

»Es gibt nichts Gutes,
außer man tut es!«

HANDBUCH

FÜR DEN AUFBAU VON
FREIWILLIGEN-AGENTUREN/-ZENTREN
BZW. LOKALEN ANLAUFSTELLEN
IM STÄDTISCHEN UND LÄNDLICHEN RAUM

Aus der Praxis für die Praxis

Isabel Krings

Landesarbeitsgemeinschaft
der Freiwilligen-Agenturen/Freiwilligen-Zentren



Dieses Handbuch ist ausschließlich für Ihren persönlichen Gebrauch bestimmt.
Die Verteilung, Zitierung und Vervielfältigung – auch auszugsweise – zum Zwecke der Weitergabe an Dritte ist nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der lagfa bayern gestattet. Eine kommerzielle Verwertung ist grundsätzlich untersagt.

An dieser Stelle sei dem Bayerischen Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen für die Finanzierung dieses Handbuchs gedankt.

Impressum:

Herausgeber: lagfa bayern
Philippine-Welser-Str. 5a
86150 Augsburg
Tel. 0821/450422-20 (vormittags)
Satz/Grafik: www.symbiosys2.de

Redaktionsschluß:

September 2007

Inhalt

1. VORWORT	4
2. UNTERSTÜTZUNG DURCH DIE LAGFA BAYERN	6
3. TIPPS FÜR DIE GRÜNDUNGSPHASE	7
3.1. Gründungsimpulse	7
3.2. Bedarf analysieren	8
3.3. Konzept erstellen - Gliederung und Inhalte des Konzepts	10
Wie sieht die Ausgangslage aus?	10
Welche Ziele verfolgt die FA/FZ? Welche Zielgruppen spricht sie an?	12
Welchen Nutzen bringt eine FA/FZ?	15
Welche Infrastruktur ist für einen erfolgreichen Betrieb erforderlich?	16
Wie könnte eine Trägerschaft aussehen?	18
Kostenplan: Welche Kosten werden anfallen?	20
Wie sehen die Finanzierungs-/Fördermöglichkeiten aus?	21
3.4. Argumentationsmaterial für das Konzept	23
Studien zu Engagement(potential)	23
Beispiele für Kosten-Nutzen-Analysen: Materieller Nutzen von FA/FZ	26
Projektbeispiele aus der Praxis	27
3.5. Oft gestellte Fragen und Befürchtungen	29
3.6. Ansprache potentieller Geldgeber	31
3.7. Umgang mit möglichen Widerständen	32
4. TIPPS FÜR DIE AUFBAUPHASE	33
4.1. Erste Schritte nach der Gründung	33
4.2. Nutzen und Vorgehen der Engagementberatung	35
Warum überhaupt eine Engagementberatung?	35
Vorgehen bei der Engagementberatung	36
Versicherung der Freiwilligen bei ihrem Engagement	38
Muster: Fragebögen zur Engagementberatung und Tipps für Freiwillige	39
4.3. Projektmanagement – Von der Idee bis zur Umsetzung	48
4.4. Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit - Tipps und Beispiele	52
4.5. Fundraising	55
4.6. Organisationsstruktur	57
Vorteile einer klaren Organisationsstruktur	57
Aufgabenfelder einer FA/FZ	57
Muster für eine Stellenbeschreibung für LeiterIn einer FA/FZ	58
4.7. Qualitätsmanagement – Qualitätskriterien	61
5. ALLES RUND UM BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT (BE)	62
5.1. Definition bürgerschaftliches Engagement	62
5.2. Muster Standards BE – Tipps für Organisationen	63
5.3. Umsetzung der Standards	70
6. SCHLUSSWORT	72

1. VORWORT

Unbestritten – es gibt schon viel freiwilliges/ehrenamtliches Engagement: angefangen bei der Freiwilligen Feuerwehr, Musikvereinen, Schülerlotsen bis hin zur Arbeit der Kirchengemeinden. Der Nutzen dieser Aktivitäten steht nicht in Frage, die Strukturen haben sich über Jahrzehnte hinweg gefestigt. Erfahrungen zeigen aber, dass es noch mehr freiwilliges/ehrenamtliches Potential gibt, das BürgerInnen für ihre Gemeinde und für ihre Stadt einbringen können – und wollen. Sie möchten jedoch direkt gefragt werden und sich in zeitlich und thematisch überschaubaren Zusammenhängen engagieren. Zunehmend möchten BürgerInnen Ziele, Inhalt und zeitlichen Umfang ihres Engagements selbst bestimmen und ihre Fähigkeiten/Interessen und Talente einbringen. Sie wollen sich nicht für bestimmte Interessen vereinnahmen lassen, sondern selbst entscheiden und aktiv ihr Umfeld mitgestalten. Studien zufolge liegt dieses Potential bei 30% der bayerischen Bürgerinnen und Bürger (im folgenden zur Vereinfachung „BürgerInnen“ genannt). Zudem wünschen sich 55% der bayerischen BürgerInnen mehr Informationen über Möglichkeiten freiwilligen Engagements¹.

Dieses Potential wird angesichts sich verändernder sozialer Strukturen immer wichtiger. Um dieses Potential zielgerichtet auf die Belange vor Ort hin gewinnen und koordinieren zu können und dem Informationsbedürfnis der BürgerInnen gerecht zu werden, ist der Aufbau gewisser Strukturen notwendig: lokale Informations-/Anlaufstellen bzw. Freiwilligen-Agenturen/Freiwilligen-Zentren (FA/FZ), die das Engagement auf die lokalen Belange gerichtet gezielt fördern und motivieren – sozusagen ein nachhaltiger Motor für bürgerschaftliches Engagement.

In Bayern gibt es ca. 40 solcher Stellen, in den letzten Jahren ist die Zahl um knapp 30% gestiegen, bundesweit ist die Zahl von 20 FA/FZ im Jahr 1998 auf derzeit knapp über 250 FA/FZ gewachsen² – ein Indiz dafür, dass FA/FZ auf die zukünftigen sozialen Herausforderungen und den Wertewandel des bürgerschaftlichen Engagements reagieren können. Dabei gelingt es FA/FZ brachliegendes Engagementpotential in der Gesellschaft zu wecken: zum einen durch die Funktion als Anlauf-/Vermittlungsstelle und zum anderen durch die Entwicklung von Projekten gemeinsam mit Partnern vor Ort, die gezielt zu bestimmten Bedarf/Themen Engagementpotential wecken. FA/FZ sind dabei sowohl Vermittlungs- als auch Entwicklungsagenturen, wobei letzteres immer mehr zunimmt.

Erfahrungsgemäß ist auch im ländlichen Raum ein hohes Engagementpotential vorhanden, was jedoch gezielt mobilisiert werden will. Als (passive) Anlauf- bzw. Vermittlungsstelle allein wird das Potential nicht ausgeschöpft, die Aufgabe als Projektentwickler nimmt eine bedeutendere Rolle ein.

Um die Potentiale einer FA/FZ ausschöpfen zu können, ist jedoch eine gewisse Mindestausstattung bei Personal- und Sachressourcen erforderlich. Für eine erfolgreiche Erst- und dann im weiteren Verlauf auch Anschlussfinanzierung ist es jedoch auch notwendig, dass FA/FZ ihre Wertschöpfung und Stärke belegen und darstellen, welchen Nutzen bzw. Mehrwert sie für ihr Gemeinwesen haben.

Dieses Handbuch möchte Tipps geben zu Gründung und Aufbau und den einzelnen Aufgaben einer FA/FZ und speist sich aus den Erfahrungen und Fragen, die die lagfa bayern im Laufe ihrer Arbeit gesammelt hat. Es soll allen FA/FZ dabei helfen, ihren Wert für die Gesellschaft erfüllen und darstellen zu können und damit eine Erst- und im weiteren Verlauf eine Folgefinanzierung zu erhalten. Im Kapitel 3 erhalten Gründungsinitiativen Tipps zum Vorgehen von der Konzepterstellung bis hin zu Gesprächen mit potentiellen Geldgebern. Ist die FA/FZ gegründet, geht es dann an die konkreten Aufgaben, auf die in den Abschnitten 4.2. und 4.3. (Engagementberatung und Projektmanagement) eingegangen wird. Ebenso werden Tipps zur Öffentlichkeitsarbeit (4.4.) und darauf aufbauend zum Fundraising (4.5.) gegeben. Ebenfalls versucht es Anregungen zu geben, wie diese Aufgaben möglichst effizient erfüllt werden können (4.6. und 4.7.). Das Handbuch versteht sich dabei nicht als starres Schema, sondern als Leitfaden zur Erleichterung in der Gründungs- und Aufbauphase und möchte Anregungen und Hinweise geben. Jeder Abschnitt ist in sich geschlossen; die Punkte aus dem Inhaltsverzeichnis können daher je nach Bedarf einzeln nachgeschlagen werden.

Das Handbuch ist sowohl für den ländlichen als auch städtischen Raum geschrieben. Die Grenzen sind zwar fließend, aber aufgrund der unterschiedlichen Engagement-Strukturen zählen Städte ab 40.000 Einwohnern zum städtischen Raum sowie Städte und Gemeinden unter 40.000 Einwohnern zum ländlichen Raum. Sofern Unterschiede bei einzelnen Punkten und Aufgaben existieren, wird im speziellen darauf hingewiesen.

Tipps aus der Praxis sind mit dem Symbol  gekennzeichnet.

Und wenn es noch Fragen gibt: die lagfa bayern ist gerne für Sie da!

2. UNTERSTÜTZUNG DURCH DIE LAGFA BAYERN

Die lagfa bayern ist die Landesarbeitsgemeinschaft der bayerischen Freiwilligen-Agenturen/Freiwilligen-Zentren (FA/FZ) und Teil des Landesnetzwerks Bürgerschaftliches Engagement (LNBE). Sie begleitet seit 1998 u.a. Gründungsinitiativen bei der Gründung und Etablierung von FA/FZ bzw. lokalen Anlaufstellen und unterstützt bestehende FA/FZ in ihrer Arbeit.

