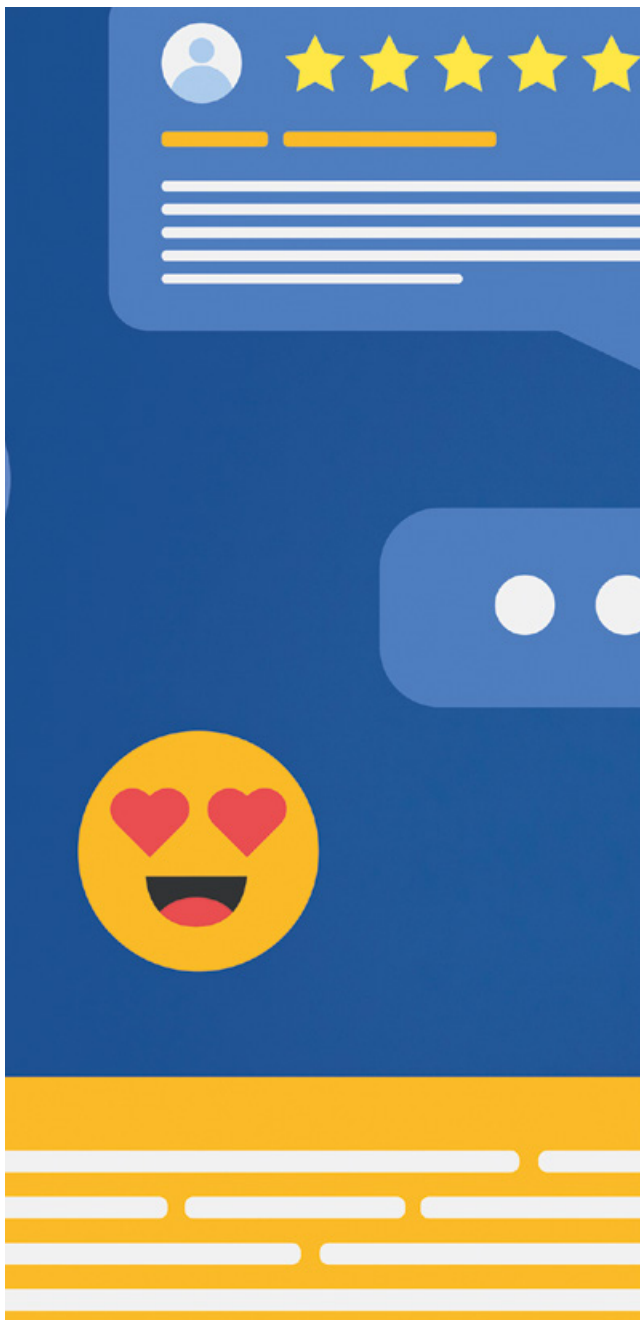
→ Gewinnung neuer Engagierter

- Erstellen und Betreiben einer eigenen regionalen Gruppe, in der Vereine oder Freiwilligenagenturen Stellenanzeigen für bestimmte zu besetzende Posten teilen bzw. selbst erstellen können
- selbst erstellte Beiträge, um Personen für Vereine zur Neu- oder Nachbesetzung von Posten zu suchen
- Veranstaltungen einstellen, an denen Engagierte auch spontan ohne weitere Verpflichtungen teilnehmen können (z.B. Müllsammel-Aktion oder andere Mitmach-Aktivitäten)
- in regionalen Gruppen auf interessante Veranstaltungen oder spannende Aktionen von oder für freiwillig Engagierte hinweisen
- andere Aktionen, die zum Mitmachen anregen (z.B. kleine Ratespiele oder Beiträge, die zu einer Interaktion animieren)

→ Anerkennung oder Würdigung

- durch allgemeine Öffentlichkeitsarbeit für die Ehrenamtsstrukturen: Jede Nennung und Verlinkung hilft dabei, gesehen und bekannter zu werden
- spezielle Formate (z.B. Themenwochen, Bilder- und Videoserien oder das Ehrenamt des Monats)

Wenn aufgrund des Datenschutzes **keine kreiseigenen Kanäle** in den Sozialen Medien betrieben werden dürfen, besteht die Möglichkeit, sich mit Städten, Gemeinden oder den Freiwilligenorganisationen im Landkreis zusammenzutun und diese mit Content zu versorgen, der über deren Kanäle geteilt wird.



Die Vorteile Sozialer Medien

- Möglichkeit, sich unaufdringlich in Erinnerung zu halten
- Erreichen einer breiten Öffentlichkeit (viele Altersgruppen und Menschen aus den unterschiedlichsten Bereichen)
- durch das Verbreiten in z.B. regionalen Gruppen: Zugewinn von neuen Lesern
- kann bei der Vernetzung sehr hilfreich sein

... und deren Herausforderungen

- kostet permanenten Einsatz, einen Kanal immer mit neuem Content zu versorgen
- Man sollte sich vor der Entscheidung für einen bestimmten Kanal genau überlegen, welche Zielgruppe man ansprechen möchte und den Kanal dahingehend festlegen
- Beim Betrieb von mehreren Kanälen ist es auch möglich, durch bestimmte Tools auf verschiedenen Kanälen die gleichen Beiträge zu posten oder Beiträge im Voraus zu planen. Da die Kanäle jedoch jeweils unterschiedliche Zielgruppen erreichen und der Content insofern angepasst sein sollte, sind diese Tools nur eingeschränkt empfehlenswert, können aber beim richtigen Einsatz die Arbeit erheblich erleichtern.

b) Dorf-Apps

Apps können die Engagementförderung ebenfalls voranbringen. So können z.B. Informationen von der Verwaltung direkt zu den Bürgern gelangen. Auf diesem Wege können auch Warnmeldungen verbreitet werden und diese sogar per Push-Nachricht auf dem Smartphone erscheinen. Tatsächlich sind in den vergangenen Jahren immer mehr sogenannte Dorf-Apps an den Start gegangen, die von Gemeinden oder Landkreisen eingeführt werden, um **Menschen zu verbinden oder Informationen weiterzuleiten**. Vereine können dort auf sich aufmerksam machen, indem sie die Möglichkeit nutzen, sich in der App einzutragen. Veranstaltungen von Engagierten können dort publiziert werden und es darf auch eine Suche-Biete-Börse genutzt werden. Alle ehrenamtlichen Aktivitäten lassen sich darüber verbreiten – von der Nachbarschaftshilfe bis zur Vermittlung von Mitfahrgemeinschaften. An einem Engagement Interessierte können unterstützt werden, das richtige Ehrenamt zu finden. Natürlich kann alles, was bislang hier vorgestellt wurde, über eine App Verbreitung finden – von der Umfrage übers Onlineseminar und die Onlinesprechstunde bis hin zum Newsletter.

Wichtig ist eine **breite Einführung** im jeweiligen Landkreis. Das bedeutet, dass möglichst viele Gemeinden und Städte eine gemeinsame App nutzen sollten. Das erfordert einen hohen **Koordinationsaufwand** im jeweiligen Gebiet und den Willen aller Beteiligten, das Projekt „App“ voranzutreiben.

→ Beispiele für den Einsatz von Dorf-Apps

In mehreren Verbundlandkreisen werden Dorf-Apps erfolgreich eingesetzt, wovon Dorfbewohnerinnen und Vereine gleichermaßen profitieren. Wenn diese Apps nicht „nur“ als Informationskanal der Verwaltung genutzt werden sollen, sondern auch aktiv in den Dorfgemeinschaften, ist eine gemeinsame Entwicklung zusammen mit den Dorfbewohnern und Engagierten entscheidend für den Erfolg. Dies schafft Akzeptanz und die Bürgerinnen machen die App zu „ihrer App“. So gelingt es besser, möglichst viele Aktive zu gewinnen.

Neben Information und Kommunikation können die Apps auch bei der Organisation von Veranstaltungen, zur Kontaktpflege von Vereinsmitgliedern und vielem mehr genutzt werden.

- *Digitaler Dorfplatz von Crossiety in den Gemeinden Bovenden und Adelebsen, in Eisdorf (Gemeinde Bad Grund / Harz) sowie der Stadt Osterode am Harz, Landkreis Göttingen*

↗ crossiety.app/login

- *DorfFunk in der Gemeinde Gleichen, Landkreis Göttingen, Projekt Digitale Dörfer Niedersachsen*

↗ gleichen.digital/start-der-dorffunk-app-in-ganz-gleichen/

- *DorfFunk in den Landkreisen Sankt Wendel und Rendsburg-Eckernförde*

↗ sh.digitale-doerfer.de

↗ vereinsplatz-wnd.de

Um viele Menschen positiv auf das Projekt einzustimmen und sie auch aktiv für die App zu gewinnen, bezieht man sie am besten schon bei der Entwicklung, in der Planungsphase, mit ein. So können die zukünftigen Nutzer daran mitwirken und beeinflussen, was die App genau bieten soll.

Nach der Einführung muss die App mit vielen Inhalten versorgt werden. Dabei ist es entscheidend, die Bürger über den **Mehrwert der App** zu informieren und ihnen die Nutzung schmackhaft zu machen.

Sinnvoll sind sogenannte **Digitallotsen**, die Interessierten bei der Installation helfen und auf die verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten hinweisen. Eine solche Ansprechperson sollte möglichst in jedem Ort vorhanden sein. Damit ist auch der Einstieg für Personen möglich, die bislang dem Digitalen nicht aufgeschlossen gegenüber stehen.

Es ist eine große Herausforderung, eine solche App an den Start zu bringen, in mehrerlei Hinsicht: Zum einen muss das Projekt vor Beginn ausreichend und sicher finanziert sein und auch etwaige **Folgekosten**, wie z.B. das Hosting, sollten mitbedacht sein. Auch personell muss man genug Kapazitäten einplanen, da es sehr viel Zeit und Arbeitseinsatz benötigt, bis die App von selbst läuft und die Nutzer sie immer mit aktuellen Beiträgen füllen. Nur so kann man die App als nachhaltigen Kommunikationskanal etablieren und sie kann zu einem immensen Mehrwert werden.

c) Onlineplattform

Wie gezeigt, kann sich mit der Verfügbarkeit des mobilen Internets die Engagementförderung etwa unter Nutzung Sozialer Medien auch auf Smartphones und anderen Endgeräten der Engagierten abspielen. Doch nicht alle Informationen sind in Sozialen Medien optimal platziert. Statische Informationen wie relevante Ansprechpersonen oder FAQs können auf einer individuell erstellten Internetpräsenz besser bereitgehalten werden. Eine Onlineplattform stellt somit einen wichtigen **Bestandteil des Digital-Portfolios** einer modernen Engagementförderung dar.



Tip: Nur einen Klick von den Engagierten entfernt.

Ziel einer eigenständigen Internetpräsenz zur Engagementförderung ist es, nah an den Engagierten zu sein. Zudem bündelt die Plattform wichtige, oft nur zerstreut verfügbare Informationen an einem Ort und kann sich zu einer **zentralen Anlaufstelle für Informationen und Angebote für Ehrenamtliche** entwickeln. Denn Engagierte können ohne viel Aufwand die relevanten Informationen für ihre Tätigkeit erhalten. „Relevant“ bedeutet in diesem Zusammenhang, dass Informationen redaktionell gefiltert werden, damit nur qualitativ hochwertiger Content für die Nutzer bereitgestellt wird. Gelingt dies, wird eine Onlineplattform als sinnvolle Ergänzung zu anderen Elementen der Engagementförderung wahrgenommen.



Prof. Dr. Alexandra Engel

ZZHH Zukunftszentrum Holzminden-Höxter, HAWK Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst (Hildesheim, Holzminden, Göttingen)

„Die Grundlage jeden Engagements und jeder Partizipation ist eine gute Informationsbasis. Zudem ist die Bereitstellung guter Informationen gleichzeitig eine Wertschätzung von Engagement. Empfohlen werden deshalb gut lesbare und verfügbare schriftliche Informationen, Podcasts, Videos, die entsprechend der Informationsbedürfnisse vor Ort zu entwickeln und in einem stetig wachsenden digitalen Portal zusammenzufassen sind (auch mit Links zu fremdem Material, offen zur Verfügung stehende Materialien, z.B. Open Educational Resources – OER). Einen Mehrwert erzielt dabei die Bündelung und Systematisierung von Informationen zur dauerhaften Transparenz für die einzelnen Engagementbereiche.“

Die **Interaktion mit den Nutzern** steigert die positive Wahrnehmung einer Internetpräsenz. Dafür eignen sich auf einer Onlineplattform Bereiche, die von den Engagierten aktiv mit Informationen befüllt werden. Das können z.B. eine Neuigkeiten-Seite explizit von und für Vereine und Engagierte oder ein Schwarzes Brett sein. Das erhöht die Bindung zu dem digitalen Ort und schafft einen praktischen Mehrwert. Zudem ist es eine Form der Anerkennung, wenn Engagierte Raum zur Gestaltung bekommen, um von ihren Tätigkeiten zu berichten. Der Kontakt zu den Engagierten bleibt somit auch im Digitalen ein wesentlicher Gelingensfaktor. Eine Onlineplattform baut in diesem Sinne auf den Austausch in der analogen Welt auf.

Ob eine Onlineplattform das passende Instrument in der Engagementförderung ist, hängt wesentlich von den **regionalen Anforderungen** ab. Reicht es aus, vorhandene Dienste wie beispielsweise die kommunale Internetpräsenz oder Soziale Medien zu nutzen? Oder bedarf es einer individuell angepassten und skalierbaren Internetpräsenz, um die regionale Engagementförderung optimal im digitalen Raum aufzustellen? Der große Vorteil einer Onlineplattform ist die Möglichkeit, als passgenauer digitaler Baustein im Gesamtprozess der Engagementförderung zu dienen und nur einen Klick von den Engagierten entfernt zu sein.

Vorteile von Onlineplattformen

In Abgrenzung zu Sozialen Medien besteht eine eigene Internetpräsenz durch große **Gestaltungsfreiheit**. Inhalte zur Engagementförderung können je nach individueller thematischer Ausrichtung einer Onlineplattform für die jeweiligen Bedürfnisse passend gestaltet werden. Regionale Bedarfslagen können ausreichend Berücksichtigung finden und Änderungen im Angebotsportfolio einer Plattform können fortlaufend vorgenommen werden. Je nach regionalen Möglichkeiten und Erfordernissen kann es sich um eine einfache Infoseite (z.B. im Rahmen einer kommunalen Internetpräsenz) bis hin zu einer komplexen Internetpräsenz mit vielen individuellen Bereichen und Interaktionsmöglichkeiten handeln.

Eine Onlineplattform kann die Präsenz in Sozialen Medien sinnvoll ergänzen, z.B. durch die Einbindung auf der eigenen Internetseite. Wenn die kommunale Stelle nicht in den Sozialen Medien vertreten ist oder sein kann, ist eine Internetpräsenz umso wichtiger, um die **Zielgruppen niedrigschwellig zu erreichen**.

→ Erzgebirgskreis: Ehrenamtsportal

„Engagiert im ERZ“ – diesem Anspruch folgend hat die Fachstelle Ehrenamt mit dem Start des neuen Onlineportals www.ehrenamt.erzgebirgskreis.de im April 2021 ein neues digitales Angebot für ehrenamtlich Engagierte sowie Vereine und sonstige Organisationen im Erzgebirgskreis geschaffen. Kernfunktionen sind die **Ehrenamtsdatenbank**, das **Schwarze Brett** für Angebote und Gesuche, der **Ehrenamtskalender** sowie der **Newsbereich** mit Neuigkeiten zu Förderprogrammen, Auslobungen, Wettbewerben und rechtlichen Rahmenbedingungen.



... und deren Herausforderungen

Die Herausforderungen in der **Erstellung einer Online-plattform** gehen mit den Vorteilen einher. Die große Gestaltungsfreiheit ist mit hohem Personaleinsatz und hohen Sachkosten verbunden. Neben einmaligen Aufwendungen für den Aufbau entstehen fortlaufende Kosten für das Hosting und die Pflege (z.B. durchgängige Sicherheitsupdates). Aufbau, Hosting und Pflege sind meist in Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern umzusetzen.