Ziel der lagfa bayern ist:

- die Stärkung der kommunalen Infrastruktur zur Förderung und Vernetzung des bürgerschaftlichen Engagements und des Ehrenamtes
- die Unterstützung der bayerischen FA/FZ in ihrer Arbeit
- die Förderung der Rahmenbedingungen für bürgerschaftliches Engagement

Dabei bietet die lagfa bayern je nach lokalem Bedarf:

- Gründungs- und Aufbauhilfe von neuen FA/FZ für Städte, Gemeinden, Landkreise und lokale Initiativen durch Besuche der Gründungsinitiativen und Entscheidungsträgern vor Ort
- Beratung vor Ort, Bereitstellung von Informationsmaterial zu möglichen Aufgaben und Projekten von FA/FZ
- Auskunft über Organisationsformen, Trägerschaft, Finanzierung und Fördermöglichkeiten
- Organisation von Tagungen zum Erfahrungsaustausch/Vernetzung der bayerischen FA/FZ und Diskussion ausgewählter Themen und Fortbildungen zur Engagementberatung und Software für FA/FZ
- Entwicklung von Qualitätsstandards
- Aufbau von Netzwerken zu Wirtschaft und Politik
- Öffentlichkeitsarbeit durch Vertretung der FA/FZ auf Landesebene und Informationen zur laufenden Arbeit von FA/FZ und ihren Projekten

3. TIPPS FÜR DIE GRÜNDUNGSPHASE

Erfahrungsgemäß dauert die Gründungsphase von der Idee bis zur Gründung inklusive zugesicherter Finanzierung ca. 1-1,5 Jahre. Die Gründungsimpulse können dabei von unterschiedlichen Gruppen ausgehen (3.1.). Wichtig ist, sich durch einen ggf. längeren Zeitverlauf nicht entmutigen zu lassen, sondern hartnäckig am „Ball zu bleiben.“ Im Laufe der Gründungsphase ist es auch empfehlenswert, zu einer anderen bereits bestehenden FA/FZ in der Nähe zu fahren und sich von dort Anregungen zu holen und mit der lagfa bayern Kontakt aufzunehmen.

Wichtig ist, dass gleich zu Anfang das Konzept (siehe 3.3) als Leitfaden für alle Gespräche erstellt wird. Dabei kann das in 3.4. zusammengestellte Argumentationsmaterial bei der Überzeugung von Entscheidungsträgern/Geldgebern helfen. FA/FZ haben erfahrungsgemäß die Schwierigkeit, dass sich viele unter dem abstrakten Begriff einer FA/FZ nichts vorstellen können. Beispiele aus der Praxis können hier helfen, den anfänglich abstrakten und ggf. noch unbekanntem Begriff einer FA/FZ mit Leben zu füllen. Eine zeitgleich mit der Konzepterstellung gestartete Bedarfsanalyse (3.2.) kann helfen, erste Aufgabenschwerpunkte der FA/FZ zu ermitteln. Bei Gesprächen mit Geldgebern bzw. generell bei der Vorstellung einer FA/FZ ist damit zu rechnen auf Widerstände zu treffen, zumindest aber auf viele Fragen und Befürchtungen. Die meisten Fragen und Antworten sind in 3.5. zusammengetragen; in 3.6. und 3.7. werden Tipps zur Überwindung der Widerstände und allgemein zu Gesprächen mit Geldgebern gegeben.

3.1. Gründungsimpulse

Die Idee zur Gründung einer FA/FZ kann von unterschiedlichen Impulsgebern ausgehen, z.B.:

- Agenda 21-Arbeitskreis
- Wohlfahrtsverband
- Politische Entscheidungsträger
- Verwaltung(sspitze)
- Arbeitskreise aus einem zuvor angestoßenen kommunalen Leitbildprozess oder aus dem (Stadtteil-)Programm Soziale Stadt/ LOS-Projekt

- Einzelne Person, die sich Mitstreiter sucht
- Existierender Verein, der bereits intensiv mit Freiwilligen zusammen arbeitet

Für den Erfolg der FA/FZ ist es letztendlich egal, von wem der Gründungsimpuls ausgeht; wichtig ist nur, von Anfang an gezielt Personen einzubinden und ein Konzept zu entwickeln, das praktisch als Leitfaden für alle weiteren Gespräche dient. Geht der Impuls von einem Verband aus, kann es unter Umständen leichter sein, da hier mehr Ressourcen im Hintergrund sind als bei den anderen Gründungsimpulsen.

 Bei mehreren an der Gründung beteiligten Gruppierungen bzw. Personen gleich anfangs die Verantwortlichkeiten und Aufgaben untereinander aufteilen, um Doppelarbeiten zu vermeiden, z.B. wer schreibt welchen Teil des Konzepts, wer kontaktiert wen.

3.2. Bedarf analysieren

Die Bedarfsanalyse soll folgende Fragen beantworten:

- Was gibt es bereits?
z.B. Seniorenbüros, Bürgerbüros, Selbsthilfekontaktstellen, Mütterzentren, Mehrgenerationenhäuser, Bürgerstiftungen, Bündnis für Familien, etc. Ggf. können mit diesen Einrichtungen gemeinsame Ressourcen genutzt werden (z.B. Büro, Besprechungsräume etc.)
- Wer macht was mit welcher Ausstattung/Förderung?
- Wo gibt es soziale „Lücken“ bzw. Probleme, die mögliche Aufgabenschwerpunkte der FA/FZ sein können? Wo gibt es Lücken im Angebot für Menschen, die sich engagieren wollen? Welche Dienstleistungen werden von den BürgerInnen gewünscht?, z.B. fehlende Besuchsdienste für alte allein lebende Menschen, Lesepaten für lesechwache Grundschüler, mangelnde Ressourcen der Vereine, Jugendliche gezielt fürs freiwillige Engagement zu gewinnen etc.

Dabei kann sich der Bedarf und somit die möglichen Aufgabenschwerpunkte der FA/FZ ergeben aus:

- Einzelgesprächen mit politischen Entscheidungsträgern (sehr wichtig, da auch potentielle Geldgeber)
- der Gründungsgruppe heraus

- einer Auftaktveranstaltung der Gründungsgruppe oder eines zuvor gegangenen Leitbildprozesses. Im Rahmen der Auftaktveranstaltung kann die Idee der FA/FZ einer interessierten Öffentlichkeit sowie Vereinen und Verbänden vorgestellt werden.
- einer Bürgerversammlung
- Schriftlichen Bürgerbefragung (sehr aufwändig, nicht unbedingt zu empfehlen)

Die Idee zur Gründung einer Agentur kann im Rahmen einer Veranstaltung vor Vereinen und Verbänden vorgestellt werden, um die FA/FZ von Anfang an auf eine breite Basis zu stellen und weitere Anregungen zu holen. Dabei können eingeladen werden:

- Alle Wohlfahrtsverbände vor Ort
- Grosse Vereine, die mit Ehrenamtlichen zusammenarbeiten
- Politik (Fraktionsvorsitzender aller Parteien, Landrat, Oberbürgermeister, Bürgermeister)
- Verwaltungsspitzen, z.B. Kämmerer, Wirtschaftsförderer, Ehrenamts-beauftragter
- Vertreter von Kirchengemeinden, besonders wichtig im ländlichen Raum
- Geschäftsführer der Industrie- und Handelskammer sowie Kreishandwerkerschaft

Vor der Veranstaltung sollte aber mit Einzelvertretern jeweils bereits gesprochen worden sein, v.a. mit den politischen Entscheidungsträgern, die auch potentielle Geldgeber sind.

 Die Bedarfsanalyse soll zeigen, dass die FA/FZ keine Konkurrenz zu bestehenden Vereinen ist, sondern kooperiert und vernetzt. Dabei sollte gleichzeitig darauf geachtet werden, ein eigenes, klares Aufgabenprofil zu entwickeln, um den Nutzen der FA/FZ für die Vereine und Verbände sowie das Gemeinwesen darzustellen.

 Als besonders erfolgsversprechend für die Akzeptanz der neuen Idee sowie zur Ausräumung von Bedenken und Zweifeln bietet sich an, einen Vertreter der nächst gelegenen, bereits erfolgreich laufenden Freiwilligen-Agentur zur Auftaktveranstaltung mit einzuladen sowie zu den Gesprächen mit den Geldgebern. Hierfür kann auch die lagfa bayern kontaktiert werden.

 Man sollte sich nicht verzetteln und eine bestimmte Zeitspanne für die Bedarfsanalyse setzen, die nicht überschritten wird. Um den Überblick zu behalten ist es hier wichtig, das Konzept als Leitfaden bereits zu haben und es dann stückweise mit den Anregungen zu ergänzen. Je mehr bereits in der Gründungsphase beteiligt sind, desto eher findet die FA/FZ Zustimmung. Je mehr jedoch anfangs beteiligt sind, desto

länger kann es allerdings auch dauern, zu einem Konsens zu finden. Zudem besteht die Gefahr, dass die FA/FZ „zerredet“ wird. Hier gilt es einen goldenen Mittelweg zu finden, jeweils angepasst an die Gegebenheiten vor Ort.

 Die Benennung eines Ansprechpartners in der Verwaltung kann dazu beitragen, das Anliegen der FA/FZ noch weiter zu verankern und kommende Verhandlungen zu vereinfachen. Allerdings sollte der Ansprechpartner auch ernsthaft an der Idee interessiert sein sowie ausreichend Zeit und Zuständigkeiten für die Unterstützung des Anliegens haben.

3.3. Konzept erstellen - Gliederung und Inhalte des Konzepts

Das Konzept dient als Leitfaden für die Gespräche und den Aufbau der FA/FZ. Auf maximal zwei Seiten sollte es nochmals zusammengefasst werden für potentielle Geldgeber. Dabei sollte das Konzept auf die örtliche Situation ausgerichtet sein, d.h. wie ist die Ausgangslage und was kann eine FA/FZ im Rahmen ihrer Aufgaben beitragen.

Das Konzept sollte klar die Aufgaben der FA/FZ darstellen, um sich gegenüber ähnlichen Organisationen ein deutliches Profil zu geben, aber auch um spätere Überschneidungen und Parallelstrukturen zu vermeiden.

Die im folgenden dargestellten Inhalte sollen lediglich zur Anregung und Erleichterung dienen und kein starres Schema vorgeben.

Das Konzept sollte folgende Fragen beantworten:

- Wie sieht die Ausgangslage aus? Was gibt es bereits? (aus Bedarfsanalyse)
- Welche Ziele verfolgt die FA/FZ? Welche Zielgruppen spricht sie an?
- Welchen Nutzen bringt eine FA/FZ?
- Welche Ausstattung/Infrastruktur ist erforderlich?
- Wie könnte eine Trägerschaft aussehen?
- Welche Kosten werden anfallen?
- Wie sehen die Finanzierungs-/Fördermöglichkeiten aus?

Wie sieht die Ausgangslage aus?