Es werden Personal und Sachmittel auch zur grundlegenden technischen Betreuung und insbesondere zur inhaltlichen **Pflege der Plattform** benötigt. Wenn eine Internetseite nur rudimentär gepflegt wird, fällt dies schnell negativ auf und das digitale Angebot wird für Engagierte unattraktiv.

Weiterhin sind die Bestimmungen der **DSGVO** zu beachten, was je nach individuellem Aufbau unterschiedlich komplex ist und mit der eigenen Datenschutzbeauftragten abgesprachen werden sollte.

Die Internetpräsenz sollte zudem **barrierearm** gestaltet sein, damit sie von möglichst vielen Menschen genutzt werden kann.

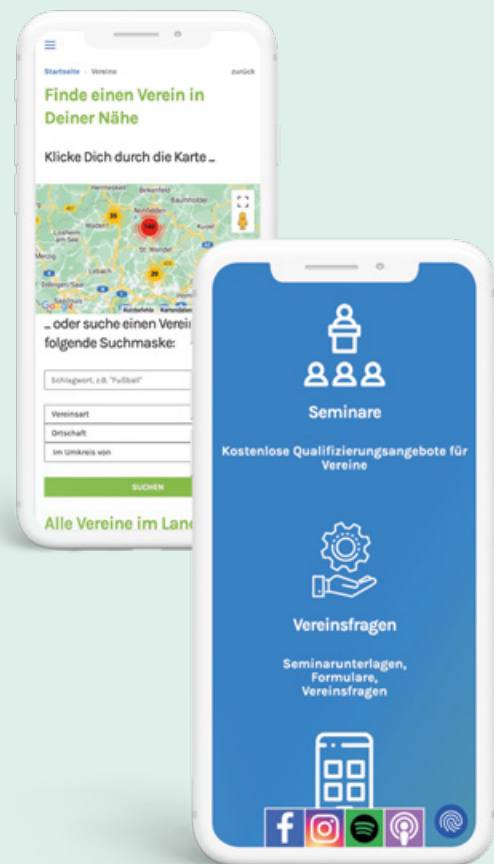
→ Landkreis Göttingen: „Gut informiert, vernetzt engagiert“

„Im Landkreis Göttingen wurde im Rahmen des Projekts die eigenständige Info-Plattform engagiert-im-landkreisgoettingen.de aufgebaut. Sie dient als zentrale Anlaufstelle für Vereine und Engagierte. Hier stehen zahlreiche Informationen, z.B. zu **Fördermitteln, Fortbildungsterminen und aktuellen Neuigkeiten**, zur Verfügung und Ehrenamtliche können im **Engagement-Ticker** von ihren (Vereins-)Tätigkeiten berichten. Die Vereine und Engagierten haben dadurch die Möglichkeit, die Plattform zu „ihrer“ Plattform zu machen.“



→ Landkreis Sankt Wendel: Wissensdatenbank für Vereine und Ehrenamt

Im Landkreis Sankt Wendel erhalten Vereine und Organisationen die Möglichkeit, sich auf der Internetplattform www.vereinsplatz-wnd.de zu präsentieren und so ihren Bekanntheitsgrad zu steigern. Hier können sich die **Vereine vorstellen, vernetzen, untereinander austauschen**, dabei mit ihrem Angebot möglichst viele Menschen erreichen. Neben der Vorstellung der Vereine gibt es auch **Veranstaltungshinweise, Termine, News** aus den Vereinen und vieles mehr. Die Webseite beinhaltet auch eine **Wissensdatenbank**. Dort sind viele nützliche **Tipps, Formulare, Vorlagen und Antworten auf häufig gestellte Fragen**, die die Vereinsarbeit erleichtern, zu finden. Auf der digitalen **Ehrenamtsbörse** werden ehrenamtliche Helfer gesucht und gefunden. Die Rubrik „Seminare“ informiert über **kostenlose Qualifizierungsangebote**.



d) Videos

Filme können sowohl auf der eigenen Plattform als auch auf öffentlich zugänglichen sozialen Netzwerken präsentiert werden. Von einem selbstproduzierten Video auf dem Smartphone bis zum professionell erstellten Imagefilm ist vieles möglich. Ein Bericht vom Vereinsfest, Aufrufe an Mitglieder, Werbung für den Verein – es gibt **viele Anlässe für bewegte Bilder**.

Kurze Spielfilme mit dem Smartphone zu produzieren, stellt heute kein Problem mehr dar. Gute Einbaukameras, kostenfreie Schnittprogramme und zahlreiche ausführliche Hilfeseiten im Internet machen es – nach ein wenig Vorbereitung – einfach, ein gutes Kurzvideo zu erstellen. Allerdings sind der Zeitaufwand zu berücksichtigen und einige **Grundregeln der Gestaltung**:

- **Format**
Die meisten Plattformen im Internet sind im Querformat produziert. Das Hochformat gewinnt aber immer mehr Bedeutung für Mobilnutzer (z.B. Instagram).
- **Länge**
„Weniger ist mehr“ – lieber mehrere kurze Clips als lange Sequenzen. Je nach Plattform gilt: 15 bis maximal 120 Sekunden.
- **Schnitt**
Dafür muss ausreichend Material zur Verfügung stehen. Immer mehrere Einstellungen und – vor und hinter der eigentlichen Aufnahme – etwas mehr Material aufnehmen.
- **Hilfsmittel**
Ein Stativ verhindert Wackler. Guter Ton kommt von einem externen Mikrofon. Eine mitgeführte Powerbank verhindert den ungewollten Drehschluss infolge leerer Akkus.

Wichtig ist ebenfalls die **Beachtung der Persönlichkeitsrechte** gefilmter Personen. Vor einer Veröffentlichung muss eine Einwilligungserklärung eingeholt werden.

Für größere Projekte empfiehlt es sich außerdem, **professionelle Unterstützung** einzuholen. Die Digitalisierung hat auch gerade im Filmgeschäft zu einer Rationalisierung geführt, sodass Imagefilme inzwischen durchaus kostengünstig zu produzieren sind. Hier wichtig: ausführliche Vorgespräche und die Erstellung eines Drehbuchs.

Die Vorteile von Videos

- Besonders jüngere Zielgruppen werden von bewegten Bildern angesprochen.

- Die Möglichkeit, als Videoreporter tätig zu sein, lockt digital affine Engagierte.
- Begeisterung für das Vereinsleben lässt sich mit Bildern intensiv und emotional rüberbringen.
- Die Videos können ein Stützpfiler für die Vereinswerbung sein.

→ Erzgebirgskreis: Animationsfilm zu „Ehrenamt im ERZ“



... und deren Herausforderungen

- Zeitaufwand
- Kosten
- Kenntnisse und Erfahrungen mit der Technik
- Zielgruppe – wer soll/wird sich das Video ansehen?

e) Newsletter

Newsletter dienen als klassisches Element in einem Digital-Portfolio der Engagementförderung. Sie sind ein **bewährtes Mittel**, um eine große Anzahl an Personen direkt zu kontaktieren. Dabei ist Newsletter nicht gleich Newsletter: Abonnenten-Akquise, Darstellung und Versand variieren deutlich.



Tipp: Klassisch, direkt und regelmäßig

Es bestehen umfangreiche gestalterische Optionen und in Kombination mit einem Newsletterdienst **vielfältige Möglichkeiten zur Datenanalyse**. Daraus können Schlüsse über das Nutzungsverhalten der Newsletterempfänger gezogen werden. In dieser Form kann eine Stelle zur Engagementförderung ihre digitale Kommunikation fortlaufend evaluieren und anpassen.

Je nach Ausgestaltung werden verschiedene Zielgruppen mit unterschiedlicher Digitalkompetenz angesprochen. Als PDF-Anhang kann der Newsletter die digitale Version eines Briefs sein. Als E-Mail im HTML-Format wird allerdings das größere Potenzial digitaler Möglichkeiten genutzt. Eine E-Mail mit einfachem Text stellt eine Mischform dar. Sie kann problemlos von allen Empfängern gelesen werden, allerdings sind die **Gestaltungsmöglichkeiten** eingeschränkt. Durch die Nutzung von URL-Verkürzungsdiensten kann diese Plain-Text-E-Mail ergänzt werden, um das Nutzungsverhalten der Empfänger analysieren zu können. Die Datenanalyse ist weniger umfangreich als bei der Nutzung

einer HTML-E-Mail. Sie ermöglicht lediglich rudimentäre Analysemöglichkeiten.

Die **Frequenz des Newsletterversands** und der inhaltliche Umfang müssen gut überlegt werden. Ein Newsletter, der zu oft versendet oder zu umfangreich ist, wird bei den Abonnenten als unattraktiv oder gar störend empfunden. Die in diesem Kapitel beschriebenen Analysemöglichkeiten können helfen, die passende Ausgestaltung zu finden.

Ein Newsletter braucht Empfänger. Das ist offensichtlich und stellt auf den ersten Blick kein großes Problem dar,

E-Mail Format		
HTML-Format	<ul style="list-style-type: none"> · sieht ansprechend aus und lädt zum Lesen ein 	<ul style="list-style-type: none"> · lässt sich je nach Sicherheitseinstellungen von manchen Mailprogrammen nicht öffnen (Abhilfe kann die Angabe eines Links sein, um die E-Mail im Browser zu lesen)
Plain-Text	<ul style="list-style-type: none"> · lässt sich mit allen E-Mail-Programmen gut öffnen und lesen 	<ul style="list-style-type: none"> · sieht weniger ansprechend aus und lädt daher weniger zum Lesen ein
mit PDF-Anhang	<ul style="list-style-type: none"> · Datei kann von den allermeisten Abonnenten geöffnet werden · PDF kann ansprechend gestaltet werden 	<ul style="list-style-type: none"> · Dateianhänge werden mitunter nicht geöffnet, daher kurze Inhaltsbeschreibung („Teaser“) empfehlenswert, um Interesse zu wecken
mit Link zur Website	<ul style="list-style-type: none"> · einfacher Weg (Newsletter auf einer Website sehen meist ansprechend aus) 	<ul style="list-style-type: none"> · Anklicken eines Links stellt für einige Nutzer bereits eine Hürde dar (aus datenschutzrechtlichen Gründen oder etwa zur Spamabwehr) · Folge kann eine geringere Reichweite sein
Abonnenten-Akquise		
Anmeldung auf Website mit automatisierter Bestätigung (Double-Opt-In-Verfahren)	<ul style="list-style-type: none"> · einfach zu pflegen, weil das Ein- und Austragen selbständig durch die Nutzer möglich ist 	<ul style="list-style-type: none"> · technische Infrastruktur muss bereitgestellt werden
Anmeldung auf Website mit einfachem Formular ohne automatisierte Bestätigung	<ul style="list-style-type: none"> · erfordert keine technische Infrastruktur für eine automatisierte Abonnement-Verwaltung 	<ul style="list-style-type: none"> · bedarf zur DSGVO-Konformität einer Bestätigung der eingetragenen E-Mail-Adresse (Eintragung durch E-Mail-Inhaber und nicht durch Dritte)
direkte Mail mit Wunsch nach Eintrag	<ul style="list-style-type: none"> · erfordert keine technische Infrastruktur für eine automatisierte Abonnement-Verwaltung 	<ul style="list-style-type: none"> · umständlich in der Handhabung, da man die Abonnentenliste manuell pflegen muss
handschriftlicher Eintrag in ein Formular (z.B. bei Veranstaltungen)	<ul style="list-style-type: none"> · kann für Präsenzveranstaltungen als analoges Eintragen in den Newsletter dienen 	<ul style="list-style-type: none"> · umständlich in der Handhabung, da man die Abonnentenliste manuell pflegen muss. · bedarf zur DSGVO-Konformität einer Bestätigung der eingetragenen E-Mail-Adresse (Eintragung durch E-Mail-Inhaber und nicht durch Dritte)

schließlich bestehen meist viele Kontakte zu Vereinen, Ehrenamtlichen, Multiplikatoren etc. Allerdings bedarf es der aktiven **Zustimmung der Empfänger**, dass ihnen ein bestimmter Newsletter zugeschickt werden darf. Um diesen Anforderungen des Datenschutzes gerecht zu werden, gibt es verschiedene Wege (s. Tabelle „Abonnenten-Akquise“ auf S. 75).

Eine positive Wirkung des Newsletters auf die Abonnenten erreicht man durch kleine, inhaltlich passende Bilder in Verbindung mit inhaltsreichen Kurzbeschreibungen („**Text-Teasern**“) sowie weiterführende Links.

Um den Newsletter übersichtlich zu gestalten, empfiehlt es sich, in einem festen Rahmen zu agieren. Daher sollte die Betreffzeile der E-Mail immer gleich gewählt werden oder die Kopf- und Fußzeile sind stets einheitlich. Auch empfiehlt es sich, den inhaltlichen Aufbau wiederkehrend zu gestalten. Beiträge können in Clustern sortiert werden, damit sich die Leser schnell orientieren können und die Inhalte erkennen, die sie interessieren. Je nachdem für welche Art von Newsletter man sich entscheidet, sollte ein **einheitliches Design** gewählt werden. Damit schafft man einen Wiedererkennungswert, der über den Newsletter hinaus in der gesamten Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden kann.

Für die Newsletterverwaltung und den Versand gibt es zahlreiche Dienstleister, die ein teils sehr **umfangreiches Monitoring** des Nutzungsverhaltens der Abonnenten ermöglichen. Diese Analysemöglichkeiten müssen mit den Anforderungen des Datenschutzes in Einklang gebracht werden. Ist das der Fall, lässt sich z.B. nachvollziehen, wie viele Personen den Newsletter wie lange geöffnet haben und welche Links angeklickt wurden. Neben der kontinuierlichen Nutzungsanalyse kann eine gezielte Umfrage über den Newsletter dazu dienen, den tatsächlichen Leserwillen besser zu erkennen und den Newsletter entsprechend anzupassen.

Auch wenn Newsletter inzwischen ein bewährtes, digitales Angebot darstellen, können Sie – richtig eingesetzt – einen sehr hohen **Nutzen in der Engagementförderung** haben. Mit einem moderaten Versenderhythmus werden die Abonnenten nicht mit Inhalten überfrachtet und je nach regionalen Möglichkeiten bzw. Erfordernissen können einfache Text-E-Mails oder umfangreich gestaltete HTML-E-Mails als Kommunikationsmedium genutzt werden. Ein guter Newsletter spricht sich herum und wird seine Abonnentenzahl stetig steigern, allerdings benötigt dies viel Zeit und Kontinuität.

f) Podcast

In einer auch digital ausgerichteten Engagementförderung dient ein Podcast als zusätzlicher Bestandteil, um regionales Engagement wahrnehmbar zu machen: einerseits um Aktivitäten und Gruppen bekannt zu machen und andererseits, um den Engagierten einen **Gestaltungsraum** zu geben und ihnen Gehör zu verleihen. Auch das ist eine Form der Anerkennung.



Julia Krause

Projektleitung „Voll mein Ding – Ehrenamtlich engagiert in Templin“ für die Johanniter-Unfall-Hilfe e.V. | Regionalverband Nordbrandenburg

„Aus meinem eigenen ehrenamtlichen Engagement weiß ich, dass diese Arbeit nicht angemessen durch Geld gewürdigt werden kann. Stattdessen widmen wir jeder Person eine eigene Podcast-Folge, ein ganz persönliches Gespräch mit der Künstlerin Yeri Anarika. Zusätzlich zeigen wir die Freiwilligen in einer digitalen Projekt-Schau auf großen, bunten Portraits – wie Superhelden. So würdigt unser Projekt die Menschen hinter dem Ehrenamt und wir fragen uns, wie viel Engagement vielleicht auch in uns selbst steckt. Um das Projekt nun auch in anderen Städten bekannt zu machen, begleitet die Ehrenamtskoordinatorin im Landkreis Uckermark unser Vorhaben.“

➔ www.johanniter.de/vollmeinding



Tipp: Engagement hörbar machen

Podcasts sind ein vielfältiges und wirkungsvolles Medium. Sie haben den Vorteil, dass sie eine andere Wahrnehmungsebene ansprechen, als es Newsletter, Berichte oder textlastige Internetseiten tun können. Sie bieten damit eine wertvolle Möglichkeit, eine **Bindung zum regionalen Engagement** zu schaffen. Je nach Nutzungsart können Podcasts rein informativ sein oder auf einer emotionalen Ebene Einblicke in das Leben von Engagierten ermöglichen.

Podcasts sind an keinen festen Rahmen gebunden. Sie **können individuell gestaltet werden** und z.B. in ihrer Länge deutlich variieren. Episoden von fünf bis zehn Minuten gelten als kurz. Nach oben hin sind keine Grenzen gesetzt. Episoden, die länger als zwanzig bis dreißig Minuten dauern, werden jedoch eher von einem kleineren Publikum gehört.

Allerdings: Zur Aufnahme von Podcasts in ausreichender Qualität wird eine **technische Grundausstattung** benötigt.

Weiterhin muss die Technik vom Podcast-Macher gut beherrscht werden, was durch kurze Qualifizierungen ermöglicht werden kann.

Die Erstellung einer ansprechenden Podcast-Folge bedarf ausreichender Vorbereitung, einer guten Gesprächsführung und einer Nachbereitung, sodass ein Produkt entsteht, das **grundlegende Qualitätsansprüche** erfüllt.

Engagierte und Hauptamtliche können das Medium nutzen, um das Ehrenamt zu Wort kommen zu lassen und es bekannt zu machen. Sie können aber auch selbst aktiv werden und Podcasts aufnehmen. In beiden Fällen bedarf es der Unterstützung durch das Hauptamt, was zur Sichtbarmachung in Form von Informationsweitergabe und Anerkennung führt.

→ Landkreis Göttingen: Podcast zu nachhaltigen Ideen

Ein Beispiel für eine Podcast-Reihe, bei der Engagierte zu Wort kommen, findet sich im Landkreis Göttingen. Im Rahmen einer Kooperation mit der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst (HAWK) haben Studierende der Sozialen Arbeit eine Podcast-Serie produziert: „Engagiert, Inspiriert, Informiert – der Podcast zu nachhaltigen Ideen“. In der Serie kommen viele Ehrenamtliche zu Wort, die sich für das Thema Nachhaltigkeit einsetzen.

↗ www.engagiert-im-landkreisgoettingen.de/podcast-engagiert-inspiriert-informiert

4. Vereins- und Unterstützungsmanagement

Der Begriff „Vereinsmanagement“ klingt zunächst trocken und spröde. Die Erfassung aller freiwillig Engagierten in einem Landkreis ist aber die elementare Grundlage dafür, diese Personen überhaupt zielgerichtet kontaktieren zu können. Eine Unterstützung des Ehrenamts gelingt nicht, wenn man nicht weiß, wer sich tatsächlich ehrenamtlich engagiert.

a) Datenbanken (Vereinsdatenbank)

Das Vereinsmanagement beginnt meist mit dem Aufbau einer Vereinsdatenbank. Häufig findet sich über Gemeindeämter oder Städte eine Übersicht der ansässigen Vereine,

die aber in jedem Fall auf ihre Aktualität und Vollständigkeit überprüft werden sollte. Ein weiterer Weg, um die Vereinsstrukturen zu erfassen, führt über das **Vereinsregister**. Allerdings sind die Vereinsregister erfahrungsgemäß nicht immer dazu bereit, die Daten eingetragener Vereine an den Landkreis herauszugeben. Man sollte aber zumindest versuchen, diese Möglichkeit für sich zu nutzen. Eine weitere Variante ist die Abfrage über das Handelsregister bzw. über das gemeinsame Registerportal der Länder¹⁷. Diese Daten sollten dann noch ergänzt werden mit z.B. Selbsthilfegruppen oder beständigem, aber ohne rechtlichen Rahmen organisiertem Engagement (z.B. Initiativen).

Die erfassten Daten sollten alle Informationen enthalten, die für eine aktive Ansprache notwendig sind (postalische Anschrift, E-Mail, Telefonnummer), aber auch Informationen über die Organisation (z.B. für die Vermittlung von Personen, die an einem Engagement interessiert sind oder für potenzielle Netzwerkpartner).

Die so entstandene Liste sollte mit Hilfe eines Tabellenkalkulationsprogramms (z.B. Excel) geführt werden, das das Filtern nach angelegten Kriterien (z.B. Ort oder Organisationsart) ermöglicht. Aus diesem Grund ist es sinnvoll, die erfassten Daten einzelnen, vorher festgelegten **Kategorien** zuzuordnen, um z.B. bestimmte Themen direkt mit den jeweiligen Organisationen aus einem Bereich besprechen zu können bzw. Informationen mit diesen Organisationen zu teilen. Denkbar sind etwa Zuordnungen zu Themenfeldern wie Sport, Kultur, Soziales, Natur, Fördervereine und Hilfsorganisationen.

Zusätzlich können **weitere Filterkriterien** hilfreich für die Erreichbarkeit bestimmter Gruppen sein, z.B. gegliedert in Städte, Ämter und Gemeinden oder nach der Art der Organisation (eingetragener Verein, Interessengemeinschaft, lose Gruppe, Verband, Förderverein, Selbsthilfegruppe u.a.). Außerdem kann nach Themen differenziert werden. Wenn mehrere Themenbereiche in einer Organisation untergebracht sind und es z.B. verschiedene Ansprechpartner für Teilbereiche gibt, kann das mit abgebildet werden. Etwa hat ein Dorfverein einen Denkmalschutzbereich für eine alte Kapelle und fungiert auch als Karnevalsverein. Ein Sportverein hat viele Teilbereiche: Basketball, Fußball, Leichtathletik etc.

Es empfiehlt sich, **eine Tabelle für sämtliche Inhalte** anzulegen, damit bei Änderungen nicht an verschiedenen Stellen Datensätze aktualisiert werden müssen.

Es sind **weitere Datenbanken** denkbar, die die Arbeit in der Ehrenamtskoordination vereinfachen, z.B. eine Liste mit den Amtsleitern der Gemeinden, den Bürgermeisterinnen und den Ortsvorstehern. Außerdem sind Listen der Einrichtungen, mit denen zusammengearbeitet wird, sinnvoll (z.B. Schulen, Kindergärten etc.).

17

www.handelsregister.de

b) (Online-)Umfragen

Umfragen sind eine gute Möglichkeit, um Informationen, Stimmungen, Meinungen, Ideen, Bedarfe oder Wünsche einzuholen und eine **direkte Beteiligung** der Organisationen zu ermöglichen. Dabei können Onlineumfragen ein breites Spektrum abdecken – von einer kleinen, einfachen Ja-/Nein-Abfrage über die Abstimmung zu einem Termin oder Thema. Das Ergebnis kann auf verschiedene Weise grafisch aufbereitet werden (etwa in Form von Diagrammen oder einer Wortwolke), ebenso sind mithilfe kostenloser oder -günstiger digitaler Tools auch detaillierte, längere Umfragen möglich. Auch die werden jedoch nicht einfach „nebenbei“ durchgeführt. Sie bedürfen einer sorgfältigen Planung und einer ansprechenden und wohlüberlegten Ausgestaltung.

Beim Erstellen einer Umfrage sollte zunächst darauf geachtet werden, dass durch Logos und entsprechende Überschriften eindeutig sichtbar gemacht wird, von wem die Umfrage durchgeführt wird, um damit Vertrauen zu schaffen. Wichtig ist zudem, die Reichweite der geplanten

Umfrage zu klären. Es gibt offene Umfragen, aber auch Umfragen für eine abgegrenzte Teilnehmergruppe. Generell ist darauf zu achten, die Umfrage **nicht zu umfangreich oder zu komplex zu gestalten**, da die Gefahr besteht, dass viele Teilnehmer zwischendrin die Beantwortung abbrechen. Die Einblendung eines sogenannten Prozessbalkens, der anzeigt, wie weit die Beantwortung der Umfrage fortgeschritten ist, kann motivieren, die Umfrage bis zum Schluss zu beantworten. Außerdem ist anzuraten, vorab die ungefähre Dauer der Beantwortung anzugeben und ebenso deutlich zu kennzeichnen, bis wann die Umfrage läuft.

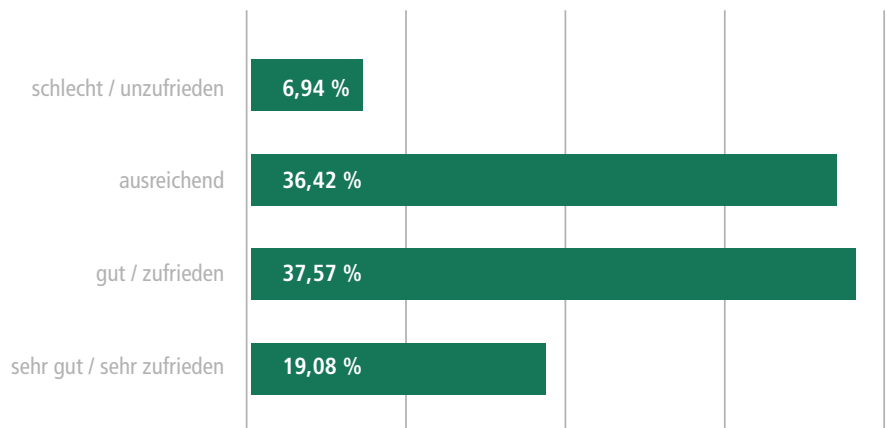
Elementar für die Verwertbarkeit der Ergebnisse ist das **Fragendesign**. Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, wie die Fragen gestaltet werden können. Von der Einfachauswahl über die Mehrfachauswahl bis hin zur Skala oder Matrix. Ihnen gemeinsam ist jedoch, dass die Fragen selbst eindeutig formuliert sein müssen. Es bietet sich insoweit an, den Fragebogen im Vorfeld in einem Probelauf zu testen. Innerhalb des Fragebogens ist es möglich, mit Abhängigkeiten zu arbeiten. Wer z.B. Frage 3 mit „Nein“

Wie schätzen Sie die Vereinbarkeit von Beruf und Ehrenamt ein?

Zur Auswahl standen folgende Antworten:

- 1) sehr gut / sehr zufrieden
- 2) gut / zufrieden
- 3) ausreichend
- 4) schlecht / unzufrieden

Vereinbarkeit Beruf und Ehrenamt

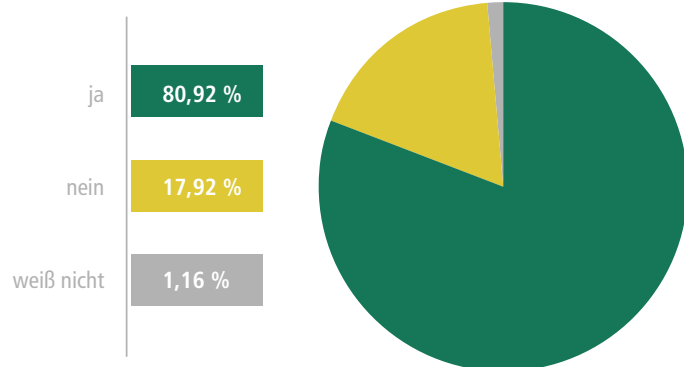


Sind Sie berufstätig?

Zur Auswahl standen folgende Antworten:

- 1) ja
- 2) nein
- 3) weiß nicht

Berufstätigkeit



Beispiel: Auszug aus den Ergebnissen einer Onlineumfrage des Landkreises Uckermark unter freiwillig Engagierten (Mai 2021)

beantwortet hat, springt automatisch zur Frage 5. Möglich sind auch freie Textantworten auf einzelne Fragen. Hierbei ist jedoch zu bedenken, dass die Auswertung dieser freien Antworten viel Zeit in Anspruch nimmt und im Anschluss an die Umfrage nicht einfach als Diagramm veröffentlicht werden kann.

Für die Teilnehmer ist es sehr wichtig, zeitnah nach Abschluss der Umfrage auch über die Ergebnisse informiert zu werden. Hierfür sollten sowohl die Fragen als auch die Antworten präsentiert werden, wozu am besten übersichtliche Diagramme genutzt werden sollten.

Worüber man sich in jedem Fall bewusst sein sollte: Bei einer Umfrage werden immer Daten erhoben, wobei es egal ist, ob es sich um eine Terminabstimmung oder eine Evaluation handelt. Auch wenn lediglich die IP-Adresse eines Teilnehmers erfasst wird, handelt es sich um die Erfassung personenbezogener Daten. Aus diesem Grunde muss auch dann ein Hinweis auf die jeweilige **Datenschutzerklärung** gegeben werden.

Zudem sollte auf die Speicherung der Daten auf Servern in Deutschland bzw. der EU geachtet werden. Viele, auch kostenlos nutzbare Tools gibt es ebenfalls von deutschen Anbietern, deren **Server in Deutschland** stehen. Hinweise, welche Daten erhoben und weiterverarbeitet werden, finden sich in den jeweiligen Datenschutzerklärungen des Anbieters. Man sollte sich immer darüber im Klaren sein, dass keine Firma umsonst arbeitet. Das bedeutet, auch wenn die Umfragen kostenlos angeboten werden, ist nicht auszuschließen, dass die Gegenleistung in den Daten der Teilnehmenden und des Umfrage-Organisators besteht.

GELINGENSAKTOREN

- ✓ klares Ziel der Umfrage / Frage definieren
- ✓ Anreiz zur Beantwortung bieten
- ✓ Resultate veröffentlichen
- ✓ Bewerben: Mail, Soziale Medien, Presse
- ✓ direkte Möglichkeit zur Auswertung, unmittelbar
- ✓ Möglichkeit zur präsentablen Auswertung, z.B. Diagramme
- ✓ vordefinierter Zeitraum

STOLPERSTEINE

- ✗ offene Antworten (schwer auszuwerten)
- ✗ Zugang zur Umfrage nur online
- ✗ Datenschutz
- ✗ hilfreiche Antworten, aber kein repräsentatives Ergebnis

c) Anmeldesoftware

Schließlich benötigt man technische Hilfsmittel, um Veranstaltungen zeitsparend und professionell planen und managen zu können. Auch hierzu bieten digitale Plattformen verschiedene Funktionen an. Alternativ können digitale Unterstützungs- und Hilfsmittel natürlich auch selbst konzipiert und erstellt werden.

Für jede Veranstaltung kann ein individuelles und flexibles **digitales Anmeldeformular** erstellt werden. Es bietet sich an, dieses nicht in der eigenen Internetpräsenz „untergehen“ zu lassen und für die jeweilige Veranstaltung oder das Event eine eigene Seite mit ansprechender und klarer Gestaltung vorzusehen. Für die Veranstaltungen wird dann ein Link generiert, der auf der Webseite oder in Social Media eingebunden werden kann, was eine einfache und schnelle Anmeldung ermöglicht. Neben dem eigenen Logo und Banner können Fotos und Dateien auf der Eventseite hochgeladen werden. Nach erfolgreicher Anmeldung erhalten die Personen automatische Mails mit anpassbaren Texten für Buchungseingang, Zahlungseingang (wenn nötig) und Stornierung. Bei Bedarf ist auch die Einbindung eines Bezahlsystems oder der gebuchten Veranstaltungen in Mailprogrammen möglich. Um eine Überbuchung einer Veranstaltung zu verhindern, kann eine begrenzte Teilnehmerzahl eingestellt werden.