In diesem Abschnitt empfiehlt es sich Themen der Gemeinde/Stadt aufzugreifen, um darauffolgend mögliche Lösungsansätze durch die FA/FZ zu präsentieren.

Die Ausgangslage wird sich je nach ländlichem oder städtischem Raum unterscheiden. Im städtischen Raum kommt die Funktion der FA/FZ als Anlauf-/Vermittlungsstelle stärker zum Tragen als im ländlichen Raum, wo die Rolle als Projektentwickler in den Vordergrund tritt. Auch im ländlichen Raum gibt es ein hohes Engagementpotential; Menschen möchten hier jedoch gezielt zu bestimmten Themen/ Projekten angesprochen werden und kommen eher weniger von selbst auf die FA/FZ zu.

Angepasst jeweils an die Situation vor Ort z.B.:

Im ländlichen Raum:

- Veränderungen der Einwohnerstruktur, z.B.
 - Wegzug in städtische Ballungsräume
 - Zunehmend alternde Bevölkerung
 - Fehlende Mittel zur Ortskerngestaltung/-sanierung
- Auflösung sozialer (Orts-)Strukturen, z.B.
 - Vereinsamung alter Menschen zu Hause
 - Kinder allein zu Hause, wenn Eltern lange Strecken zur Arbeit fahren
 - Zunehmendes (politisches) Desinteresse am eigenen Umfeld
- Wandel im Ehrenamt bei gleichzeitig brachliegendem Engagementpotential, z.B.
 - keine selbstverständliche Bindung zu Vereinen mehr; projektbezogenes und zeitlich abgegrenztes Engagement bevorzugt
 - Einbringung eigener Ideen gewünscht
 - Viele Menschen möchten gefragt werden und melden sich nicht mehr von sich aus

Zum letzten Punkt können als Hintergrundinformationen noch Fakten aus Studien bei Nachfragen auf einer Extraseite aufgelistet werden (siehe 3.4.).

Im städtischen Raum (leicht abgeändert im Vergleich zum ländlichen Raum):

- Veränderungen der Einwohnerstruktur, z.B.
- Zunehmende Überalterung der Bevölkerung
- Zunehmende Arbeitslosigkeit und Migration
- Entstehung von Randgruppen
- Auflösung (sozialer) Orts-Strukturen, z.B.
 - Vereinsamung alter Menschen zu Hause

- Jugendliche ohne Perspektive / Kinder ohne Elternaufsicht
- Abnehmende Identifikation der BürgerInnen mit ihrem Lebensraum
- Wandel im Ehrenamt bei gleichzeitig brachliegendem Engagementpotential, z.B.
 - keine selbstverständliche Bindung zu Vereinen mehr
 - projektbezogenes und zeitlich abgegrenztes Engagement bevorzugt
 - 55% der bayerischen BürgerInnen wünschen sich mehr Informationen über Möglichkeiten freiwilligen Engagements
 - Engagementpotential von 23% (1999) auf 30% (2004) gestiegen

 Im ländlichen Raum überzeugen die Daten/ Studien zu Engagementpotential erfahrungsgemäß nicht bzw. sind nicht schlagkräftig genug. Der Fokus sollte hier auf den anderen Punkten liegen bzw. es sollten eher Praxisbeispiele angeführt werden (siehe 3.4.).

Welche Ziele verfolgt die FA/FZ? Welche Zielgruppen spricht sie an?

Ziele und Aufgaben

Die Ziele und Aufgaben von FA/FZ sind je nach lokalem Umfeld unterschiedlich, folgende vier Ziele und Aufgaben sind aber allen FA/FZ in jeweils unterschiedlichen Schwerpunkten gemeinsam. **Zu Aufgaben im Detail: siehe 4.6.**

1) Gewinnung neuer Freiwilliger/Ehrenamtlicher für bestehende Initiativen, Vereine und Verbände durch Existenz als Anlauf-/Informationsstelle für alle Fragen rund um freiwilliges Engagement:

Aufgaben:

- Sammlung des Bedarfs an freiwilligen/ehrenamtlichen Engagements von Initiativen, Vereinen und Verbänden
- Information, Beratung und passende Engagementangebote für die BürgerInnen je nach individuellen Talenten und Wünschen im Rahmen einer Engagementberatung
- Information und Beratung bei Fragen rund um freiwilliges Engagement
- Unterstützung von BürgerInnen bei der Umsetzung eigener, gemeinnütziger Ideen, z.B. durch Kontakte zu möglichen Trägern, Presse, Bereitstellung der Infrastruktur
- Erster Anlaufpunkt für BürgerInnen, die eine Selbsthilfegruppe gründen wollen. Hierbei kann an entsprechende Stellen (Selbsthilfekontaktstelle in Würzburg oder

nächstgelegene Selbsthilfeunterstützer unter www.seko-bayern.de) vermittelt werden.

Durch die Funktion als Anlaufstelle gelingt es den FA/FZ neue Freiwillige zu gewinnen: viele BürgerInnen möchten sich – analog zu einer Geldanlage – umfassend vorab informieren, welche Möglichkeiten es für ihre Zeitspende (=freiwilliges Engagement) gibt. Die Hemmschwelle zum Einstieg in freiwilliges Engagement wird durch die Existenz einer solchen Informationsmöglichkeit gesenkt. Durchschnittlich 74% der BürgerInnen, die sich bei FA/FZ melden, waren noch nie vorher freiwillig/ehrenamtlich tätig.

2) Gezielte Gewinnung Freiwilliger/Ehrenamtlicher zu bestimmten Themen Füllung von „Lücken“ vor Ort als Projektentwickler gemeinsam mit lokalen Partnern, z.B.:

- Schülerpaten für Jugendliche mit Schwierigkeiten bei der Lehrstellensuche
- Lesepaten für leseschwache Grundschüler
- Gewinnung Jugendlicher für ehrenamtliches Engagement für Vereine vor Ort
- Sanierung des Dorfkerns/ Bepflanzungen, Anlage und Pflege eines Badeweihers
- Organisation von Besuchsdiensten; Seniorenstammtische
- Anlage von Wanderwegen/ Themenwegen

 Im ländlichen Raum hat die Aufgabe als Projektentwickler eine höhere Bedeutung als die der Vermittlungsstelle, da hier die Menschen gezielt angesprochen werden wollen und eher nicht von allein auf die FA/FZ zugehen.

 Die einzelnen Projektthemen können sich im Laufe der Zeit erst bilden; eine strikte Festlegung im Konzept vor Gründung der FA/FZ ist hier nicht anzuraten, sondern nur eine Darstellung der potentiellen Möglichkeiten. Einige Themenvorschläge ergeben sich ggf. auch aus der Bedarfsanalyse.

3) Förderung und Vernetzung von bürgerschaftlichen Engagement (BE)

Aufgaben:

- Vernetzung der Vereine, z.B. als Treffpunkt-Funktion in Form eines Bürgerhauses, Bereitstellung von Räumen
- Allgemeine Lobbyarbeit für Anerkennung von BE, z.B. durch Aktionen, die auf BE vor Ort aufmerksam machen, Freiwillige/Ehrenamtliche auszeichnen etc.
- Schnittstelle BürgerInnen / Politik / Verwaltung

Im ländlichen Raum – wo jeder jeden kennt – spielt die Vernetzungsrolle und Förderung von BE ggf. keine bedeutende Rolle. Jedoch kann sich hier eine FA/FZ als kompetenter Ansprechpartner in Sachen Gewinnung und Bindung von Freiwilligen etablieren, z.B. wenn einzelne Gemeinden Bürgertreffpunkte sanieren/eröffnen wollen oder zu bestimmten Themen noch mehr BürgerInnen einbinden wollen.

4) Beratung und Fortbildung im Bereich BE

Aufgaben:

- Beratung von Organisationen rund um Themen zur Freiwilligenkoordination: Optimale Einbindung Freiwilliger
- Beratung von Unternehmen zum gesellschaftlichen unternehmerischen Engagement (Corporate Citizenship): wie und wo können sich Unternehmen am besten gemeinnützig engagieren
- Organisation verbandsübergreifender Weiterbildungsmöglichkeiten / Fortbildungsangebote in Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen (z.B. vhs, Kolping) zur Qualifizierung Freiwilliger in bestimmten Bereichen, z.B. Umgang mit Senioren (körperliche und geistige Methoden zur Aktivierung von Senioren, Umgang mit Altersdepressionen und Todesängsten, Umgang mit Demenz etc.), Pressearbeit, Projektmanagement etc.

Zielgruppen

FA/FZ richten sich an alle Menschen und sind politisch und konfessionell neutral, um möglichst viele BürgerInnen zu erreichen, die sich nicht direkt bei Vereinen und Verbänden melden. Erfahrungsgemäß werden die unterschiedlichsten Altersgruppen und Gesellschaftsschichten angesprochen. Jedoch ist besonders die Altersgruppe 55plus (vom Übergang Beruf in den Ruhestand bzw. bereits im Ruhestand) schwer zu erreichen. Hier gilt es ggf. spezielle Angebote bzw. Ansprachen zu organisieren. Die FA/FZ können auch Arbeitssuchenden einen Halt geben, und nach Verlust der Arbeitsstelle neue Möglichkeiten zur sinnvollen Strukturierung ihres Alltags bieten.

Welchen Nutzen bringt eine FA/FZ?

Ausgerichtet an der Ausgangslage bzw. den Themen vor Ort ist hier der Nutzen darzustellen wie eine FA/FZ durch ihre Aufgaben einen Teil zu „Problemen“/ Situation vor Ort beitragen kann.

Veränderungen der Einwohnerstruktur → Nutzung der Ressourcen:

- Integration von Randgruppen in den Alltag über freiwilliges Engagement (z.B. Arbeitslosen sinnvolle Zeitstrukturierung über Engagement geben)

- Nutzung des Erfahrungswissens der Älteren

Auseinanderbrechende soziale Orts-Strukturen → Organisation von Projekten je nach lokalem Bedarf, z.B.:

- Besuchsdienste für alte Menschen, Lesepaten für leseschwache Grundschüler, Hausaufgabenbetreuung, Schülerpaten usw.