Ein Dashboard, das die relevanten Daten komprimiert und übersichtlich grafisch darstellt, gibt einen schnellen Überblick über Anmeldungen und Einstellungen für jedes Event. Hier können alle detaillierten **Anmeldedaten zu jeder Buchung** eingesehen und bearbeitet werden. Diese Anmeldedaten können zusätzlich gefiltert und exportiert werden, um auch nach der Veranstaltung alle Infos jederzeit abrufen zu können. Über die Funktion „Testmodus“ kann bei der Erstellung eines Events auch die Rolle des Nutzers eingenommen werden, um die Funktionalität zu testen.

→ Vorteile

- zeitsparende und professionelle Planung von Veranstaltungen
- individuell und flexibel für jede Art von Event
- Einbindung von Logos, Bannern, Fotos und Dateien
- Anmelde-link ermöglicht eine einfache Handhabung, Anmeldung durch Einbindung auf Homepage oder Social Media
- anpassbare automatische Mails nach erfolgreicher Anmeldung
- Einbindung von Outlook etc. möglich
- begrenzte Teilnehmerzahl möglich
- schneller Überblick über alle detaillierten Anmeldedaten

→ Nachteile

- IT-Sicherheit und Schutz vor Bedrohungen muss bei der Auswahl der Software beachtet werden.

5. Fazit

Die Digitalisierung bietet für Vereine vielfältige Möglichkeiten, um auf sich aufmerksam zu machen, mit Dritten ins Gespräch zu kommen und sich zu vernetzen. Digitale Angebote bieten eine gute Möglichkeit, Engagierte zu erreichen und Interessierte auf ein Ehrenamt aufmerksam zu machen sowie Netzwerke zu stärken. Zudem können durch den neuen und einfachen Kommunikationsweg Stolpersteine bei der Kontaktaufnahme abgebaut werden. Meistens geht es jedoch nicht nur um die reine Kommunikation, sondern um eine systematische **Moder-nisierung von Prozessabläufen** innerhalb der Organisation. So kann z.B. die Verwaltung der Mitgliedsdaten über spezielle Programme erfolgen und einige Veranstaltungen können in digitaler oder hybrider Form stattfinden. Onlineveranstaltungen ermöglichen das Zusammenkommen im digitalen Raum auch in Zeiten von Kontaktbeschränkungen oder dann, wenn lange Anfahrtswege die Zahl der Teilnehmer reduzieren. Zudem kann online flexibler geplant werden, da man sich nicht auf einen Veranstaltungsort mit gegebenen Kapazitätsgrenzen einigen muss.

Welches Medium sich für welches Format eignet, muss genau mit den eigenen Vorstellungen und den **gegebenen Rahmenbedingungen und Möglichkeiten** abgestimmt werden.

☐ Checklist: Schon probiert?

1. Hören Sie mal in den **Podcast** rein
2. Informieren Sie die Vereine über den **Newsletter**.
3. Welche **Formate der Onlineschulungen** gibt es?
4. Markt der **Möglichkeiten – Austauschformate/Kommunikation untereinander (Apps)**
5. Vereine im Griff mittels **Datenbank**
6. **die Meinung der Vereine zählt (Umfragen)**
7. Vereine und Organisationen gezielt ansprechen (**Datenbanken**)

Zudem gilt: **Nicht jedes digitale Format ist für jede Zielgruppe geeignet**. Hier gibt es deutliche Unterschiede im Nutzungsverhalten und unter den Adressaten. Hiermit muss man sich im Vorfeld auseinandersetzen, damit die mit der Nutzung verbundenen Ziele auch erreicht werden können.

Nicht überall müssen sämtliche digitalen Möglichkeiten ausgeschöpft werden. Vielmehr hängt die **richtige Auswahl** von den eigenen Zielen und der Zielgruppe ab. Überfordert man seinen Empfängerkreis oder betreibt alle Anwendungen nur halbherzig, kann dies schnell demotivieren und man erreicht genau das Gegenteil der ursprünglich guten Absicht.

Dabei dürfen auch **Aufwand und Kosten** nicht unterschätzt werden, um digitale Angebote langfristig zu etablieren. Besonders bei der Nutzung der Sozialen Medien ist eine Kontinuität notwendig, da man sonst schnell in Vergessenheit gerät. Es ist ratsam, sich im Vorfeld einige Themen für Beiträge zu überlegen, die man dann in regelmäßigen Abständen veröffentlicht.

Neben den Möglichkeiten der internen Datenverarbeitung und der Etablierung verschiedener Onlineformate, soll vor allem die **Möglichkeit der digitalen Kommunikation** hervorgehoben werden. Diese muss sich nicht nur nach innen richten, nach außen erleichtert sie die Kontaktaufnahme mit Vereinen und Initiativen und baut so mögliche Berührungspunkte ab. Mit speziellen Themenwochen oder Beitragsserien im Foto-, Video- oder Audioformat kann darüber hinaus der Fokus auf einen

bestimmten Bereich oder eine Tätigkeit des Ehrenamtes gerichtet werden, das durch dieses Herausstellen eine Würdigung erfährt. Kanäle in den Sozialen Medien können genutzt werden, um **Anerkennung, Dank und Wertschätzung** zu transportieren. Auch allgemeine Öffentlichkeitsarbeit kann eine Form der Wertschätzung und Anerkennung sein, wenn Vereine oder ehrenamtliche Strukturen dabei namentlich genannt werden. Hier kann bereits mit vergleichsweise geringen Mitteln eine Bühne für das Ehrenamt und dessen wichtige Rolle in der Gesellschaft geschaffen werden.

Doch auch die **Gefahr der Marginalisierung** z.B. beim so einfach erscheinenden Zugang (etwa durch unzureichendes Wissen oder mangelhafte Internetverbindung) sowie die Fallstricke des Datenschutzes sind zu beachten und mit passenden Antworten zu versehen. Ob man diese digitalen Hilfsmittel nutzen kann, sollte auf alle Fälle jeweils mit der **Datenschutzbeauftragten** abgestimmt werden. Nicht alle Datenschutzbeauftragte lassen eine Nutzung von Sozialen Medien zu. Auch Tools oder Softwarelösungen können aufgrund interner Sicherheitsbestimmungen abgelehnt werden. Die engagementfördernde Stelle muss somit abklären, was möglich und sinnvoll ist.

GELINGENSAKTOREN

- ✓ Kostenersparnis (es fallen keine Fahrt- und Übernachtungskosten etc. an)
- ✓ Zeitersparnis
- ✓ Vernetzung mit verschiedenen Akteuren
- ✓ einfacher Zugang
- ✓ Attraktivität
- ✓ gemeinsames Arbeiten an Projekten jederzeit möglich

STOLPERSTEINE

- ✗ schlechte Internetverbindung
- ✗ Datenschutz
- ✗ Cyber-Kriminalität (z.B. Hackerangriff)
- ✗ hohe Technikkosten
- ✗ Schulungsbedarf
- ✗ Einschränkung der persönlichen Kommunikation
- ✗ Ausschluß nicht digitalaffiner Zielgruppen

VII. Einbindung externer Akteure

Beteiligte Landkreise:
Emsland, Euskirchen, Oberspreewald-Lausitz,
Uckermark und Weimarer Land¹⁸

Vorab

Externe Akteure wie Freiwilligenagenturen, Mehrgenerationenhäuser, Leader-Aktionsgruppen, Bürgerstiftungen, Gemeinden, Unternehmen oder Förderprojekte können auf vielfältige Weise Unterstützer für das freiwillige Engagement sein. Durch sie ist es machbar, eine breitere Akzeptanz für die Engagementförderung zu erreichen. Die externen Partner können z.B. eine Vorbildfunktion für ähnliche Zielgruppen einnehmen. Darüber hinaus kann so auch Verständnis für die Relevanz des Themas geschaffen und damit einhergehend die Wertschätzung für das Ehrenamt gesteigert werden. Je mehr Akteure sich an der Förderung des freiwilligen Engagements beteiligen, desto sichtbarer wird der Prozess. In diesem Zusammenhang ist es ebenfalls möglich, das freiwillige Engagement, gemeinsam mit dem externen Akteur, als weichen Standortfaktor zu festigen.

Die Kooperationspartner können zudem als Experten ihres Fachgebiets in die Arbeit eingebunden werden. So können sie etwa für Qualifizierungs- oder Weiterbildungsangebote mit ihrem Know-how zur Verfügung stehen. Ein Wissenstransfer kann in jedem Fall auf beiden Seiten generiert werden. Nach und nach können nachhaltige Strukturen aufgebaut werden, indem Synergien genutzt und zielgerichtet eingesetzt werden.

Die Einbindung externer Akteure kann daher eine vielversprechende Chance sein, das Ehrenamt entscheidend zu unterstützen und zu stärken. Mehr noch: Es kann zu langfristigem und nachhaltigem Erfolg für die Engagementförderung führen. Die Anlaufstellen in den Landkreisen sollten sich demgemäß auch als Vernetzer verstehen, die externe Akteure einbinden und in Austausch bringen.

Welche Kooperationspartner mit in die Arbeit einbezogen werden, hängt in erster Linie von den eigenen Zielen ab. Was bezwecke ich mit der Einbindung des externen Akteurs? Welche Mehrwerte ergeben sich aus der Zusammenarbeit? Die Frage

nach dem Mehrwert stellt sich allerdings nicht nur für die eigene Arbeit. Auch der Mehrwert für den Kooperationspartner sollte im Vorfeld definiert werden. Was kann die Engagementförderung für den jeweiligen externen Partner leisten? Ratsam sind in diesem Zusammenhang Pro- und Contra-Listen, um geeignete Kooperationen auszuloten.

So vielfältig die externen Akteure sind, so breit gefächert können sich auch ihre Aufgabenfelder darstellen. Ein wichtiger Punkt in der Zusammenarbeit ist die Teilung der anfallenden Aufgaben. Dies sollte direkt zu Beginn einer möglichen Kooperation besprochen werden. Keinesfalls darf hier ein Konkurrenzdenken oder Kompetenzgerangel auftreten, die Zusammenarbeit dient der gegenseitigen Unterstützung und Entlastung. Doppelarbeiten müssen unbedingt vermieden werden.

Ein wichtiger Punkt ist außerdem in fast jedem Fall die Frage der Finanzierungsmöglichkeiten. Öffentliche Ressourcen sind oft nur schwer zugänglich, eine freie Nutzung dieser Mittel fast unmöglich. Aber auch auslaufende Förderprojekte ohne Perspektive erschweren den Strukturaufbau nachhaltiger Engagementförderung. Hier kann ein externer Partner ein wichtiger Faktor sein, um eine langfristige Stabilisierung des Ehrenamts zu gewährleisten. Der Aufbau eines Fördervereins ist nur ein Beispiel, um dauerhaft Partner zu binden und gleichzeitig finanzielle Sicherheit zu schaffen.

Der ehrenamtsunterstützende Landkreis muss nicht jede Hilfestellung und Unterstützungstätigkeit für das Ehrenamt selbst leisten. Es ist vielmehr sinnvoll, zum einen auf **bestehende Unterstützungsangebote** zurückzugreifen und mit bestehenden Institutionen vor Ort die Zusammenarbeit zu suchen. Dies vermeidet Doppelstrukturen, unnötige Konkurrenz und kann Synergien heben. Zum anderen sollte externer Expertensachverstand dort genutzt werden, wo er im ehrenamtsunterstützenden Landkreis nicht vorhanden oder zu schwach ausgeprägt ist. Schließlich können externe Akteure vielfach auch wertvolle Multiplikatoren darstellen.

Die Einbindung von externen Akteuren betrifft somit unterschiedliche Akteursgruppen und darf daher im Ansatz nicht zu eng gefasst werden. Sie reicht von behördlichen Partnern und anderen Institutionen vor Ort, die helfen, die Probleme der Ehrenamtlichen zu lösen, über Städte, Gemeinden und Bürgermeister als Kenner der Bedarfe Engagierter bis hin zu Multiplikatoren vor Ort, die Kooperation mit örtlichen Unternehmen und den Aufbau von Netzwerken.

18

Dieses Kapitel enthält die Arbeitsergebnisse von Cluster 6: „Einbindung von externen Akteuren wie der Wirtschaft u. a.“



1. Behördliche Partner

Die Umfragen zum Ehrenamt bestätigen eines immer wieder: Die bürokratischen Lasten werden als zu hoch empfunden. Soll das Ehrenamt unterstützt werden, ist daher einer der naheliegendsten Wege, hier anzusetzen. Um herauszufinden wo genau, hilft es, sich in die Lage der Ehrenamtlichen und Vereine hineinzusetzen und die auf sie einwirkenden bürokratischen Lasten, die in der Regel auf Gesetzen basieren, mit „ihrer Brille“ zu sehen.

Die wichtigsten Vorschriften für Vereine sind im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) einzusehen. Daneben sind die Regelungen des Vereinsrechts zu beachten. Die Regelungen zur Anerkennung als steuerbegünstigter Verein sind in der Abgabenordnung (AO) enthalten. Eine nicht unerhebliche Relevanz nehmen zudem die Gesetze aus dem Steuerrechtsbereich ein. Daneben gilt es auch noch den Versicherungsschutz im Ehrenamt zu beachten, Auflagen bei Veranstaltungen etc. müssen eingehalten werden.

Insgesamt betrachtet sind es eine Vielzahl von Handlungsvorschriften und Richtlinien, die von Ehrenamtlichen und gerade von Vereinsvorständen beachtet werden müssen. Sei es bei der Gründung eines Vereins, der formellen Organisation, der Haftung, beim Umgang mit Spenden, der Einhaltung der Datenschutzbestimmungen, der Buchführungs- und Aufzeichnungspflichten – ohne formale Akte ist eine ordnungsgemäße Ehrenamtstätigkeit nicht leistbar.

Dies kann abschreckend wirken und Personen von einer ehrenamtlichen Tätigkeit abhalten. Behörden sichern aber auch Kontinuität und Konsistenz und sorgen für Rechtssicherheit. Sie bieten oft auch Serviceleistungen, um Unsicherheiten im Umgang mit den rechtlichen Anforderungen abzubauen und bürokratische Hürden zu senken. Der Landkreis als ehrenamtsunterstützende Stelle kann hier eine wichtige **Brückenfunktion** übernehmen, indem etwa Kontakte hergestellt und in konkreten Angelegenheiten Unterstützung geleistet wird.

Blickt man auf die behördliche Seite, so stellt sich zunächst die Frage, welche Partner eigentlich für eine erfolgreiche Vereins- oder Ehrenamtstätigkeit erforderlich sind.

a) Wer sollte angesprochen werden?

Eine zentrale Behörde für das Ehrenamt ist ohne Frage das zuständige **Finanzamt**. Die Behörde, in deren Gebiet ein Verein seinen Vereinssitz hat, ist erste Ansprechpartnerin bei einer Vereinsgründung. Hier erfolgt die Prüfung der Satzungsbausteine, die Prüfung der Zweckverwirklichung zur Erlangung der möglichen Gemeinnützigkeit und es werden die Grundsätze für die zukünftige Besteuerung definiert, zur Erlangung einer Freistellungsbescheinigung.



Tipp: „Macht es nicht alleine – Engagementförderung braucht Partner!“

Von wesentlicher Bedeutung ist auch der Kontakt zum **Amtsgericht**. Im Regelfall ist der zuständige Rechtspfleger die erste Instanz ordentlicher Gerichtsbarkeit im Zusammenhang mit einer Vereinsgründung und einer rechtssicheren Vereinstätigkeit. Im Vereinsregister werden wichtige Tatsachen und rechtliche Verhältnisse des Vereins Außenstehenden transparent gemacht, zum Beispiel die Einzelheiten der Vertretungsberechtigung des Vorstandes.

Nach Landesrecht ist vielfach ein Teil der Ehrenamtlichen in der **gesetzlichen Unfallversicherung** versichert, insbesondere im sogenannten klassischen Ehrenamt. Aber was ist ein klassisches Ehrenamt? Gehöre ich zu dem Personenkreis ehrenamtlich Tätiger, die kraft Satzung unter Versicherungsschutz stehen? Wann ist der Versicherungsschutz im Ehrenamt beitragsfrei? Auch hier kann der Landkreis helfen, die relevanten Fragen zu klären.

Auch die **Berufsgenossenschaften** zählen an dieser Stelle zu den amtlichen externen Partnern. Als Träger der gesetzlichen Unfallversicherung haben sie die Aufgabe, präventiv auf Unfallgefahren hinzuweisen bzw. Unfälle zu verhüten und im Fall eines Unfallereignisses Leistungen zu erbringen. Zuständig für das Ehrenamt können die Verwaltungsberufsgenossenschaft, die Berufsgenossenschaft für Gesundheitsdienste und Wohlfahrtspflege oder die zuständige Unfallkasse des jeweiligen Landes sein.

Je nachdem, welchen Zweck eine gemeinnützige Organisation verfolgt, kommen auch die **Ausländerbehörde**, das **Bauamt**, das **Landesamt für Denkmalpflege**, das **Jobcenter** u. a. als externe Ansprech- und Kooperationspartner infrage.

b) Wie sollte angesprochen werden?

Um alle gesetzlichen Regeln korrekt einhalten zu können, benötigen die Ehrenamtlichen und vor allem der Vereinsvorstand ein umfangreiches fachliches Wissen. Zunehmend fällt es den Vereinsvorständen jedoch schwer, dafür die geeigneten Kräfte als Nachfolger zu finden. Umso mehr ist eine **konstruktive Kooperation mit den zuständigen Behörden** unumgänglich. Die Schaffung innovativer Verbindungen zwischen Fachbehörde und dem Ehrenamt durch den Landkreis kann für beide Seiten gewinnbringend und entlastend sein.

In erster Linie ist es wichtig, die für das Ehrenamt jeweils zuständigen **Ansprechpartner** einer Behörde auf kurzen Wegen und in übersichtlicher Form zusammenzustellen und sie den Ehrenamtlichen bekanntzumachen. In erster Linie ist die Kreisverwaltung in der Pflicht, dies zu leisten. Die Veröffentlichung der Kontaktdaten der wichtigsten externen behördlichen Institutionen im Ehrenamt ist eine Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Zusammenwirken.

Oftmals ist der Erstkontakt mit den Behörden der schwierigste Teil. Vereinen und ihren Vorstandsmitgliedern ist oft nicht bewusst, dass es Möglichkeiten für kostenlose Erstberatungen gibt. Eine Behörde gibt nicht nur Anweisungen, erlässt Auflagen oder erinnert an die Pflichten, sie ist in jedem Fall auch **Beraterin und Unterstützerin** bei der Bewältigung der Anforderungen. Eine anfängliche Distanz ist schnell kompensiert, wenn man erst einmal einen ersten Schritt aufeinander zugemacht hat. Deshalb gilt es, Barrieren abzubauen und Gespräche auf Augenhöhe und mit gegenseitiger Akzeptanz zu führen. Auch hier kann der Landkreis als ehrenamtsunterstützende Stelle eine wichtige Brückenstellung einnehmen.

→ Der Landkreis Oberspreewald-Lausitz kooperiert mit dem zuständigen Finanzamt.

In der Kooperation mit dem zuständigen Finanzamt im Landkreis Oberspreewald-Lausitz konnte beispielsweise eine Vereinbarung getroffen werden, nach der ein fachkundiger Mitarbeiter der Finanzbehörde kostenlos mindestens einmal jährlich eine Informationsveranstaltung zum aktuell gültigen Gemeinnützigkeitsrecht gibt.

Auch von anderen behördlichen Institutionen gab es diesbezüglich positive Rückmeldungen zu kostenlosen Beratungen oder anderen vergleichbaren Serviceleistungen. Nur landesweitartige Hilfsangebote leider zu selten unaufgefordert bei den Vorständen im Ehrenamt..

c) Gestaltung der Zusammenarbeit

Auch wenn z.B. das Finanzamt nicht verpflichtet ist Auskunft zu erteilen, stehen die Ansprechpartner für Vereinsrecht und Gemeinnützigkeit grundsätzlich für Fragen und unverbindliche Informationen zur Verfügung. Dies ist in den meisten Fällen kostenlos. Sie sind es, die bereits die Satzungen bei der Vereinsgründung geprüft haben, in den Folgejahren die Jahresabschlüsse kontrollieren und dadurch einen Einblick in die Geschäftstätigkeit eines Vereins haben. Hierbei muss ausdrücklich auch auf das gegenseitige Interesse an einer guten Zusammenarbeit hingewiesen werden. Für Finanzbeamte ist es oft auch in ihrem Bestreben, z.B. Fehler in der Satzungsgestaltung im Vorfeld zu vermeiden oder durch unsachgemäße Angaben die Anerkennung der Gemeinnützigkeit zu gefährden und damit langwierige Nacharbeiten zu minimieren.

Aufgabe für den ehrenamtsunterstützenden Landkreis kann hier im ersten Schritt sein, Transparenz herzustellen. Vielfach wissen die Ehrenamtlichen und Vereine nämlich nicht, welche Angebote ihnen zur Verfügung stehen. In einem zweiten Schritt kann der Landkreis dann etwa versuchen, Behörde, Ehrenamtliche und Vereine in einen direkten Austausch zu bringen.

d) Welche Methoden sollten angewandt werden?

Für einen bestmöglichen Austausch zwischen Fachbehörde und Ehrenamt ist eine einfach zugängliche, unkomplizierte und regionale Vernetzung zwingend erforderlich. Hierfür bieten sich als Ansatz- und Einstiegspunkt für den Landkreis die digitalen **Informationsplattformen** der Behörden an. Dort finden sich bereits maßgebliche Informationen, Erläuterungen zu Grundsatzfragen, Muster und Vorlagen zu Antragsstellungen, Kontaktdaten zu Ansprechpartnern, Verlinkungen zu fachkundigen Nebentstellen, Auszüge zu aktuellen Gesetzesänderungen oder Angebote zu aktuellen Broschüren. Hiervon ausgehend können dann die notwendigen Vertiefungen vorgenommen werden.

e) Mehrwert der Zusammenarbeit

Die folgende Tabelle fasst die Vorteile der Zusammenarbeit für das Ehrenamt einerseits, sowie für die Fachbehörde andererseits zusammen:



... für das Ehrenamt

- fachkundige Ansprechpartner zu konkreten Themen aus der Vereinspraxis vor Ort
- kostenloser Beratungsservice
- zeitnahe Kenntnis zu aktuellen Gesetzesänderungen
- Schutz vor Fahrlässigkeit im Umgang mit Rechtsvorschriften
- Begrenzung von Risiken
- Stetigkeit und Verlässlichkeit in der Ansprache
- Erwerb von Broschüren und Publikationen

2. Einbindung von Städten und Gemeinden

a) Wer sollte angesprochen werden?

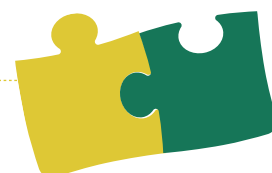
Für eine Stärkung des Ehrenamts im Landkreis ist es sinnvoll, auch die Vernetzung gemeindlicher **Vertreter innerhalb eines Landkreises** zu fördern – von der Amtsleiterin in den einzelnen Gemeinden über die Bürgermeister der Städte möglichst bis hin zu jedem Ortsvorsteher. Es ist sinnvoll, diesen Personenkreis anzusprechen, weil er meist sehr gut in seinem gemeindlichen Bereich verwurzelt und dort über alle Strukturen, auch die ehrenamtlichen, informiert ist. Dies hat zwei Vorteile: Zunächst können die Gemeinden und die dort handelnden Personen als Kanal und Multiplikator bei der Weitergabe von Informationen der engagementunterstützenden Stelle des Landkreises genutzt werden. Aufgrund der persönlichen Nähe erhöht sich so die Chance, dass die Informationen auch direkt bei den Engagierten ankommen. Zum anderen gilt auch umgekehrt für die ehrenamtlich Engagierten, dass sie so klar vor Augen haben, wen man bei Fragen rund ums Ehrenamt kontaktieren kann.

b) Wie sollte angesprochen werden?

Es empfiehlt sich, mit Beginn des Aufbaus einer engagementfördernden hauptamtlichen Stelle auf Landkreisebene die Städte, Gemeinden, Bürgermeister und Ortsvorsteherinnen zu kontaktieren. Es ist hilfreich, überall im Landkreis einen Ansprechpartner zu haben. Außerdem gewinnt man auf diesem Wege potenzielle Multiplikatoren dafür, die Angebote der hauptamtlichen Stelle zur Stärkung des Ehrenamtes möglichst weiträumig zu streuen. Es ist von daher ratsam, sich und sein Aufgabengebiet bei allen Städten und Gemeinden vorzustellen. Hierzu vereinbart man am besten einen Termin mit den jeweiligen Bürgermeistern oder Amtsdirektoren der Gemeinden für eine **persönliche Vorstellung**. Je nach Größe gibt es

... für die Behörde

- Reduzierung/Ausschluss von fehlerhaften Antragsstellungen
- Minderung von Nacharbeiten
- direkter Kontakt zum Vorstand zur zeitnahen Abarbeitung von Fragestellungen
- Kenntnis über aktuelle Schwerpunkte in der Vereinspraxis
- Mitarbeit an Studien zu weniger Bürokratie im Vereinsrecht





Frederik Beyer

Bürgermeister Angermünde, Landkreis Uckermark

„Das Leben und die Lebensqualität in Angermünde werden entscheidend von den örtlichen Vereinen, Gemeinschaften und Organisationen mitgestaltet, die es schaffen, generationenübergreifend ein breites Angebot für Sport, Freizeit, Kultur und Soziales anzubieten. Ohne Ehrenamt geht in diesen Bereichen eigentlich gar nichts. Das wissen wir als Stadt natürlich und versuchen an unterschiedlichen Stellen zu unterstützen, da, wo es für uns möglich ist. Die Ehrenamtskoordination des Landkreises hilft uns bei dieser Unterstützung. Hier erhalten wir viele wichtige Informationen, die wir dann an alle Akteure weitergeben können.“

eventuell einen direkten Ansprechpartner für das Ehrenamt in der Stadt oder Gemeinde, dem man sich ebenfalls persönlich vorstellen sollte.

Je nach Einschätzung der Bürgermeisterin oder des Amtsdirektors könnte möglicherweise eine weitere persönliche Vorstellung in bereichsnahen Ausschüssen, Gremien oder bei Ortsvorsteherversammlungen erfolgen. Die **erste Kontaktaufnahme** kann daher formell per Telefon oder E-Mail erfolgen, die Vorstellung jedoch möglichst persönlich. Bei jeder Ansprache ist immer zu bedenken, dass man die vorhandenen Strukturen, die bereits geschaffen wurden, respektiert. Kommunen agieren eigenständig und es sollte immer klargestellt werden, dass man nicht in Konkurrenz zu bereits bestehenden Strukturen treten möchte, sondern den Gemeinden durch die Zusammenarbeit ein Mehrwert entsteht.

c) Welche Methoden sollten angewandt werden?

Die Zusammenarbeit besteht in der Hauptsache darin, sich gegenseitig zu informieren und miteinander zu kommunizieren. Wichtig ist es, die Verbindung dauerhaft und vertrauensvoll aufrechtzuerhalten.

Es bietet sich an, die **Städte und Gemeinden als Multiplikatoren** einzubinden. So können sie die ehrenamtsfördernden

Stellen im Landkreis über ihre eigenen Pressestellen bei der Öffentlichkeitsarbeit unterstützen. Über diesen Weg gelangt die Information im Idealfall auch zu jedem Ortsvorsteher im Landkreis. Je nach Einschätzung des jeweiligen Ortsvorstehers kann es an die jeweiligen Bewohner oder Interessierte weitergeleitet werden. Auf diese Weise erreicht man deutlich mehr Engagierte.

Des Weiteren kann man über die einzelnen Gemeinden und Städte gegebenenfalls einen **Artikel im jeweiligen Amtsblatt** veröffentlichen. Über die Ortsvorsteher könnte man diese Artikel sogar in Bekanntmachungskästen verbreiten. So erreicht man praktisch jeden Haushalt eines Landkreises. Diese Methode der Ansprache gilt es vor allem dann zu nutzen, wenn eine Information so relevant ist, dass sie möglichst auch allen Einwohnern zugehen sollte – z.B. wenn eine wichtige Umfrage unter den Bewohnern durchgeführt wird oder kostenlose Seminare oder Workshops angeboten werden.

Da diese Wege **in beide Richtungen** nutzbar sind, können Aufrufe zu unterschiedlichen Aktionen wie Fotowettbewerben, Umfragen, speziellen Angeboten etc. schnell und gegenseitig geteilt und beworben werden. Das ermöglicht es mehr Personen, an den jeweiligen Angeboten teilzuhaben. Die gegenseitige Information kann auf sehr unterschiedlichen Wegen erfolgen: regelmäßig stattfindende „Runde Tische“, die Versendung eines Newsletters oder der regelmäßig persönliche Besuch bestimmter Gremien oder Beiräte. Hier sollte man mit den Partnern einen für alle Beteiligten guten Weg wählen.

Man kann über die Zielgruppe der Gemeinden und Städte möglicherweise auch spezielle **weitere Zielgruppen** erreichen. Das ist etwa dann möglich, wenn die Städte oder Gemeinden selbst verschiedene Soziale-Medienkanäle im Einsatz haben. So kann man über diesen Weg Empfängerkreise bespielen, die die eigene hauptamtliche Stelle nicht bedient. Da man je nach Kanal bestimmte Zielgruppen erreicht, könnte man so gezielt eine bestimmte Personengruppe ansprechen.

Eine andere Möglichkeit der Zusammenarbeit sind **Veranstaltungen und Projekte**. Die Organisation eines Stadtfestes könnte gemeinsam erfolgen, bei dem ehrenamtliche Kräfte erst gemeinsam gesucht und später beim Auf- und Abbau eingesetzt werden. Oder es kann eine Veranstaltung mit einer Gemeinde oder Stadt gemeinsam geplant und durchgeführt werden, so z.B. zur Anerkennung und Würdigung ehrenamtlich tätiger Personen. Es ist auch denkbar, dass Räumlichkeiten je nach Bedarf gegenseitig zur Verfügung gestellt werden. So kann eine Ausstellung zur Anerkennung und Würdigung von Ehrenamtlich in allen Städten und Gemeinden gezeigt werden, oder Beratungen von Vereinen und Engagierten können in deren Nähe erfolgen.

d) Mehrwert der Zusammenarbeit

Die folgende Tabelle fasst die Vorteile der Zusammenarbeit für die gemeindliche Ebene einerseits sowie die ehrenamtsunterstützende Stelle auf Landkreisebene andererseits zusammen. Eine Zusammenarbeit kann somit

Synergien zur Stärkung der Zivilgesellschaft schaffen. Man teilt sich vorhandene Ressourcen und gewinnt effektiv mehr Akteure und eine größere öffentliche Wahrnehmung.