Wandel im Ehrenamt/ freiwilligem Engagement →

Direkte und gezielte Ansprache:

- BürgerInnen direkt ansprechen
- Zeitlich und thematisch überschaubare Mitwirkungsmöglichkeiten bieten
- Hemmschwelle zur Aufnahme eines Engagements senken durch unverbindliche Anlauf-/Informationsstelle

Dabei profitieren:

... die Gemeinde/Stadt selbst – Steigerung des Standortfaktors „Lebensqualität“:

- Gezielte Gewinnung Freiwilliger/Ehrenamtlicher für ihre kommunalen Belange
- Lebendige Gemeinde durch Teilnahme an Dorfentwicklungsprozessen/ ggf. Wiederbelebung eingeschlafener Prozesse
- Anregung von Kooperationen zwischen Bürgerschaft, Kommunalverwaltung, Gemeinderat, freien Trägern und Unternehmen zur gemeinsamen Lösung von Aufgaben mit Hilfe BE
- Gelebter Generationendialog
- Festigung und Steigerung der Identität mit dem Ort
- Stärkung des sozialen Zusammenhalts durch Umeinander-Kümmern
- Integration von Neubürgern und von Randgruppen (die Integration von Randgruppen spielt eher im städtischen Raum eine Rolle)

- FA/FZ als deutliches Zeichen für Wertschätzung des Ehrenamts

... die BürgerInnen:

- Informationen rund um freiwilliges/ehrenamtliches Engagement (dieser Raum spielt eher im städtischen Raum eine Rolle)
- Unterstützung beim freiwilligen Engagement, z.B. durch Fortbildung, Supervision (spielt eher im städtischen Raum eine Rolle)
- Engagementangebote entsprechend individueller Qualifikationen und Wünsche/ Mitwirkungsmöglichkeiten in eigener Gemeinde
- Steigerung der Fähigkeiten/ Erhaltung von Selbstwertgefühl/ Gefühl des „noch gebraucht werdens“/ Integration in den Alltag, sinnvolle Zeitstrukturierung

... die Vereine und Verbände/gemeinnützige Einrichtungen:

- Zugang zu neuen Freiwilligen/ Ehrenamtlichen
- Anregungen für neue Formen der Zusammenarbeit mit Freiwilligen
- Neue Impulse von aussen und Werbung durch neue Freiwillige als - Multiplikatoren
- Unterstützung bei Vereinsmanagement, Fortbildungsangebote
- Falls ein Verband als Träger einsteigen möchte: Trägerschaft einer FA/FZ als Imagefaktor

... die Schulen:

- Öffnung nach aussen
- Unterstützung bei Erfüllung ihres Auftrags
- Attraktive Angebote für die SchülerInnen

Welche Infrastruktur (Büro, Personal) ist für einen erfolgreichen Betrieb erforderlich?

Erforderlich sind:

- Mindestens zwei abgetrennte Räume für Beratung und Büro: im Rahmen einer Engagementberatung wird auch die Motivation für das freiwillige Engagement erfragt; hierbei kann es öfters zu Situationen kommen (z.B. Verlust des Arbeitsplatzes oder des (Ehe-)Partners), die eines gewissen abgeschlossenen Raums bedürfen, der den laufenden Bürobetrieb ausschließt.

Beim Standort ist die Lage mit entscheidend für die Akzeptanz und den Erfolg der FA/FZ: helle freundliche Räume sowie ein möglichst zentraler Standort in der Stadt bzw. innerhalb eines Landkreises signalisieren die Erreich-

barkeit für die BürgerInnen. Bei einem grossen Landkreis ist es sinnvoll an zwei Standorten präsent zu sein (z.B. an abwechselnden Wochentagen).

Ebenfalls ist an einen gehbehindertengerechten Zugang zu denken.

Die Erfahrung zeigt, dass ein positiver Ersteindruck auf (Lauf-)kundschaft den weiteren Beratungsverlauf günstig beeinflusst.

- Eine Ganztags- oder Halbtagsstelle, ergänzt ggf. durch eine 400 Euro-Kraft. Für eine Stellenbeschreibung für LeiterIn FA/FZ: siehe 4.6.3.
- PC-Arbeitsplatz mit Internetanschluss für eigene Email von FA/FZ; je nach Personal auch mehrere PC-Arbeitsplätze

Ebenfalls kann eine FA/FZ nur dann erfolgreich sein, wenn sie Freiwillige in ihre Arbeit mit einbindet. Allerdings nur dann, wenn jede/r Freiwillige klare überschaubare Aufgaben hat und keine Doppelarbeiten vorkommen.

 Eine hauptamtliche Stelle wird für die Nachhaltigkeit dringend empfohlen. Die/der Hauptamtliche gewährleistet Kontinuität, kann einen Rahmen und Struktur aufbauen und fachliches Know-How bereitstellen. Gerade in der Aufbauphase muss die FA/FZ Vertrauen bei Kooperationspartnern und BürgerInnen gewinnen: hier gewährleistet ein fester, hauptamtlicher Ansprechpartner personelle Kontinuität und schafft somit eine Vertrauensbasis. Die Einbindung von Freiwilligen für einzelne Aufgaben ist wichtig, jedoch sind hier auch Hauptamtliche erforderlich, die einen Ausfall von Ehrenamtlichen „auffangen“ sowie das Team zusammenhalten und motivieren können.

 Als gemeinnütziger Verein besteht noch die Möglichkeit sog. „Ein-Euro-Kräfte“ einzubinden. Hierzu noch ein paar Tipps:

- Je klarer die Aufgabenbeschreibung, desto besser kann die Agentur für Arbeit geeignete Bewerber identifizieren
- Im ländlichen Raum ist der Pool nicht so gross, die Suche nach geeigneten Kräften kann demnach länger dauern als in der Stadt

Wie könnte eine Trägerschaft aussehen?

Je nach Gründungsimpuls und lokalen Präferenzen gibt es verschiedene Möglichkeiten für die Trägerschaft einer FA/FZ, z.B.:

- eigens gegründeter Verein
- Wohlfahrtsverband
- Bürgerstiftung
- bereits bestehende andere Institutionen, z.B. Mehrgenerationenhäuser
- Gebietskörperschaft
- Aktionsgemeinschaft aus bereits vorhandenen Vereinen
- Gemeinnützige GmbH (gGmbH), wegen hoher Kapitaleinlage (derzeit noch 25.000 Euro erforderlich) und kaum vorhandener Extravorteile gegenüber anderen Formen jedoch eher nicht empfehlenswert

In Bayern sind knapp 60% der FA/FZ in Trägerschaft von Wohlfahrtsverbänden. In Baden-Württemberg sind 50% bei Gebietskörperschaften, 18% bei Verbänden, 24% in freien Vereinen sowie 6% in Mischträgerschaften angesiedelt¹¹.

Die Vorteile und Nachteile der unterschiedlichen Trägerschaftsformen sind in folgender Tabelle zusammengefasst. Dabei kommt die Ausprägung der Vor- und Nachteile auf die jeweils lokalen Gegebenheiten an.

Trägerschaftsform	Vorteile	Nachteile
Eigens gegründeter Verein	Selbständig; kurze Entscheidungswege und somit rasches, flexibles Handeln möglich; keine Verbandsvorgaben und –politik zu beachten; Gründung relativ leicht; Firmen fördern eher unabhängigen Verein als einen Wohlfahrtsverband (als Sponsor oder Fördervereins-Mitglied)	Ggf. schwerer Zugang zur Verwaltung zu finden; Kein Zugang zu Fördermöglichkeiten über z.B. „Glücksspirale“, jedoch ARD-Fernsehlotterie für alle gemeinnützigen Vereine möglich!
Gebietskörperschaft	„kurzer Dienstweg“; Erleichterung des Kontakts; klares Signal für die Unterstützung freiwilligen Engagements	Verdacht, dass es der Stadt / Kommune nur um Einsparungen geht; BürgerInnen fürchten zu grosse Verwaltungsnähe, verlängerter Arm der Verwaltung
Wohlfahrtsverband	Einfacher Zugang zu Ressourcen und Lotteriemittel	Schwierig, Neutralität auch nach aussen darzustellen; verbandseigene Interessen können überwiegen; möglicherweise Einschränkung bei Projektauswahl, wenn nicht als Zielgruppe/ Bereich für Verband interessant; Start neuer Projekte erfordert ggf. längere Anlaufzeit aufgrund von Abstimmungsrounds mit dem Träger
Mischträgerschaft/ Aktionsgemeinschaft	Signalisiert umfassendes Interesse an BE Schafft Zugänge in verschiedene Bereiche und erleichtert Vernetzungsarbeit	Komplex, ggf. intern hohe Reibungsverluste durch langwierige Entscheidungs- und Abstimmungsprozesse
Bestehende Institutionen (Mehrgenerationenhaus); Bürgerstiftung	Ggf. bereits etabliert und bekannt; FA/FZ muss bei Öffentlichkeitsarbeit nicht ganz von vorne anfangen	Unterschiedliche Aufgaben von MGH und FA/FZ müssen klar geregelt und auch nach aussen dargestellt werden, was ggf. schwierig sein kann.

☀ Bei der Satzung muss darauf geachtet werden, dass beim sog. Zweckparagrafen die Aufgaben der FA/FZ weit gefasst werden. Die Förderung bürgerschaftlichen Engagements war bisher noch nicht als besonders förderungswürdig anerkannt im Sinne der Abgabenordnung. Mit der neuen Gesetzesreform zur Gemeinnützigkeit

soll jedoch die Förderung des bürgerschaftlichen Engagements zu Gunsten gemeinnütziger, midltätiger und kirchlicher Zwecke als gemeinnützig anerkannt werden. Bisher war es empfehlenswert den Förderzweck im Bereich Bildung anzusiedeln, zum Beispiel „Information und Beratung von Freiwilligen sowie von gemeinnützigen Einrichtungen“ oder/und „Aus- und Weiterbildung von Freiwilligen“. Die Erlangung der Gemeinnützigkeit ist von vitaler Bedeutung, da teilweise bis zu 20% des Gesamtbudgets über Spenden und Mitgliederbeiträge abgedeckt werden können. Es empfiehlt sich, vor Einreichung der Satzung beim Amtsregister und dem zuständigen Finanzamt die Satzung vorzulegen, um sicherzustellen, dass das Finanzamt die Gemeinnützigkeit des Vereins anerkennt.

 Unabhängig von der gewählten Trägerschaft gilt es folgende Punkte zu beachten:

- Neutralität zu wahren und auch nach aussen zu signalisieren: besonders, wenn ein Wohlfahrtsverband der Träger ist, sollte er im Erscheinungsbild der Agentur (Name, Logo, Flyer) nicht direkt ins Auge fallen
- Erforderliche Ausstattung zu gewährleisten
- Keine langen Entscheidungswege, die zu Behinderung flexibler und rascher Aufgabenerfüllung der Agenturleitung führen könnten
- Einen Beirat zu gründen mit prominenten Vertretern aus Verbänden, Politik und Wirtschaft, um die FA/FZ auf eine breite Basis zu stellen.

Kostenplan: Welche Kosten werden anfallen?

Wichtig ist für Geldgeber vor allem die Gesamtsumme, die jedoch aus der Abschätzung verschiedener Kostenpositionen abgeleitet werden muss. Die Höhe kann variieren, ebenfalls wie die Höhe der verschiedenen Kostenarten, die teilweise von Jahr zu Jahr unterschiedlich hoch ausfallen können.

Der Kostenplan kann aufgegliedert werden in:

1) Gründungskosten, v.a. bestehend aus:

- Büroausstattung (Erstausstattung Büromaterial, PC, Drucker, Fax, Möbel)
- Vereinseintragung bei Notar und Amtsgericht, je nach Trägerschaft

2) Laufende Kosten:

Laufende Sachkosten: ca. 20-30% Anteil an Gesamtkosten

- Öffentlichkeitsarbeit: ca. 50% der Sachkosten z.B. Druck und Graphik von Flyern Briefpapier, Veranstaltungen, Porto für größeren Einladungsversand etc.
 - Unterhaltskosten: wenn Büroräume gestellt werden: ca. 20% der Sachkosten, ansonsten höher; z.B. Miete bzw. Nebenkosten, Anerkennung z.B. für kleinere Geschenke für Freiwillige, Bewirtung im Büro, laufendes Büromaterial/ Porto, Versicherungen:
 - Materialeinkauf: größere Posten, z.B. Druckerpatronen: ca. 5-10%
 - Kommunikation: Telefon und Internet (Providergebühr): ca. 15-20%
- Laufende Personalkosten: ca. 70-80% Anteil an Gesamtkosten
- Personal
 - Fortbildungskosten
 - Fahrtkosten (besonders im ländlichen Raum)
 - Kostenerstattung für Freiwillige der FA/FZ

 Beim Finanzierungsplan empfiehlt es sich Minimum und Maximum zu berechnen, erfahrungsgemäß erfolgt ein „Abschlag“ von 10%; die geforderten Summen sollten aber gegenüber Geldgebern nicht prohibitiv hoch sein. Ebenfalls sollte die Förderung nicht zweck- bzw. kostenartenbezogen sein, so dass hier Flexibilität innerhalb der Kostenpositionen herrscht.

 Der Finanzierungsplan sollte gleich zu Anfang mit dabei sein und nicht erst nachgereicht werden müssen, um zu verdeutlichen, dass eine FA/FZ nicht „umsonst“ ist.

Wie sehen die Finanzierungs-/Fördermöglichkeiten aus?

Generell weisen FA/FZ eine Mischfinanzierung auf, z.B.:

- Zuschüsse von Landkreis und Stadt
- Vereinsbeiträge
- Europäische Fördermittel: Interreg, LEADER+, regionale Dorfentwicklung, ELER; ESF. Für die europäischen Fördermittel zur Stärkung des ländlichen Raums ist es am besten das Regionalmanagement/ den Regionalmanager zu kontaktieren, die bei der Antragerstellung behilflich sind. Oft können hier die Landratsämter den Kontakt herstellen.
- Lotteriemittel: Glücksspirale, Aktion Mensch, ARD Fernsehlotterie

- Projektbezogene Förderungen: vereinzelt von Stiftungen
- Fördergelder von Ministerien für einzelne Aufgaben
- LOS-Gelder: Lokales Kapital für Soziale Zwecke, hier muss aber die Stadt generell den Antrag zur Förderung eines Stadtteils stellen
- Sachspenden durch Firmen vor Ort (z.B. Büromaterial, Möbel)
- Bereitstellung von Räumen und Infrastruktur
- Erlöse aus Einzelaktionen: Tombola, Benefizkonzert
- Sponsoren: Einzelfirmen, Service Clubs (z.B. Lions, Rotary), Wirtschaftsjuvenoren
- Sparkassen, Raiffeisenbanken oder auch andere Geldinstitute
- Bürgerstiftung oder eigens für FA/FZ gegründete Stiftung
- Ggf. projektbezogene Zuschüsse über Agentur für Arbeit
- Aufnahme in Liste der Bußgelder

 Eine Grundfinanzierung - ca. 60-70% der Gesamtkosten - muss zugesichert sein. Andernfalls kann nicht ausreichend operativ gearbeitet werden (und somit Ergebnisse erzielt werden), sondern muss zuviel Zeit mit Fundraising verbracht werden. Projektbezogen können, wenn die FA/FZ bereits gegründet ist, relativ gut Spenden eingeworben werden. Besonders Firmen können aber erst nach einiger Zeit bei Vorlage erster Ergebnisse gewonnen werden.

 Bei der Finanzierung ist auch auf ausreichende Liquidität zu achten, d.h. wann werden z.B. öffentliche Zuschüsse gezahlt und ob ggf. vorfinanziert werden muss. Bei einem eigenen Verein als Träger sind die Möglichkeiten der Vorfinanzierung jedoch eingeschränkt. Notfalls kann z.B. die Sparkasse oder Raiffeisenbank vor Ort unter Umständen mit einem zinslosen Darlehen zur Liquiditätsüberbrückung aushelfen.

3.4. Argumentationsmaterial für das Konzept

Um einzelne Punkte im Konzept mit Daten unterstreichen und auch den oftmals abstrakten und unbekanntem Begriff der FA/FZ mit Leben füllen zu können, sind im folgenden sowohl einige Daten aus Studien sowie Praxisbeispiele zusammengetragen worden.

Studien zu Engagement(potential)

Freiwilligensurvey Bayern

Die Freiwilligensurvey Bayern 2004 von TNS Infratest Sozialforschung ergibt ein hohes, und im Vergleich zu 1999 sogar noch gestiegenes Engagementpotential.

Engagementpotential – existiert in bedeutendem Umfang und ist zudem gestiegen

	1999 in %	2004 in %
Bayern	23	30
Alte Bundesländer	27	31
Neue Bundesländer	27	34

Engagementpotential nach Altersgruppen

Altersgruppe	1999 in %	2004 in %
14-24	38	33
25-34	35	44
35-44	23	31
45-54	18	32
55-64	20	32
65+	6	13

Engagementpotential nach Geschlechtern

Geschlecht	1999 in %	2004 in %
Männer	21	29
Frauen	26	31

Wünsche an den Staat/die Öffentlichkeit in Bayern

Wünsche	1999 in %	2004 in %
Bessere Information über Möglichkeiten des freiwilligen Engagements	54	55
Mehr Anerkennung durch Berichte in Presse und Medien	47	50
Bessere steuerliche Absetzbarkeit der Aufwandsentschädigungen	54	48
Bessere steuerliche Absetzbarkeit der Unkosten	58	45
Bessere Absicherung durch Haftpflicht/Unfallversicherung	46	41
Anerkennung als berufliches Praktikum	50	38
Mehr öffentliche Anerkennung, z.B. durch Ehrungen	21	24

Dabei erfüllt eine FA/FZ als Informationsstelle den an erster Stelle genannten Wunsch der bayerischen BürgerInnen!

Engagementpotential laut bundesweiter Studie von Braun/Klages ^{IV}

Laut einer bundesweiten Studie von Braun/Klages würden sich 37% der deutschen Bundesbürger über 14 Jahren freiwillig engagieren, tun dies aber noch nicht v.a. wegen „unzureichender Informationen“ als Hindernis für ein Engagement. Diese 37% setzen sich wie folgt zusammen:

Derzeit Engagierte 34%	Personen, die derzeit nicht engagiert sind 66%	
Von diesen wären bereit und in der Lage, ihr Engagement auszuweiten 34%	Waren früher einmal engagiert: 31% Davon wollen sich wieder engagieren: 47%	Waren bisher noch nicht engagiert: 67% Davon wollen sich erstmals engagieren: 37%
11% „Expansive“	10% „Ehemalige“	16% „Neue“

Tätigkeiten werden bevorzugt, die Spaß machen und wo über die Intensität und Dauer des Einsatzes selbst entschieden wird. Persönliche Motive und Vorlieben treten heute im „neuen Ehrenamt“ stärker in den Vordergrund. Die Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung trägt zum sog. Motiv- und Strukturwandel im Ehrenamt bei.

Erwartungen an das Engagement und Erfüllungsgrad

Motiv	Erwartungen in %	Erfüllungsgrad in %
Spaß haben	83	80
Sympathische Menschen kennen lernen	77	74
Anderen helfen	72	65
Dem Gemeinwohl dienen	74	61
Kenntnisse, Erfahrungen einbringen	63	49
Eigene Verantwortung wahrnehmen	49	40
Anerkennung erhalten	42	47
Eigene Interessen durchsetzen	28	24
Eigene Probleme lösen	28	21
Auch beruflicher Nutzen	16	14

Braun/Klages haben auch Gründe zusammengestellt, warum ehemals Engagierte aufgehört haben. Bei diesen Gründen kann auch eine FA/FZ ansetzen, um den Beendigungsgründen entgegenzuwirken, z.B. im Rahmen einer Engagementberatung die Vorstellungen, Erwartungen und Qualifikationen zu ermitteln, so dass die Gründe „Zeitaufwand zu gross“, „Vorstellungen nicht zu verwirklichen“, „fühlte mich überfordert“ erst gar nicht auftreten. Ebenfalls kann die FA/FZ ggf. bei Spannungen mit Hauptamtlichen als neutraler Dritter vermitteln und auch über Standards (siehe 5.) zu einer besseren Einbindung der neuen Freiwilligen in den Einrichtungen beitragen. Im Rahmen der Engagementberatung kann die FA/FZ die BürgerInnen auch ermuntern Probleme in den Einrichtungen kund zu tun,

bevor dem Engagement frustriert der Rücken gekehrt wird.

Gründe für Beendigung der freiwilligen Tätigkeit	Alte Länder in %	Neue Länder in %
Zeitaufwand zu gross	38	32
Nicht genug Leute zum Weitermachen	20	21
Vorstellungen nicht zu verwirklichen	15	16
Fühlte mich überfordert	11	10
Spannungen mit Hauptamtlichen	13	12
Spannungen in der Gruppe	9	6
Fühlte mich ausgenutzt	8	4
Keine Finanzierung mehr	3	12
Finanzieller Aufwand zu gross	4	5
Auflösung der Gruppe	10	32

Beispiele für Kosten-Nutzen-Analysen: Materieller Nutzen von FA/FZ

Eine quantitative Betrachtung freiwilligen / ehrenamtlichen Engagements darf nicht über den immensen, nicht bezifferbaren Nutzen freiwilligen Engagements hinwegtäuschen: in den meisten Fällen garantieren die Freiwilligen ein Stück lebenswichtiger Wärme und Menschlichkeit. Deshalb sind monetäre Bewertungen schwierig, können aber trotzdem ein Gefühl geben, dass FA/FZ nicht nur einen rein qualitativen Nutzen für das lokale Gemeinwesen erbringen.