... für die Städte und Gemeinden

- können ihre Vorstellungen und Wünsche in die Tätigkeit der Ehrenamtskoordination mit einbringen, da Ortsvorsteher „ihre“ Engagierten und Vereine und deren Bedarfe in der Regel sehr gut kennen
- gezielte thematische Zusammenarbeit, z.B. bei der Organisation von Veranstaltungen
- Unterstützung im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit, z.B. durch das Publizieren von Veranstaltungen oder Projekten
- profitieren durch die Stärkung des Ehrenamtes in ihrer Stadt oder Gemeinde durch die Stärkung sozialer Strukturen
- Fördermittel können leichter in den Ort geholt werden
- Ehrenamt ist ein positiver Standortfaktor: Wer sich wohlfühlt, bleibt!
- fachlich kompetente Ansprechpartner zum Themenbereich Ehrenamt, (neue Anerkennungs- und Würdigungsformate, Fördermittelberatung, Schulungsangebote etc.)
- Räumlichkeiten der Städte und Gemeinden können für Beratungen Engagierter oder für Seminare bereitgestellt werden, damit die ohnehin schon ehrenamtlich tätigen Personen keine langen Wege zurücklegen müssen

... für die Ehrenamtskoordination

- man hat in jedem Ort einen direkten Ansprechpartner
- Unterstützung beim Aufbau einer Datenbank für Vereine oder anderer Engagementstrukturen – auch diejenigen, die nicht im Internet vertreten oder als Verein organisiert sind
- eine breite Öffentlichkeit wird erreicht (Amtsblätter, Bekanntmachungskästen, Soziale Medien etc.)
- über Bürgermeister oder Amtsdirektoren lassen sich häufig erste Kontakte zu weiteren Partnern für die Zusammenarbeit im Bereich des Ehrenamtes herstellen (Wirtschaftsunternehmen, Freiwilligenagenturen oder andere engagementfördernde Strukturen, aber auch Kindergärten und Schulen)
- engagementfördernde Stellen werden bekannter und somit wird deren Netzwerk an Engagierten, aber auch Partnern des Ehrenamtes größer

e) Wie kann Zusammenarbeit gestaltet werden?

Gemeinden, Städte und Bürgermeister kennen „ihre“ ehrenamtlich Tätigen sowie die aktiven Vereine in der Regel sehr gut. Sie wissen um deren Bedarfe und können so die hauptamtliche Stelle bei ihrer Tätigkeit gut unterstützen. Es empfiehlt sich, einen regelmäßigen Austausch zu suchen, damit man sich gegenseitig über neue Vorhaben im Zusammenhang mit der Stärkung ehrenamtlicher Strukturen informieren und diese Vorhaben gemeinsam voranbringen kann. Hier gilt es natürlich unbedingt Angebotsüberschneidungen zu vermeiden. Ein wichtiger Faktor der Zusammenarbeit ist eine gute und sinnvolle Kommunikation und gegenseitige Verlässlichkeit. Es kann auch ein Beratungs- oder Seminarangebot mit Hilfe der Gemeinden und Bürgermeister erstellt werden, das maßgeschneidert die Bedürfnisse vor Ort unterstützt.



Tip: Es benötigt Zeit, um Kontakte aufzubauen und weitergehend zu pflegen, bis eine effektive und vertrauensvolle Unterstützung in beide Richtungen erfolgen kann.

3. Einbindung von Unternehmen

a) Wer sollte angesprochen werden?

Eine weitere wichtige Zielgruppe bei der Suche nach einer möglichst breiten Unterstützung des Ehrenamts sind die Geschäftsführer oder Vorstände von **ortsansässigen und regionalen Wirtschaftsunternehmen**. Gerade in den ländlichen Räumen gibt es eine Vielzahl von familiengeführten Unternehmen, die in ihrer Heimat verwurzelt sind und sich ihr verbunden fühlen. Es sollte dabei in der Ansprache zwischen Unternehmen, die das Ehrenamt bereits aktiv fördern und solchen, die bislang noch nicht in derartige Prozesse eingebunden sind, unterschieden werden. Unternehmer, die selbst ehrenamtlich engagiert sind, können mit Blick auf die Ehrenamtsunterstützung von Vorteil sein, wollen aber möglicherweise in den eigenen Strukturen bleiben oder haben Vorbehalte gegenüber einer Zusammenarbeit mit einer hauptamtlichen, ehrenamtsunterstützenden Stelle des Landkreises. Schließlich können auch ehemalige Führungskräfte oder Politiker a. D. angesprochen und eingebunden werden.

b) Wie sollte angesprochen werden?

Die Kommunikation mit Wirtschaftsunternehmen sollte sehr **zielorientiert und effektiv** erfolgen. Hintergrundinformationen zum ausgewählten Unternehmen sind unabdingbar. Über Rahmenbedingungen wie aufzubringende Zeit und Finanzen sollte direkt zu Beginn aufgeklärt werden. Wichtig ist die persönliche Adressierung der Ansprache. Es sollte deutlich werden, dass z.B. das Anschreiben nicht als Serienbrief erstellt wird.

Unternehmer, die selbst ehrenamtlich engagiert sind, können auch durch einen gezielten Aufruf auffindig gemacht werden. Diese Personengruppe kann ein **Vorbild für andere wirtschaftliche Akteure** sein. Zudem können diese in andere vorliegende Konzepte eingebunden werden, z.B. als Referenten für weitere Qualifizierungsmaßnahmen oder als Vergünstigungsgeber für eine Ehrenamtskarte.

Ehemalige Führungskräfte und Politiker a. D. kann man durch eine aktive Ansprache und entsprechende Werbeaktionen gewinnen. Hierbei sollten Möglichkeiten einer ehrenamtlichen Tätigkeit aufgezeigt und die intrinsische Motivation angesprochen werden.

In Gesprächen sollte geklärt werden, welche Leistungen gegenseitig erbracht werden können und auf welchen Aufgabengebieten die Prioritäten einer Zusammenarbeit liegen sollten. Hierbei ist eine klare Formulierung, welche **Erwartungshaltung** man an den Kooperationspartner stellt, zwingend notwendig. Zudem muss ein zeitlicher Rahmen zur Kooperation festgelegt werden, z.B. eine Unterstützung auf Probe, auf eine bestimmte Zeit oder dauerhaft.

Wichtig ist auch hier die gegenseitige Wertschätzung und damit einhergehend die Grenzen des Gegenübers zu kennen und zu akzeptieren.

Beispiele von Kooperationsansätzen können etwa sein:

- Eine **Plattform für Sachspenden** als eine Art „Schwarzes Brett“ wird eingerichtet. Technische Geräte und Mobiliar, die von Wirtschaftsunternehmen nicht mehr genutzt werden, können so ihren Besitzer wechseln und erleichtern oft in gemeinnützigen Organisationen und Vereinen die Arbeit. Zum Teil können sie auch zusätzliche Projekte ermöglichen. So verhilft etwa ausrangierte Hardware einem Seniorenzentrum zur Umsetzung eines Computerkurses. Auch die Bereitstellung ungenutzter Räumlichkeiten ist z.B. für Kunstausstellungen oder Vereinssitzungen sehr gefragt.



Dr. Rolf Engels

Vorsitzender der Westfalen Sport-Stiftung

„Mehr und mehr Unternehmen verstehen sich als Agierende innerhalb des Gemeinwesens. Aus diesem Verständnis von ‚Corporate Citizenship‘ erwächst eine Kraft, die in vielfältigen Formen des bürgerschaftlichen Engagements direkt unterstützen kann. In vielen Fällen fehlt es jedoch an Gelegenheiten, bei denen sich Unternehmen und vom Ehrenamt getragene Organisationen begegnen. So bleibt es oft bei Unkenntnis und Vorurteilen über ‚die anderen‘. Kommunale Ansprechstellen könnten diese fatale Lücke schließen, indem sie unternehmerisches Engagement ermitteln und mit den Bedarfen des Gemeinwesens koordinieren.“

- **Engagementpraktikum:** Die Zielgruppe hier sind vorrangig Auszubildende. Bei dieser Art von Praktikum werden sie durch die Freistellung von den Unternehmen über einen bestimmten Zeitraum von beispielsweise einer Woche in einer sozialen Einrichtung in die Lage versetzt, eine andere Arbeits- und Lebenswelt kennenlernen. Ziel dabei ist es, dass die Auszubildenden für das Gemeinwohl und bürgerschaftliche Engagement nicht nur sensibilisiert, sondern auch motiviert werden.

→ Landkreis Emsland: Individuelles Coaching für Vereine zum Thema Unternehmenskooperationen

Der Landkreis Emsland bietet gemeinsam mit dem „Netzwerk Ehrenamt“ fünf Vereinen ein professionelles und vor allem individuelles Coaching zum Thema „Unternehmenskooperationen“ an. Nach einem gemeinsamen Auftakt aller fünf Vereine, bei dem die Basics zum Thema vermittelt werden (z.B. „Was sind Unternehmenskooperationen?“, „Welches Selbstverständnis steht hinter Unternehmenskooperationen?“ und „Was ist der Gewinn für beide Seiten?“), findet ein mehrstündiges Coaching mit jedem einzelnen Verein statt. Für das Coaching konnte ein professioneller Partner gewonnen werden, der bereits über mehrjährige Erfahrung im Bereich der Beratung von sowohl Unternehmen als auch von NPOs verfügt. Der professionelle Partner plant gemeinsam mit dem Verein Maßnahmen, die je nach örtlicher Unternehmensstruktur und Zielsetzung des Vereins vor Ort umsetzbar sind und begleitet sie ein Stück weit im Prozess der Umsetzung.

- **Veranstaltung „Pluspunkt“:** Vertreter von Wirtschaftsunternehmen und gemeinnützigen Organisationen sollen zusammenkommen, um Kontakte zu knüpfen und Engagement-Kooperationen vereinbaren. Der ehrenamtsunterstützende Landkreis kann hier eine „Maklerrolle“ übernehmen und einen „Marktplatz“ bereitstellen. Auf diesem Marktplatz können gemeinnützige Organisationen und Vereine ihre vielfältigen Möglichkeiten des Engagements präsentieren und Wirtschaftsunternehmen aufzeigen, wo Unterstützung gefragt ist. Die Unternehmen können dann entscheiden, ob, in welchem Umfang und mit welchen Ressourcen sie ihre Unterstützungen im Bereich des ehrenamtlichen Engagements anbieten

möchten. Den beiden Kooperationspartnern ist es freigestellt, ob die Vereinbarung zwischen ihnen dabei auf einen einmaligen Einsatz begrenzt wird oder ob sich langfristige Partnerschaften aus der gemeinsamen Zusammenarbeit entwickeln sollen. Bei dieser ehrenamtlichen Unterstützung für gemeinnützige Organisationen geht es nicht um Geldspenden, sondern ausschließlich um das jeweilige Engagement und Tatkräftige, die mit anpacken. Herausragende Kooperationen können beim folgenden „Pluspunkt“ in Eröffnungsreden oder durch die Öffentlichkeitsarbeit aufgegriffen und einem breiten Publikum sichtbar gemacht werden

c) Welche Methoden sollten angewandt werden?

Unternehmen, die bereits einen großen **Beitrag zum ehrenamtlichen Engagement** leisten, können auf unterschiedlichen Plattformen dargestellt werden. Social-Media-Kanäle können sinnvoll sein, um über betreffende Unternehmen zu berichten. Vorrangig sollten dies jene Unternehmen sein, die ihre ehrenamtlich tätigen Mitarbeiter unterstützen und z.B. vom Dienst freistellen, wenn es notwendig ist. Dieses Vorgehen kann insbesondere im Bereich der nicht-polizeilichen Gefahrenabwehr von enormer Bedeutung sein.

Über verschiedene Wege der Öffentlichkeitsarbeit können Wirtschaftsunternehmen die Chance erhalten, ihre „gute Tat“ **für die Öffentlichkeit sichtbar** zu machen. Engagierte Unternehmen könnten vom Landkreis im Rahmen einer Preisverleihung darüber hinaus für ihren Einsatz mit einer kleinen Auszeichnung geehrt werden.

d) Mehrwert der Zusammenarbeit

Die nachstehende Tabelle fasst die Vorteile der Zusammenarbeit und Einbindung für die Wirtschaftsunternehmen einerseits sowie die ehrenamtlichen Organisationen andererseits zusammen:

... für die Wirtschaftsunternehmen

- erhalten einen guten Überblick über das lokale ehrenamtliche Engagement
- fördert Teamentwicklungsprozesse und soziale Kompetenzen
- fachliche und persönliche Weiterentwicklung der Mitarbeiter
- Positionierung als attraktive Arbeitgeber
- Wahrnehmung der „guten Tat“, auch seitens der Kunden
- Corporate Citizenship ohne den Einsatz von Geld
- positives Marketing für das Unternehmen
- Präsenz in der Öffentlichkeit

... für ehrenamtliche Organisationen

- erhalten Unterstützung bei ihren Aufgaben und Tätigkeiten
- bestehende Angebote und Projekte können unterstützt werden
- neue Projekte können entwickelt werden
- Eingehen von Partnerschaften
- neue Impulse über die Kontakte mit Wirtschaftsunternehmen
- mögliche Gewinnung von neuen Ehrenamtlichen
- Marketing für das Unternehmen
- Präsenz in der Öffentlichkeit

4. Einbindung von Kreis- und Landesverbänden

a) Wer sollte angesprochen werden?

Um Vereine und auch ehrenamtlich tätige Organisationen besser zu erreichen und Doppelarbeiten sowie Konflikte zu vermeiden, ist es sinnvoll, die vorhandenen Kreis- und Landesverbände **in die ehrenamtsunterstützende Arbeit und Kommunikation einzubeziehen**. Hierbei muss jedoch darauf geachtet werden, dass nicht jede ehrenamtlich aktive Gruppierung einen organisierten Kreis- oder Landesverband hat. Vereine und Organisationen ohne Dachverband sind in der Regel schwerer zu erreichen. Ebenfalls ist es möglich, dass die Ebene des Kreisverbandes nicht existiert und demnach der übergeordnete Landesverband zuständig ist.

b) Wie sollte angesprochen werden?

Kreis- und Landesverbände weisen in der Regel bereits bei Kontaktaufnahme eine feste Struktur und eigene Vorstellungen auf. Sie sind zuallererst **Dienstleister für ihre Vereine und die ehrenamtlich Tätigen**. Diese haben zumeist eine Mitgliedschaft im dazugehörigen Kreis- oder Landesverband. Aus diesem Grund muss die Ansprache sehr sensibel und zielgenau durchgeführt werden. Gerade wenn etwa beim Landkreis neue ehrenamtsunterstützende Strukturen geschaffen oder ausgebaut werden, kann es insbesondere in diesem Arbeitsfeld schnell zu Missverständnissen kommen.

Kreis- und Landesverbände arbeiten zumeist mit einem ehrenamtlich geführten Vorstand und je nach Größe mit einer hauptamtlich geführten Geschäftsstelle. Sind diese Ebenen vorhanden, sollte sich die Ansprache immer an den entsprechenden **Verbandsvorsitzenden** richten. Hierfür ist eine entsprechende Vorrecherche notwendig. Der Vorsitzende ist Teil des Vorstandes nach § 26 BGB und vertritt diesen zumeist im Innen- und Außenverhältnis. Gemeinsam mit dem Vorstand wird er entscheiden, ob die entsprechenden Themen auf die Arbeitsebene delegiert werden und ob eine gemeinsame Zusammenarbeit entstehen kann.

c) Welche Methoden sollten angewandt werden?

Eine Zusammenarbeit kann nur auf einer vertrauensvollen Ebene erfolgen. Wichtig ist es, vor allem den **Mehrwert der Zusammenarbeit** darzulegen. Da in den Kreis- und Landesverbänden die Strukturen bereits vorhanden sind, muss man gemeinsam sondieren, auf welchem Themenfeld Ressourcen gebündelt werden können und wo Unterstützung notwendig ist. Ebenfalls ist es möglich, neue Themenfelder gemeinsam zu bearbeiten.



Kreis- und Landesverbände reagieren in der Regel höchst unterschiedlich auf die Implementierung neuer hauptamtlicher Strukturen zur Stärkung des Ehrenamts. Umso wichtiger ist es, diese gleich von Beginn an mit einzubeziehen. Es darf in diesem Bereich zu **keinem Konkurrenzdenken** kommen. Daher ist es wichtig, diesen Strukturen die entsprechende Wertschätzung entgegenzubringen.

Kreis- und Landesverbände pflegen den regelmäßigen Kontakt zu ihren Mitgliedern. Somit sollten diese Strukturen auch als **Multiplikatoren** für das Verbreiten von Informationen und Angeboten angesehen werden.

In der Gestaltung der Zusammenarbeit muss zudem zwischen der **Kreis- und Landesebene unterschieden** werden. Kreisverbände sind in der Regel auf der gemeinsamen regionalen Ebene sehr gut vernetzt, Landesverbände agieren überregional.

Im Optimalfall erfolgt die Kontaktaufnahme aus der Behörde heraus. Hilfreich ist es hier, wenn die entsprechenden Stellen mit ihren Kreis- und Landesverbänden bereits bekannt sind. Andernfalls ist eine **detaillierte Recherche** notwendig. In einem gemeinsamen Gespräch sollte dann über die Art und Weise der zukünftigen Zusammenarbeit gesprochen werden. Die grundsätzlichen Vorgaben sollten dabei vom Kreis- bzw. Landesverband kommen. Die Einhaltung der Absprachen ist im Hinblick auf eine langfristige Zusammenarbeit zwingend erforderlich.

Die **Erarbeitung eines gemeinsamen Strategiepapers** ist Grundlage für eine langfristige Zusammenarbeit. Es beinhaltet arbeitsrelevante Schnittpunkte und gemeinsame Inhalte, welche im Rahmen der Zusammenarbeit umgesetzt werden.

d) Mehrwert der Zusammenarbeit

Die folgende Tabelle fasst die Vorteile der Zusammenarbeit für die Kreis- und Landesverbände ehrenamtlichen

Organisationen einerseits sowie die ehrenamtsunterstützende Stelle auf Landkreisebene andererseits zusammen:

... für Kreis- und Landesverbände

- Schnittstelle zur Kommunalverwaltung
- Multiplikator von landkreisrelevanten Informationen
- strukturübergreifender Netzwerkpartner
- Multiplikator für Informationen und Veranstaltungen
- Beratung und Qualifizierung auch für die eigenen Mitglieder

... für Ehrenamtskoordination

- feste Ansprechpartner
- Zusammenarbeit mit bestehenden Strukturen und Untergliederungen
- belastbare Kontakte in die ehrenamtliche Basis
- kein Aufbau eigener Datenbanken notwendig
- Gewinnung von Multiplikatoren

5. Netzwerkarbeit

a) Wer sollte angesprochen werden?

Bei der Zusammenarbeit mit externen Akteuren dürfen die losen Zusammenschlüsse und Kontakte nicht aus dem Blick verloren werden. Sie sollten als Netzwerke planvoll in die Unterstützung des Ehrenamts eingebunden werden.

Bei der Zusammenarbeit in Netzwerken gibt es verschiedene Zielgruppen. Berücksichtigt werden muss bei der **Einbindung oder Einrichtung eines Netzwerks**, welche Personen, Einrichtungen etc. dort zusammengefasst sind bzw. werden sollten. Wichtig ist es, dass der ehrenamtsunterstützende Landkreis für sich selbst eine Zielformulierung für das Netzwerk erstellt. Im Netzwerk muss sodann ebenfalls eine Verständigung über die gemeinsamen Zielsetzungen sowie die angestrebte Arbeitsweise erfolgen: Soll es ein Arbeitsgremium sein, darf die Zahl der Mitglieder eine arbeitsfähige Größe nicht überschreiten.

Die Netzwerke können **themenspezifisch** gegründet werden (Lebensqualität im Alter, Suchtprävention, Arbeit mit Geflüchteten), Einrichtungen einer Art zusammenfassen (Freiwilligenagenturen, Seniorenservicebüros, Mehrgenerationenhäuser, kommunale Ansprechpartner o.ä.) oder auch allgemein ansprechen, wer sich mit dem Thema Engagementförderung befasst (Kreissportbund, Wohlfahrtsverbände, Kirchen etc. in einem Netzwerk). Bei letzterem Netzwerk muss allerdings darauf geachtet werden, dass die Gliederung nicht zu kleinteilig wird. Als kreisweit tätige Engagementförderstelle sollten auch die Netzwerkpartner möglichst Kreisverbände, Bezirksverbände o.ä. sein (z.B. nicht jeder Sportverein kann Mitglied im Netzwerk sein, wohl aber der Kreissportbund als Sprachrohr nahezu aller Sportvereine).



Marc-André Burgdorf

Landrat Landkreis Emsland

„Netzwerkarbeit ist gerade in Flächenlandkreisen ein Garant für den Erfolg kommunaler Engagementförderung. Wie sonst kann man als zentrale Verwaltung den Kontakt zur Basis in allen Regionen halten? Unsere Netzwerke sind der kurze Draht zu den Ehrenamtlichen vor Ort und zurück zum Ehrenamtsservice – Informationen und Wünsche fließen in beide Richtungen. Netzwerkarbeit ist definitiv für alle Beteiligten ein Gewinn. Gemeinsames Arbeiten verhindert Konkurrenz und Doppelstrukturen, schafft Vertrauen und ermöglicht eine größere Angebotspalette – alles zugunsten des freiwilligen Engagements, das es unbedingt zu unterstützen gilt!“

b) Wie sollte angesprochen werden?

Die Ansprache **hängt von der Zielgruppe ab**. Sollen nur bestimmte Vertreter in den Netzwerken mitarbeiten, sollten sie persönlich angesprochen und zur Mitarbeit eingeladen werden. Bei offenen Netzwerken ist auch eine Einladung per Sammelmail oder per öffentlicher Ausschreibung in Presse, Social Media oder Newsletter denkbar. Je offener die Werbung ist, desto geringer ist die Sicherheit, wer und wie viele der Einladung folgen.

c) Welche Methoden sollten angewandt werden?

Je nach Zielsetzung des Netzwerkes sollte auch die Zusammenarbeit gestaltet werden. Die Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Netzwerken zeigt, dass es verschiedene Ausrichtungen geben kann. Hier sollen nur einige genannt werden, mit denen bereits Erfahrungen gesammelt wurden. Mischformen und Erweiterungen sind natürlich denkbar.

(1) Netzwerke zur Informationsweitergabe

In diesen Netzwerken werden durch die Stelle zur Engagementförderung vor allem Informationen an die Mitglieder weitergegeben. Die Koordination und Leitung des Netzwerkes obliegt der ehrenamtsunterstützenden Stelle in der Kreisverwaltung. Informationen werden gesammelt und für die Sitzung aufbereitet. Die Mitglieder bringen ihrerseits Informationen aus ihren Einrichtungen, Bereichen etc. mit.

(2) Netzwerke zum Austausch und zur kollegialen Beratung

Neben der Informationsweitergabe sind in vielen Netzwerken der Austausch von Ideen und Impulsen sowie der fachliche Austausch und die kollegiale Beratung untereinander besonders wertvoll. Dies betrifft vor allem Netzwerke, in denen Einrichtungen eines Bereiches zusammenkommen. Das Rad braucht nicht immer neu erfunden werden. Ideen von anderen können übernommen und Erfahrungen anderer berücksichtigt werden.

(3) Netzwerke zur aktiven Zusammenarbeit:

Einige Netzwerke nutzen die Zusammenarbeit, um gemeinsame Maßnahmen zu erarbeiten und gemeinsam „Lobbyarbeit“ pro Freiwilligenengagement zu betreiben. Hier treten Informations- und Erfahrungsaustausch in den Hintergrund. Es wird intensiv an einem Thema gearbeitet und hierzu Maßnahmen wie Fachtage, Broschüren etc. entwickelt, in die sich die Mitglieder aktiv auch fachlich einbringen. Die in diesen Netzwerken entstehenden Ergebnisse kommen den freiwillig Engagierten zugute.

Die **Frequenz der Sitzungen** der Netzwerke hängt auch von der inhaltlichen Gestaltung der Zusammenarbeit ab. Geht es um die reine Informationsweitergabe und den Austausch von Ideen o.ä., reichen womöglich zwei Treffen pro Jahr. Bei der Erarbeitung von Maßnahmen zu einem speziellen Thema erhöht sich die Frequenz abhängig vom Arbeitspensum. Liegt die Koordination des Netzwerkes in den Händen der Kreisstelle, ist vor allem eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe möglich und wünschenswert, sodass alle Mitglieder ihre Ideen, Impulse, Wünsche einbringen können.

Je nach Zielsetzung und Größe der Netzwerke kann die Zusammenarbeit ausgelegt werden. Persönliche Treffen mit möglicherweise wechselnden Treffpunkten sind ebenso

denkbar wie digitale Treffen, die gerade bei Flächenlandkreisen ressourcenschonend sind. Es sollte bei der Wahl der Methode jedoch unbedingt berücksichtigt werden, dass Netzwerkarbeit **Beziehungsarbeit** ist: Beziehungen werden gerade zu Beginn einer Zusammenarbeit deutlich einfacher in Präsenz aufgebaut. Außerdem ist für eine gelungene Netzwerkarbeit und die dazugehörige Beziehungsarbeit eine verlässliche Ansprechperson wichtig, die das Netzwerk koordiniert. Hierzu gehört eine auf Dauer angelegte Stelle zur Engagementförderung.

→ Landkreis Emsland: Standards für freiwilliges Engagement

Im Netzwerk Ehrenamt arbeiten die großen Träger freiwilligen Engagements wie Kirchen, Kreissportbund, Wohlfahrtsverbände, Freiwilligenagenturen etc. gemeinsam mit dem Ehrenamtsservice im Landkreis Emsland zusammen. Dieses Netzwerk hat Standards für die Arbeit mit freiwillig Engagierten erarbeitet und diese gemeinsam veröffentlicht. Hierbei ging es um Aufgabenprofile, Versicherungsschutz, Auslagenersatz und feste Ansprechpersonen, aber auch um Austausch und Partizipation, Weiterbildung und Abschiedskultur. Diese Broschüre wurde großflächig allen Interessierten kostenlos zur Verfügung gestellt.

Ergänzt wurde die Veröffentlichung durch einen Fachtage für Einrichtungen und freiwillig Engagierte, an dem die Inhalte durch verschiedene Workshops noch ergänzt und vertieft wurden. Über 150 Teilnehmer nahmen die Möglichkeit wahr, sich zu verschiedenen Themen intensiver zu informieren.

↗ www.ehrenamt-emsland.de/downloads

d) Mehrwert der Zusammenarbeit

Die Zusammenarbeit in Netzwerken kann folgende Mehrwerte bieten:

- **Transparenz der eigenen Arbeit statt Konkurrenz** - Neue Einrichtungen werden oftmals zunächst als Konkurrenz wahrgenommen. Bei Kreisverwaltungen wird dieses noch dadurch verstärkt, dass Wohlfahrtsverbände etc. oftmals in einem Abhängigkeitsverhältnis hinsichtlich Förderungen zum Landkreis stehen. Diese Konkurrenz gilt es, durch Transparenz hinsichtlich der eigenen Ziele und Wege zu entspannen.

- **Aufbau eines Kontaktnetzwerkes** für die kommunale Stelle zur Engagementförderung.
- Durch die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Vereinen, Verbänden und anderen Netzwerken wird die Position der Engagementförderung im Allgemeinen gestärkt – die Netzwerkpartner sprechen bestenfalls **gemeinsam mit einer Stimme** für das Ehrenamt.
- **Synergien** können genutzt und Doppelstrukturen vermieden werden. Veranstaltungen können gemeinsam angeboten bzw. für Zielgruppen anderer Netzwerkpartner geöffnet werden.
- In den Netzwerken sind durch die **Vielfalt der Mitglieder** unterschiedlichste Kompetenzen vertreten, die genutzt werden können (für Referate, Projektgestaltung, punktuelle Zusammenarbeit, inhaltliche Zuarbeit usw.).
- Die kommunale Koordinierungsstelle bekommt einen **direkteren Einblick** in die Engagementfelder und deren Bedarfe.
- Informationen können über die Netzwerkpartner an deren Kontakte weitergegeben werden und versanden dadurch weniger, die Netzwerkpartner fungieren als **Multiplikatoren**.
- **Bekanntheit** der kommunalen Stelle zur Engagementförderung steigt.
- **Direkter Austausch von Ideen**, Informationen und Best-Practices (das Rad muss nicht immer neu erfunden werden).
- **Reflexion** der eigenen Positionierung hinsichtlich Freiwilligenarbeit bei den Netzwerkpartnern: Der Austausch mit Einrichtungen mit anderen Zielgruppen fördert diese Reflexion und gibt neue Denkanstöße.
- Kommunale Stellen gewinnen **Kooperationspartner**.

6. Was erschwert die Einbindung externer Akteure?

Die Zusammenarbeit mit externen Akteuren kann wie gezeigt viele Vorteile bringen. Doch was führt bei der Kooperation zum erwünschten Erfolg und welche Hemmfaktoren sind vorhanden?

- Jede Behörde unterliegt hierarchischen Strukturen. Das ist zunächst nicht ungewöhnlich und muss sich auch nicht zwangsläufig negativ auf die Engagementförderung auswirken. Allerdings müssen oft Entscheidungen, die Einfluss auf die Kooperation haben und auch den Kooperationspartner betreffen, zeitnah getroffen und abgesprochen werden. Im Vorfeld einer Zusammenarbeit mit einem externen Akteur muss daher landkreisintern geklärt werden, inwiefern und in welchem Rahmen **kurzfristige Absprachen** möglich sind, sodass eine geregelte Informationsübermittlung und Zusammenarbeit gewährleistet werden können.



- Auch eine **stetige, klare und transparente Kommunikation** mit den externen Partnern ist essenziell für eine gelingende Zusammenarbeit. Hilfreich sind zentrale Ansprechpersonen. Problematisch wird es dagegen, wenn es für die jeweiligen Kooperationspartner im Landkreis viele und wechselnde Ansprechpartner gibt. In diesem Fall kann kein strukturierter Kommunikationsfluss aufgebaut werden, wichtige Informationen gehen dadurch sogar verloren.
- Zugleich sollte die **Kooperation auf Augenhöhe** erfolgen, was bedeutet, dass der externe Partner als gleichwertig betrachtet werden muss. Hierbei dürfen keine gedanklichen Hierarchien aufgebaut werden, in deren Strukturen „Anordnungen“ gegeben werden. Vielmehr muss die Mitsprache des jeweiligen Akteurs zugelassen werden. Es ist wichtig, dass kein Konkurrenzdenken stattfindet. Möglichst objektiv und mit vorrangigem Blick auf das Ehrenamt sollte bewertet werden, welche Aufgaben der externe Partner übernehmen kann und wo seine Kompetenzen liegen. Auch wenn so

vermeintlich angenehme Arbeitsgebiete aus den eigenen Händen gehen, kann man nur auf diese Weise das optimale Arbeitsergebnis erzielen.

- Ein weiterer Hemmfaktor sind **finanzielle Unsicherheiten**. Eine instabile Finanzierung der eigenen Arbeit und der ehrenamtlichen Förderung kann externe Partner abschrecken. Man sollte nie den personellen und zeitlichen Aufwand unterschätzen, den ein externer Akteur in die Mitarbeit einbringt. Problematisch wird es, wenn die Gefahr besteht, dass die zu leistende Mehrarbeit aussichtslos erscheint, da die hauptamtliche Förderung des Engagements durch den Landkreis auf lange Sicht womöglich nicht mehr gesichert ist.

7. Fazit

Durch die Einbindung externer Partner ergeben sich in der Engagementförderung viele neue Chancen. Diese sollten genutzt werden, obgleich ein Bewusstsein für mögliche Problematiken vorhanden sein muss. Wenn man diese kennt und sie umgehen bzw. auflösen kann, ist eine langfristige und erfolgreiche Zusammenarbeit realisierbar.



Tipp: Macht es nicht alleine, und macht es durchdacht!