Eine Untersuchung dreier Freiwilligen-Agenturen belegte, dass der Nutzen für die Kommune zwischen 27% bis 171% höher war als die Förderung, z.B. durch Vermittlung in gemeindenahen Leistungen und in den ersten Arbeitsmarkt oder die ehrenamtliche Übernahme von Betreuungsaufgaben. Und selbst in einem ungünstigen Fall wurden mindestens 73% der Kosten wieder eingefahren^v.

Eine Studie der Universität Regensburg zur Kosten-Nutzen-Analyse der Freiwilligen-Agentur Regensburg aus dem Jahr 2004 erbrachte ein Nutzenverhältnis von 14:1. Die

von der Freiwilligen-Agentur vermittelten Freiwilligen erbringen demnach einen Wert von insgesamt 285.521 Euro pro Jahr auf Basis eines angenommenen Stundenlohnes von 8 bzw. 12 Euro, wobei 8 Euro für leichtere Arbeiten angesetzt wurden. Es wurde von einer durchschnittlichen Tätigkeitsdauer von 3,94 Stunden pro Woche ausgegangen. Abzüglich des städtischen Zuschusses in Höhe von 18.750 Euro ergibt sich somit ein Verhältnis von 14:1, d.h., für jeden investierten Euro werden 14 Euro von der FA für das Gemeinwesen „erwirtschaftet“. Ebenfalls erbrachte die Studie, dass 20% der Einrichtungen ohne die vermittelten Freiwilligen schließen, viele andere teils erhebliche Einschränkungen in ihrem Dienstleistungsangebot ohne den Einsatz der Freiwilligen vornehmen müssten^v. Die Freiwilligenagentur Memmingen-Unterallgäu erbrachte bereits im ersten Jahr nach der Gründung eine Wertschöpfung von über 20.000 Euro, d.h. der Wert der vermittelten und initiierten freiwilligen Arbeit überstieg die Förderung um mehr als 20.000 Euro, wobei hier mit extrem niedrigen Stunden- Ansätzen gerechnet wurde. Dabei wurden analog zu Regensburg Stundenlöhne von 8 bzw. 12 Euro angesetzt, jedoch eine niedrigere Tätigkeitsdauer von nur zwei Stunden pro Woche angenommen. Ebenso wurde nur das freiwillige Engagement der Jugendlichen innerhalb des Projektzeitraumes berücksichtigt, wobei jedoch durchschnittlich 50% der Jugendlichen ihr Engagement auch nach dem Projektende weiterführen, was aber nicht in die Berechnungen mit einbezogen wurde aufgrund mangelnder Kontrollmöglichkeiten. Für das zweite Jahr nach der Gründung hat sich die Wertschöpfung drastisch erhöht, v.a. durch das Engagement der Schülerpaten, aber auch durch die gestiegene Anzahl von (jungen und erwachsenen) Freiwilligen: 241.396 Euro. Abzüglich der Ausgaben in Höhe von 53.786 ergibt das einen Gewinn von 187.610 Euro^{viii}.

Projektbeispiele aus der Praxis

Um den abstrakten Begriff einer FA/FZ noch mit weiterem Leben füllen zu können, sind nachfolgend einige Beispiele aus der Praxis aufgelistet.

Zahlen zu Anlauf-/Vermittlungsstelle:

- 600 Freiwillige melden sich p.a. in München; zwischen 120-150 p.a. in Augsburg oder Regensburg; für Stadt Memmingen und Landkreis Unterallgäu haben sich in ersten 1,5 Jahren 100 BürgerInnen gemeldet

Projektentwickler:

- Schülerpaten: freiwillige/ehrenamtliche Paten aus der Wirtschaft begleiten Hauptschüler der 8. Klasse mit absehbaren Schwierigkeiten bei der Lehrstellensuche auf ihrem Weg in die Arbeitswelt, z.B. wurden auf Anhieb 41 Schülerpaten in Erkheim (ca. 3.000 Einwohner), Bad Wörishofen (ca. 12.000 Einwohner), Mindelheim und Türkheim (ca. 6.600 Einwohner) im Landkreis Unterallgäu gewonnen
- Jugendengagementförderung: Jugendliche gezielt für freiwilliges Engagement für Vereine und Verbände vor Ort in den Schulen gewinnen, z.B. im Landkreis Unterallgäu, wo in Gemeinden mit 5.000, 8.000 oder 14.000 Einwohnern – in Babenhausen, Ottobeuren und Mindelheim - zwischen 24% und 28% der in den Schulen angesprochenen Jugendlichen für Vereine vor Ort als Freiwillige gewonnen werden konnten.
- Zeit-Zeugen: Ältere erzählen Jüngeren von ihren Erlebnissen, z.B. können zusammen mit dem Heimatarchiv Jüngere Ältere interviewen zu bestimmten Themen der Stadtgeschichte etc., z.B. nehmen im Landkreis Cham 13 ältere Menschen an einem Zeit-Zeugen-Projekt teil, in dem Zeit-Geschichte von den Älteren für die Jüngeren greifbar gemacht werden
- Patienten-Besuchsdienste, z.B. 17 Freiwillige besuchen Patienten in den Kreiskrankenhäusern im Landkreis Cham
- Paten für arbeitslose Jugendliche unter 25: In Zusammenarbeit mit der Agentur für Arbeit und anderen betroffenen städtischen Einrichtungen werden arbeitslose Jugendliche von Freiwilligen begleitet. Dabei unterstützen die Freiwilligen die Jugendlichen dabei den Berufseinstieg über Maßnahmen der Arbeitsförderung zu finden und ihren Alltag zu regeln.
- Organisation verbandsübergreifender Fortbildungskurse in Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen auf Wunsch der Verbände, z.B. sicher und kompetent mit Senioren als Freiwillige/r umgehen
- „Erfahrungswissen für Initiativen“: Menschen ab 50 bzw. im Übergang Beruf-Ruhestand werden gezielt angesprochen, um v.a. eigene Ideen im Gemeinwesen in verantwortungsvoller Rolle umzusetzen
- Organisation von Besuchsdiensten für alte, allein lebende Menschen
- Lesepaten: für leseschwache Grundschüler werden Lesepaten gewonnen oder es

werden Vorlese-/Märchenstunden zu speziellen Zeiten oder im Rahmen gesonderter Veranstaltungen angeboten

- Förderung aktiver Bürgerbeteiligung vor Ort: die FA/FZ dient als Anstoßgeber, um einzelne „Lücken vor Ort“ zu decken und versucht BürgerInnen zielgerichtet auf den Bedarf als Freiwillige zu gewinnen
- Öffnung von Schulhöfen in den Ferien, um Jugendliche von der Strasse zu bekommen

3.5. Oft gestellte Fragen und Befürchtungen

In Gesprächen zur Vorstellung der FA/FZ kommen immer wieder ähnliche Fragen und Befürchtungen, die im folgenden zusammengestellt wurden.

Nehmen FA/FZ den Vereinen und Kirchengemeinden die Ehrenamtlichen weg?

Nein, durchschnittlich 74% der BürgerInnen, die sich bei FA/FZ melden waren vorher noch nie freiwillig tätig, ca. 10% wollen sich noch zusätzlich betätigen, 16% wollen nach langer Zeit wieder aktiv werden.

Auch bei gezielt gewonnenen Freiwilligen werden traditionelle Ehrenämter nicht aufgegeben, sondern die Aufgaben werden dann zusätzlich zu den bestehenden Ehrenämtern übernommen. Zudem wird jemand, der sein Ehrenamt beenden will, es so oder so beenden – auch ohne die Einwirkung einer FA/FZ.

Kann eine FA/FZ nicht auch ehrenamtlich betrieben werden?

Grundsätzlich ja, allerdings ist dann nur ein eingeschränkter Projektumfang bzw. „nur“ das Einhalten beschränkter Öffnungszeiten für BürgerInnen möglich. Die Möglichkeiten einer FA/FZ – ehrenamtliches Potential zu wecken – werden nur beschränkt oder gar nicht ausgeschöpft. Ebenfalls können Freiwillige/Ehrenamtliche oft nicht die Kontinuität gewährleisten, die gerade in der Aufbauphase, aber auch später, erforderlich ist.

Gibt es keine Konkurrenz zu Vereinen bzw. Doppelarbeiten?

Nein, wenn im Rahmen der Bedarfsanalyse und des späteren Projektmanagements die Aufgaben übereinstimmend verteilt werden und vor Arbeitsanfang festgestellt wird, wer was zu welchem Thema bereits macht.

Hier ist doch schon jeder engagiert!

Erfahrungsgemäß gibt es überall Engagementpotential (siehe 3.4). Dies belegen mehrere Studien bzw. auch Beispiele aus einzelnen Landkreisen.

Welche Personen melden sich bei einer FA/FZ?

Die Bevölkerung kann erfahrungsgemäß sehr gleichmäßig mobilisiert werden, jedoch ist zu beachten, dass die Altersgruppe 55plus sich nicht – zumindest von sich aus, ohne gezielte Ansprache – überproportional mehr als andere Altersgruppen engagiert.

Warum gehen diese Personen denn nicht gleich zu den von der FA/FZ vermittelten Stellen?

Diese Frage stellt sich im Fall von grossen Organisationen oder bekannten Engagementmöglichkeiten, v.a. bei Seniorenheimen. Diejenigen, die sich nach einer Engagementberatung dort engagieren, wollten sich aber vorher über die verschiedenen Möglichkeiten zuerst erkundigen und waren sich in den meisten Fällen noch gar nicht so sicher, was genau zu ihnen passt.

Welchen Nutzen hat überhaupt so ein Vermittler bzw. die Engagementberatung?