VIII. Ausblick – Wünsche, Erwartungen, Hoffnungen

Das Verbundprojekt hat noch einmal gezeigt, wie wichtig es ist, das ehrenamtliche Engagement durch das kommunale Hauptamt zu unterstützen und zu entlasten. Als geeignete Ansiedlungsebene haben sich hier die Landkreise bestätigt. Sie weisen einerseits die erforderliche Nähe auf, ohne die eine erfolgreiche Entlastung, Unterstützung und Stärkung des Ehrenamts nicht funktionieren kann. Andererseits haben sie die nötige Verwaltungskraft und Reichweite, die notwendig sind, um über punktuelle Hilfen hinausgehen, Vernetzungen anbieten und Bündelungs- und Effizienzvorteile der Landkreisebene nutzen zu können.

Gleichzeitig hat sich aber auch bestätigt – dies überrascht kaum –, dass die Landkreise bei ihrer ehrenamtsunterstützenden Tätigkeit proaktiv agieren müssen („aufsuchende statt aufgesuchte Verwaltung“) und dass eine sinnvolle Unterstützung des Ehrenamts keine Angelegenheit für Einzelkämpfer ist. Elementar ist dabei die Vernetzung und Zusammenarbeit mit allen relevanten Akteuren – von den vielfältigen bereits bestehenden ehrenamtlichen und zivilgesellschaftlichen Organisationsstrukturen über die Gemeinden, anderen öffentlichen Behörden bis hin zur Wirtschaft.

Die am Verbund „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ teilnehmenden Landkreise und der Deutsche Landkreistag sind überzeugt, dass mit der Etablierung ehrenamtsunterstützender Strukturen und Stellen auf Landkreisebene ein wesentlicher Beitrag dazu geleistet werden kann, dass das Ehrenamt in seinen vielfältigen Ausdrucks- und Erscheinungsformen vor Ort unterstützt, entlastet und gestärkt werden kann, um sich gut gerüstet auf seine eigentliche Aufgabe und „Mission“ konzentrieren zu können. Die vorliegende Handreichung, die sich aus den Erfahrungen der 18 Modelllandkreise speist, möchte dazu Anregungen, Beispiele und Ideen liefern.

Es haben sich im Zuge der Projektarbeit verschiedene Wünsche, Erwartungen und Hoffnungen herausgebildet, die nachfolgend in Stichpunkten aufgeführt werden.

Wir wünschen, ...

- ...dass das ehrenamtliche Engagement in seinen vielfältigen Motivlagen, Ausdrucks- und Erscheinungsformen den Respekt und die Anerkennung auf allen Ebenen bekommt, den es verdient. Anerkennung und Wertschätzung dürfen sich nicht allein in Beiträgen zur politischen Diskussion wiederfinden, sondern müssen mit konkretem Handeln fortgesetzt und unterlegt werden.

- ...dass das ehrenamtliche Engagement von sachfremden Bindungen und Auflagen befreit und „entfesselt“ wird. Das ehrenamtliche Engagement erfolgt aus einer inneren Motivation der Engagierten. Sie benötigen freie Gestaltungsspielräume und Flexibilität und nicht Lenkung, Beschränkung und Misstrauen.
- ...dass die Förderung des ehrenamtlichen Engagements auf allen Ebenen als elementare gesellschaftspolitische Aufgabe verstanden und konsequent in allen Handlungsbereichen umgesetzt wird.
- ...dass dem Beispiel der 18 Verbundlandkreise folgend in vielen anderen Landkreisen und anderen kommunalen Verwaltungen die Entlastung, Unterstützung und Stärkung des ehrenamtlichen Engagements angepackt wird und als echte Querschnittsaufgabe Unterstützung von allen Bereichen erfährt.

Wir erwarten, ...

- ...dass die Leistungen des ehrenamtlichen Engagements nicht nur eine verbale Würdigung erfahren. Der Versicherungsschutz für ehrenamtlich Tätige ohne eigene Versicherung sollte überprüft werden. Der Einsatz eigener Arbeit, die sog. „Muskelhypothek“, sollte z.B. bei Förderanträgen als Eigenanteil anerkannt und honoriert werden.
- ...dass ehrenamtliches Engagement von Ballast befreit wird. Bundes- und Landesgesetzgeber sollten nicht nur überprüfen, was gesetzlich weiter getan werden kann, um das ehrenamtliche Engagement zu fördern und stärken. Es sollte auch und insbesondere gefragt werden, auf welche bestehenden gesetzlichen Vorschriften verzichtet werden kann, welche angepasst werden sollten und welche Folgen Gesetzesvorhaben auf das ehrenamtliche Engagement haben („Gesetzes-Check“). Im Laufe der Projektarbeit haben sich dazu vielfältige Ansatzpunkte im Zuwendungs- und Förderrecht (Anforderungen an Anträge, Dokumentationspflichten, Abrechnungen, Bagatellgrenzen, Pauschalen und Budgets), Vereinsrecht, Steuerrecht, Informationsfreiheitsrecht und anderen Bereichen herauskristallisiert.
- ...dass Politik und Verwaltung dem Ehrenamt mit einer verständlichen Sprache und einer helfenden Hand begegnen. Allein dies hilft bereits deutlich,

Konflikte zu vermeiden und Belastungen abzubauen. Auch die bestehenden Förderstrukturen und -instrumente sollten entsprechend überprüft und wo nötig korrigiert sowie mit verbesserten Einführungen, Schulungen und Unterstützungsangeboten etwa bei den technischen Verwaltungsabläufen begleitet werden.

- ...dass Bund und Länder flächendeckend und nachhaltig den Aufbau und Erhalt von ehrenamtsunterstützenden Strukturen mit besonderem Blick auf die ländlichen Räume fördern und begleiten. „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ ist kein einmaliges Modellprojekt, sondern muss als kontinuierlicher Prozess verstanden und befördert werden. Weitere Unterstützungsnotwendigkeiten und -möglichkeiten liegen z.B. in dem Bereitstellen von Softwareprodukten, Praxishilfen und Fortbildungsmöglichkeiten.

Wir hoffen, ...

- ...dass wir mit dieser Handreichung die Expertise von ehrenamtsfördernden Institutionen wie z.B. der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE), dem Bundesnetzwerk bürgerschaftliches Engagement (BBE) oder der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa) ergänzen und vielfältige Anregungen, Beispiele und Ideen zum Aufbau und der Etablierung ehrenamtsunterstützender Strukturen in Landkreisen und anderen Institutionen geben können. Idealerweise tragen wir so zu einer Verstetigung und einem „Ausrollen in die Fläche“ der Idee von „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ bei.

- ...dass auf Landesebene der Aufbau entsprechender Strukturen begleitet und durch eigene Förderansätze unterstützt wird.
- ...dass nicht nur auf Landkreisebene, sondern auch bei Bund, Ländern und Gemeinden ehrenamtsunterstützende Strukturen etabliert und gestärkt werden. Die Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements ist keine Sparten-, sondern eine Querschnittsaufgabe auf und zwischen allen Ebenen. Die Zusammenarbeit zwischen den Akteuren und Ebenen sollte auf Augenhöhe erfolgen und durch gegenseitigen Respekt geprägt sowie vom „Prinzip der helfenden Hand“ geleitet werden.
- ...dass die vielfältigen Institutionen, Organisationen und Personen, die das ehrenamtliche Engagement entlasten, unterstützen und stärken wollen, sich miteinander vernetzen, zusammenarbeiten und sich nicht als Konkurrenz verstehen. Auch hierzu will die Handreichung einen Beitrag leisten.

Bei Fragen zum Verbundprojekt und rund um das ehrenamtliche Engagement kontaktieren Sie gern den Deutschen Landkreistag unter ehrenamt@landkreistag.de.



IX. An dieser Handreichung haben mitgewirkt

Das Verbundprojekt hat viel erreicht. Nicht nur inhaltlich, sondern auch im Hinblick auf Austausch und Vernetzung. Von daher sind die Ergebnisse dieser Handreichung nicht isoliert zu betrachten, sondern als Teil eines größeren Ganzen.

Für die Mitarbeit am Projekt und insbesondere am Zustandekommen dieser Handreichung möchten wir allen Beteiligten danken und einige Personen namentlich aufzuführen. Sie alle finden sich mit ihren Schilderungen, guten Beispielen, Ratschlägen und Tipps in diesem Abschlussbericht wieder.

Mario Stratmann & Michaela Wolf
Landkreis Ahrweiler

Paul Fischer, Ann-Kathrin Röber & Katrin Kotter
Bodenseekreis

Nicolle Hausmann, Ellen Liedtke & Michelle Gehauf
Burgenlandkreis

Heike Baalman & Sandra Rickermann
Landkreis Emsland

Erik Gläser, Denise Rehm & Frank Wutzler
Erzgebirgskreis

Tamara Empt & Stefanie Kolzem
Kreis Euskirchen

Regina Meyer, Beate Böcker, Natalia Bergau & Philipp Kallenbach
Landkreis Göttingen

Katharina Serinelli, Sandra Dreker, Bernadett Walker, Dorina Bernsmann & Sascha Atteln
Kreis Höxter

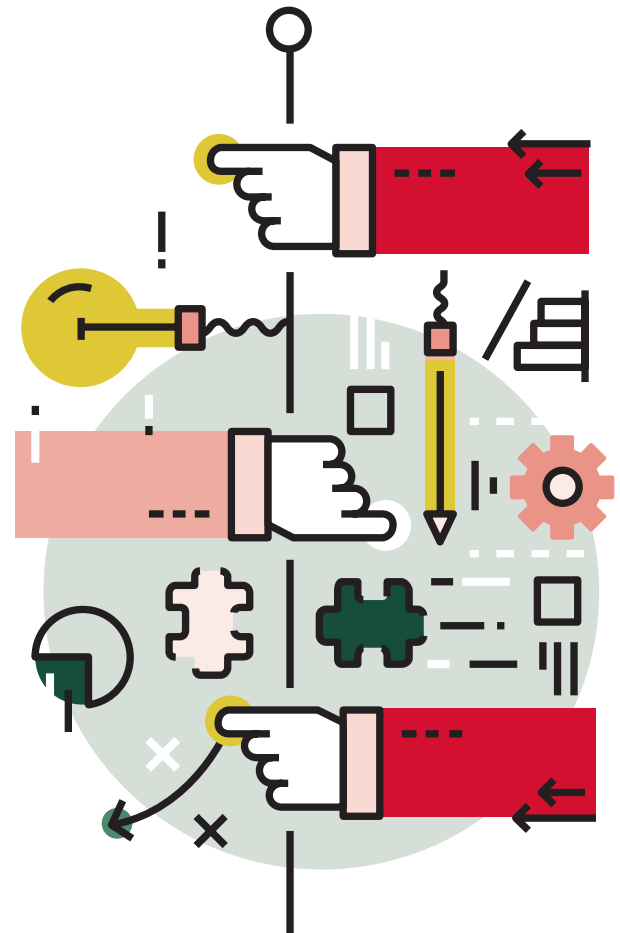
Steffen Braun & Anna Schiefler
Landkreis Ludwigslust-Parchim

Roswitha Ullrich & Christian Gröbe
Landkreis Oberspreewald-Lausitz

Dr. Gaby von Rhein
Landkreis Regensburg

Huberta von Eller-Eberstein & Ralf Kaufmann
Kreis Rendsburg-Eckernförde

Tina Noack & Katja Winckler
Landkreis Sankt Wendel



Andrea Schuh
Landkreis Trier-Saarburg

Anja Jack
Landkreis Uckermark

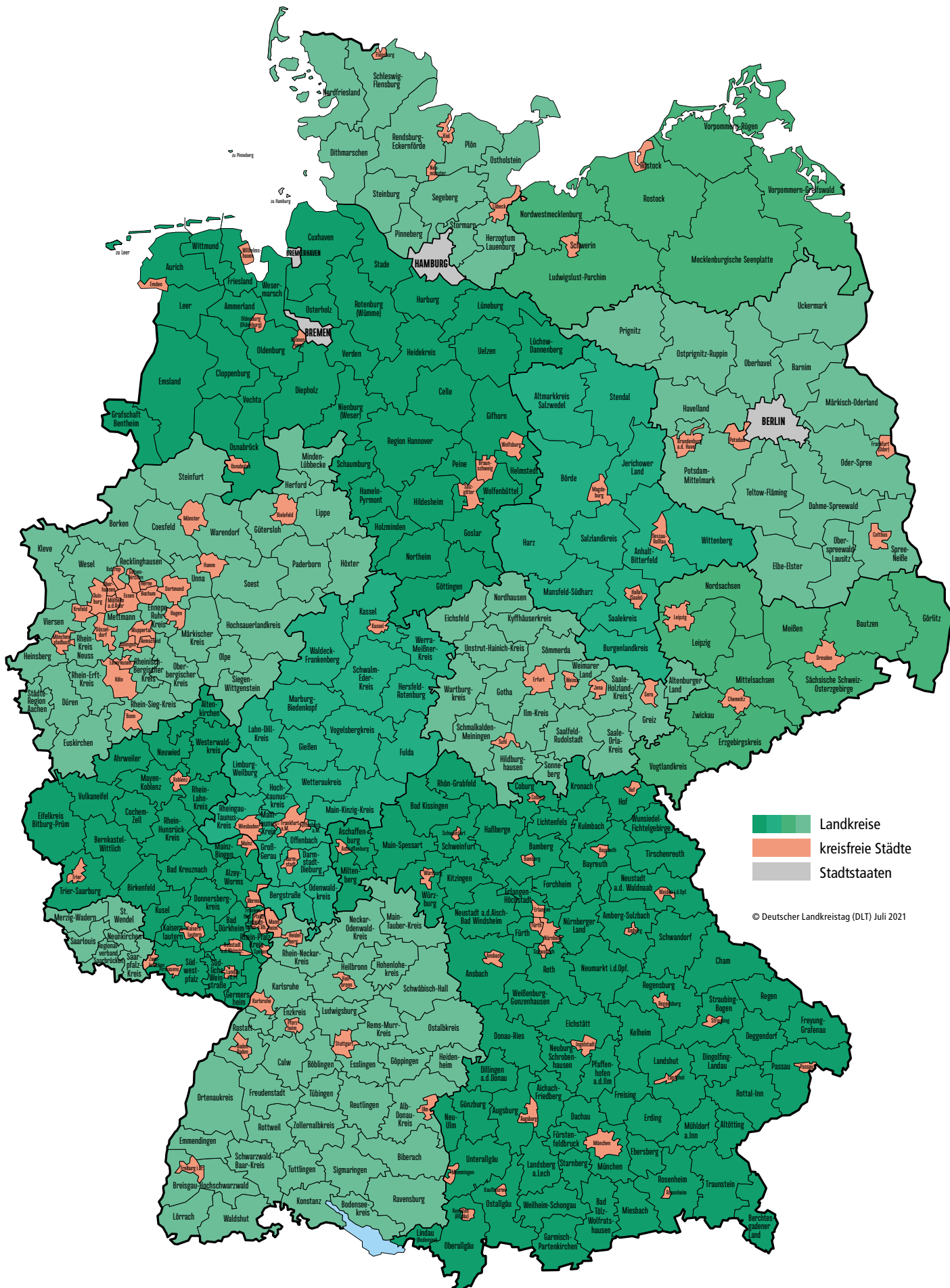
Ulrike Bendt, Andrea Heinig & Jonas Hesse
Landkreis Vorpommern-Greifswald

Dr. Jürgen Römer, Tanja Müller & Theresa Deigmann
Landkreis Waldeck-Frankenberg

Thomas Schmidt
Landkreis Weimarer Land

Matthias Wohltmann & Dr. Peter Szczekalla
Deutscher Landkreistag

Die 294 Landkreise in Deutschland



- Landkreise
- kreisfreie Städte
- Stadtstaaten

© Deutscher Landkreistag (DLT) Juli 2021



DEUTSCHER
LANDKREISTAG



Deutscher Landkreistag

Ulrich-von-Hassell-Haus

Lennéstraße 11

10785 Berlin

Tel. 030 590097-309

Fax 030 590097-400

www.landkreistag.de

info@landkreistag.de