Analog zu einer Geldanlage besteht bei vielen BürgerInnen der Wunsch sich vor ihrer Zeitspende umfassend zu informieren. Diesen Bedürfnissen wird die Engagementberatung gerecht. Zudem können die Hemmschwellen zur Aufnahme eines freiwilligen Engagements bedeutend gesenkt werden, wenn die BürgerInnen sich erst unverbindlich informieren können. Dies wird auch dem Wunsch der bayerischen BürgerInnen gerecht, die mehr Informationen über Möglichkeiten fordern (55% laut Freiwilligensurvey). Für einige BürgerInnen stellt die FA/FZ auch eine Art Sicherheitsnetz dar, in das sie bei Bedarf „zurückfallen“ können, wenn das Engagementfeld dennoch nicht den Vorstellungen entspricht oder sich die zeitlichen Möglichkeiten ändern: in diesem Fall kann über die FA/FZ ein neuer Engagementbereich gesucht werden. Dies zieht aber nicht eine größere Unverbindlichkeit der Freiwilligen nach sich, sondern reduziert lediglich die Hemmschwellen für den Start eines freiwilligen Engagements.

Für welchen Bereich werden die meisten Freiwilligen gewonnen?

Erfahrungsgemäß interessierten sich knapp 80% für den sozialen Bereich. Für Kirchen, Freiwillige Feuerwehr oder THW werden eher weniger Freiwillige gewonnen, da BürgerInnen sich direkt an diese Organisationen wenden. Innerhalb des sozialen Bereichs verteilen sich die Interessen dann auf unterschiedliche Zielgruppen wie kleine Kinder, Grundschüler, Hauptschüler, Senioren, Behinderte oder Menschen in schwierigen Lebenssituationen. Ebenfalls übernehmen viele die Organisation von zeitlich abgegrenzten Projekten bzw. wirken darin mit, d.h. es werden nicht nur regelmäßige betreuende

Tätigkeiten übernommen (siehe auch Engagementberatung).

3.6. Ansprache potentieller Geldgeber

Ist das Konzept geschrieben, gilt es konkrete Gespräche zur Finanzierung zu führen. Für die Ansprache der Geldgeber empfiehlt sich die Darstellung des Konzepts auf 1-2 Seiten (Ziele, Aufgaben, Nutzen, Förderbedarf).

Vor dem Gespräch ist es hilfreich sich zu überlegen, was der Gesprächspartner als Nutzen aus der FA/FZ ziehen könnte und welche (politischen) Faktoren ihn/sie – zusätzlich zu ggf. klammer Haushaltslage – an der Förderung hindern könnten.

Politische Entscheidungsträger sollten frühzeitig informiert werden, bevor die Haushaltsverhandlungen im Oktober/November beginnen. Ebenso sollten Mitglieder der Fachausschüsse (meist sozialpolitischer Ausschuss, Jugendausschuss) kontaktiert werden. Hier kann auch Unterstützung von der lagfa bayern angefragt werden, die die Erfahrungen vieler bayerischer Freiwilligen-Agenturen wiedergeben kann und Zweifel der Geldgeber schon vorab dämpfen oder aus dem Weg räumen kann.

Nach Absprache mit dem Landrat ist nach dem Erstgespräch auch der Kreisausschuss/ Gemeinderat/Marktrat/Stadtrat rechtzeitig einzubinden. Der Landrat kann darum gebeten werden, das Anliegen in der Bürgermeisterdienstbesprechung und/oder Kreisausschuss vorzustellen, so dass die Kreisräte rechtzeitig informiert sind. Das gleiche gilt auch für die Stadt, wo die Fraktionsvorsitzenden der Stadtratsparteien in einer Veranstaltung eingeladen werden können und auch diejenigen Ausschussmitglieder, die über die Förderung abstimmen.

Auch wenn Firmen sich erfahrungsgemäß erst nach Vorlage erster Ergebnisse zu Spenden bewegen lassen, sollte gleich zu Beginn die IHK informiert werden.

☀ Je nach Grundbereitschaft kann ein Gespräch allein ggf. nicht ausreichend sein, ein längeres Nachhaken wird erforderlich sein.

☀ Wichtig ist die Zusage einer Finanzierungsdauer von mindestens zwei Jahren. Innerhalb von zwei Jahren kann die FA/FZ beweisen, dass sie ihr Geld wert ist. Bis eine FA/FZ ins Laufen kommt, d.h. erste Ergebnisse aus Projekten und Engagementberatung vorliegen dauert es ungefähr ein Jahr – vorausgesetzt, die FA/FZ weist hauptamtliches Personal auf. Je nach Landkreis-Größe kann es im

ländlichen Raum auch länger dauern, besonders ein hoher Bekanntheitsgrad stellt sich in einem Landkreis erst nach ca. 1,5 - 2 Jahren ein.

 Ein Beschluss des Ratsgremiums sollte auf jeden Fall herbeigeführt werden, der die finanzielle Ausstattung verbindlich regelt und damit der FA/FZ einen festen Platz im Gemeinwesen signalisiert. Ideal wäre die Verankerung der Förderung als fester, laufender Haushaltsposten.

3.7. Umgang mit möglichen Widerständen

Neue Ideen bzw. Bewegungen können nicht nur Begeisterung, sondern auch Skepsis hervorrufen.

Widerstände können sich generell auf einen der vier Faktoren bzw. einer Kombination aus mehreren begründen:

- Machtverlust
- Mittel-/Ressourcenverlust
- Befürchtete Einmischung in bestehende Prozesse
- Prestigeverlust

Umgelegt auf die Situation eine FA/FZ zu gründen, könnte das an zu erwartenden Widerständen z.B. heißen:

- Verwaltung: Mehrarbeit; unpassend und unkontrollierbar; Arbeitsplatzängste
- Vereine: Konkurrenz, Kampf um Mittel und Ansehen
- Verwaltungsspitze: zu starke Einmischung der BürgerInnen befürchtet, damit Machtabgabe und Anpassung an neue Situationen
- Gesichtsverlust, wenn die FA/FZ doch nicht erfolgreich ist, was dann? Rechtfertigung vor den BürgerInnen/WählerInnen

Für Gespräche kann es hilfreich sein, sich die Gründe für die Widerstände zu überlegen und diese im Gespräch zu entkräften. Dabei hängt es von der jeweiligen Situation ab, ob hierbei explizit auf die Befürchtung eingegangen wird oder indirekt. Geäußerte Kritik sollte ernst genommen und genauer hinterfragt werden. Je nach Gesprächssituation empfiehlt es sich explizit oder indirekt auf die Ängste einzugehen bzw. diese aus dem

Weg zu räumen oder auch zuzugeben, dass es z.B. bei mehr Bürgerbeteiligung durchaus zu Mehrarbeit und ungewohnten Situationen kommen kann. Dabei kann aber versucht werden die Befürchtungen durch die Erläuterung von zu erwartenden Vorteilen zu entkräften, so dass für den Einzelnen das Positive und das Negative sich zumindest die Waage hält bzw. das Positive sogar überwiegt.

4. TIPPS FÜR DIE AUFBAUPHASE

Dieser Abschnitt soll Auskunft geben über die verschiedenen Aufgaben einer FA/FZ. Ist die Finanzierung zugesagt, Büroräume und Personal gefunden (sofern sie nicht bereits in der Gründungsphase feststanden), geht es an eine der wichtigsten Aufgaben einer FA/FZ, egal ob im ländlichen oder städtischen Raum: bekannt zu werden und durch gute Arbeit die Voraussetzungen für eine Anschlussfinanzierung zu schaffen.

4.1. Erste Schritte nach der Gründung

Die aufgeführten Schritte sollten neben der Einrichtung der Büroräume gleich zu Beginn erledigt werden und können parallel gestartet werden.

- Logo und Namen entwerfen – sofern in der Gründungsphase noch nicht geschehen; zur Namensfindung kann ggf. über die Presse ein öffentlicher Wettbewerb ausgerichtet werden, der dann von einer Jury (z.B. zusammengesetzt aus FA/FZ-Team, Trägern und politischen Entscheidungsträgern) bewertet wird; dies hat den Vorteil, dass damit die Öffentlichkeit direkt mit einbezogen wird.

 Der Name sollte positive Assoziationen wecken und den Begriff „Helfer“, „helfen“ vermeiden. Schließlich soll die FA/FZ gerade diejenigen Menschen mobilisieren, die Freude am freiwilligen Engagement haben und sich nicht selbst aufopfern möchten, sondern gemäß ihren eigenen Vorstellungen ihre Zeit spenden möchten.

- Die Fragebögen zur Engagementberatung (siehe 4.2.) für eigenen Bedarf modifizieren
- Mit Organisationen, die Freiwillige suchen, Kontakt aufnehmen: Fragebögen und Standards (siehe 5.1) vorstellen und besprechen; je nach Einzugsgebiet können natürlich nicht alle Organisationen sofort besucht werden, sondern die größten

Vereine und die Verbände. Die restlichen können auch über eine Einladung zu einer Informationsveranstaltung (siehe unten) informiert werden. Wichtig ist es, direkt auf die Einrichtungen zuzugehen; oft zögern viele Einrichtungen von sich aus am Anfang einer FA Kontakt aufzunehmen.

- Einzelgespräche mit der Presse führen, z.B. Chefredakteure und Journalisten
- Einzelgespräche mit Gemeinde/Stadtverwaltung/Oberbürgermeister führen, um deren Erwartungen und Wünsche (z.B. für bestimmte Projekte) zu sondieren. Die FA/FZ sollte hier jedoch Unabhängigkeit wahren und nicht zum reinen „Erfüllungsgehilfen“ der Träger bzw. Geldgeber werden.
- Pressegespräch zur Vorstellung der FA/FZ zusammen mit Oberbürgermeister/Landrat/ sowie mit weiteren Geldgebern und dem Träger/den Trägern. Ist eine FA/FZ sowohl für eine kreisfreie Stadt als auch für einen Landkreis zuständig und existieren jeweils verschiedene Presseorgane für Stadt und Landkreis, sollten zwei Pressegespräche durchgeführt werden: eines mit dem Landrat und der lokalen Presse und ein Pressegespräch mit dem Oberbürgermeister.
- Falls Sponsoren hierfür existieren, können Plakate entworfen werden, die mit griffigen Slogans für die FA/FZ werben bzw. für die Aufnahme eines freiwilligen Engagements werben.

 Als sehr sinnvoll erweist sich eine Informationsveranstaltung, die nach ca. drei Monaten erste Ergebnisse vorstellt und somit den Begriff der FA/FZ lebendig und greifbar macht. Der Einladungskreis sollte so gross wie möglich gefasst werden: Kreisräte/Stadträte/Bürgermeister/Verbände/Vereine und weitere interessierte BürgerInnen. Wichtig ist, dass die Presse über die Veranstaltung berichtet.

- Ein weiteres Mittel, um bekannt zu werden und v.a. Befürchtungen von Seiten Vereinen/Verbänden abzubauen kann die Organisation von einem „Markt der Möglichkeiten“ sein, der aber eher im städtischen Raum funktioniert: Vereine und Initiativen präsentieren sich im Rahmen von Ständen; BürgerInnen können sich an diesem Tag informieren und ggf. als neue Freiwillige im Rahmen dieses Tags gewonnen werden; hier ist aber der Aufwand/Nutzen genau abzuwägen, da die Organisation erfahrungsgemäß sehr zeitaufwändig ist. Bei der Veranstaltung ist darauf zu achten,

dass überall erwähnt wird, dass die FA/FZ der Veranstalter von diesem „Markt der Möglichkeiten“ ist.

 Wichtig ist, mit konkreten Ergebnissen und Aktionen zu starten. Die Aufgaben einer FA/FZ erscheinen vielen Menschen sehr abstrakt. Daher ist es wichtig, mit Beispielen die Arbeit der FA/FZ zu untermauern. Dies kann z.B. schon während des Pressegesprächs geschehen, wo erste geplante Projekte vorgestellt werden.

 Am Anfang sollte genau abgewogen werden mit welchen Projekten gestartet wird. Dabei können die Projekte hinsichtlich Arbeitsaufwand und erwartetem Ergebnis beurteilt werden; schwierigere Projekte gilt es erst im zweiten Lauf zu starten. Ein kleineres, aber dafür erfolgreiches Projekt hilft gerade am Anfang mehr als zwei größere, aber weniger erfolgreiche. Als guten Start hat sich z.B. ein Jugendengagementprojekt in Kooperation mit Schulen herausgestellt, komplexer ist das Schülerpatenprojekt, das auch nicht sofort greifbare Ergebnisse bringt.

4.2. Nutzen und Vorgehen der Engagementberatung

Warum überhaupt eine Engagementberatung?

Oberste Maxime der Engagementberatung ist es, dasjenige Engagementfeld zu finden, das den Talenten und Wünschen der Person am meisten entspricht und somit am meisten Freude bereitet. Dabei muss am Ende der Engagementberatung nicht unbedingt die Vermittlung herauskommen, sondern es kann auch ein Ergebnis sein, dass die beratene Person derzeit oder generell aus persönlichen oder zeitlichen Gründen kein Engagement aufnehmen kann.

Viele BürgerInnen haben:

- keine konkrete Vorstellung über die Vielfalt der Engagementmöglichkeiten
- keine Vorstellung, was genau sie machen wollen und können
- möchten sich analog zu einer Geldanlage erst genau informieren, bevor sie ihre (kostbare) Zeit spendieren (d.h. sich freiwillig engagieren).

Hierbei hilft die Engagementberatung, die genau herausfindet welche Engagementmöglichkeiten zu den individuellen Wünschen, Interessen und Talenten sowie zeitlichen Möglichkeiten passen. Die Engagementberatung ist eine Kernaufgabe aller FA/FZ und sollte eine hohe Qualität gegenüber den Kunden – den interessierten Freiwilligen und

den Organisationen – widerspiegeln. Dazu gehören bei der Engagementberatung:

- Offenheit: Unabhängig vom Äußeren sowie politischen und konfessionellen Ansichten wird jeder gleich beraten
- Angenehmes Umfeld: d.h. saubere und ansprechende Umgebung (Blumen, Kekse, Getränke)
- Ungestörtheit des Beratungsgesprächs: keine Störungen von aussen
- Zuverlässigkeit: Pünktliches Einhalten der Termine

Vorgehen bei der Engagementberatung

Der zweiseitige Fragebogen zur Engagementberatung (siehe 4.2.4.) kann als Leitfaden zum Vorgehen bei der Engagementberatung dienen.

Hauptteil der Engagementberatung ist die Frage nach der Motivation, nach möglichen Interessenbereichen (Soziales, Kultur, Ökologie, Sport) und dann, weiter verfeinert in Abstimmung mit den Talenten und Wünschen, welche Tätigkeitsart und welche Zielgruppe (Senioren, Kranke, Kinder, Jugendliche, geistig Behinderte etc.) bevorzugt werden bzw. am besten passen. Über dieses „Trichter“-Vorgehen werden die Möglichkeiten immer weiter eingegrenzt und somit am Ende die passende Engagementmöglichkeit gefunden.

Tätigkeitsfelder/Engagementbereiche

- sozialer Bereich (Altenheime, Behindertenwerkstätten, Hausaufgabenbetreuung, Lesepaten, Welt-/Kleiderladen...)
- kultureller Bereich (Schulen, Bücherei, Kulturwerkstatt, Kulturamt, Theater, Kleinkunsthöfen, Musikschule, ...)
- ökologischer Bereich (BUND, Dt. Alpenverein, Umweltprojekte)
- Sport
- Gesellschaftspolitischer Bereich (Agenda 21, Stadt-/Dorfentwicklung, ...)
- Kirchen

FA/FZ arbeiten träger- und verbandsübergreifend, d.h. es wird kein Bereich oder keine Organisation besonders bevorzugt, sondern allein die Interessen und Fähigkeiten des/r Einzelnen in der Engagementberatung berücksichtigt.

Zielgruppen

- Senioren, Demenzkranke
- Jugendliche

- Kinder (Kindergarten, Grundschule)
- Geistig und körperlich Behinderte
- Menschen in schwierigen Lebenssituationen: in Schuldenfalle geraten, Kranke, Obdachlose, Sterbende, Wohnungslose
- Migranten

Tätigkeitsformen

- Betreuend/ Begleitend: Besuchsdienste, Telefonberatung, Fahrdienste
- Einbringen spezifischer Fachkenntnisse: Pressearbeit, Gestaltung von Internetseiten, Fundraising, Buchhaltung
- Organisatorisch: zeitlich begrenzte Aktivität in unterschiedlichen Bereichen
- Bürodienste: Ablage, Sortieren, Erstellung von Excel-Listen, Telefondienste
- Handwerkliche Hilfen (hier ist jedoch darauf zu achten, dass keine gewerblichen Dienstleistungen verdrängt werden! Sicherzustellen ist dies nur, wenn die Bedürftigkeit des Empfängers nachgewiesen werden kann bzw. ein Wohlfahrtsverband hierfür bürgt.)

Am Ende des Gesprächs sollten die BürgerInnen mehrere Engagementangebote erhalten; in der Stadt existieren natürlich mehr Angebote als auf dem Land. Ebenfalls können Tipps zur Aufnahme eines freiwilligen Engagements (siehe 4.2.4.) mitgegeben werden.

Die Kontaktaufnahme zu der empfohlenen Organisation/Organisationen kann auf mehreren Wegen erfolgen:

- Der/die Freiwillige ruft selbst bei der Organisation an
- Die Organisation ruft beim Freiwilligen an, vorausgesetzt er/sie erklärt sich mit der Weitergabe seiner/ihrer Telefonnummer bereit
- Nach dem Gespräch nimmt die Agentur noch in Anwesenheit des/der potentiellen Freiwilligen Kontakt mit der Einrichtung auf und vermittelt das Gespräch: dies ist oft der sicherste Weg zu einer tatsächlichen Vermittlung zu gelangen, da hier die Hemmschwelle zur Kontaktaufnahme durch den Freiwilligen nicht mehr so hoch ist.

„Nicht vermittelbare“

Es kann durchaus vorkommen, dass von einem Engagement abgeraten werden sollte, z.B.

- Wenn klar wird, dass er/sie an sich bezahlte Arbeit sucht bzw. sich erhofft das Engagement unmittelbar in bezahlte Arbeit umwandeln zu können; hier empfiehlt

sich der Hinweis, dass es zwar durchaus verständlich ist nach bezahlter Arbeit zu suchen, das freiwillige Engagement aber nicht direkt mit dieser Hoffnung verknüpft werden kann

- Bei psychischer Instabilität: dies ist ein besonders schwieriger Bereich, der auch nicht im Rahmen einer Standardantwort gelöst werden kann. Hier gilt es genau abzuwägen, welche Tätigkeit in welchem Umfeld – wenn überhaupt – in Frage kommt.
- Ein Projekt aus Neumarkt „Blick hinter die Kulissen“ (siehe 4.4.2) kann dazu dienen, den Pool der „Ruhenden“ zu aktivieren, indem diese Personen angeschrieben und eingeladen werden ca. einmal im Monat eine Einrichtungen von innen („hinter den Kulissen“) kennenzulernen.

Am Anfang kann es vorkommen, dass die FA/FZ Möglichkeiten für engagementbereite BürgerInnen noch suchen muss, was sich aber mit zunehmendem Bekanntheitsgrad der FA/FZ legt.

Bei der Vermittlung sind zur Aufrechterhaltung der Qualität einige Standards zu beachten, die mit den Organisationen anfangs besprochen werden können (für Muster siehe 5.2.). Stellt sich im Laufe der Zeit heraus, dass von bestimmten Organisationen wiederkehrend schlechte Rückmeldungen der Freiwilligen kommen, sollte die FA/FZ als neutraler Dritter Kontakt mit der Organisation aufnehmen und um ein klärendes Gespräch bitten. Lässt sich das Problem nicht lösen, kann darauf hingewiesen werden, dass nicht mehr an diese Organisation vermittelt wird. Diese Einschätzung ist aber jeder FA/FZ selbst überlassen.

- ☀ Die lagfa bayern veranstaltet wiederkehrend Fortbildungen zur Engagementberatung, wo auch spezielle Fragestellungen behandelt werden.
- ☀ Sinnvoll ist es, zu Anfang des Gesprächs einen Zeitrahmen vorzugeben (maximal eine Stunde) und mit Hilfe des Fragebogens das Gespräch zu strukturieren.
- ☀ Nach ca. einem Jahr können die von den Einrichtungen gemeldeten Tätigkeiten bzw. Bedarf an Freiwilligen in einem Heft zusammengefasst werden.

Versicherung der Freiwilligen bei ihrem Engagement

Bei versicherungstechnischen Fragen geht es in der Regel immer um Unfall- und Haftpflichtversicherung. Generell decken die eigenen, privaten Versicherungen

der engagierten Freiwilligen ehrenamtliche Tätigkeiten nicht ab. Deshalb ist der Versicherungsschutz für die Freiwilligen von Seiten der jeweiligen Organisation wichtig. Vermittelte Freiwillige können nicht über die FA/FZ versichert werden. Vermittelte Freiwillige sind/sollen bei der Einrichtung versichert sein, für die sie sich engagieren. Nur diejenigen Freiwilligen, die direkt für die FA/FZ tätig werden, sind auch bei der FA/FZ versichert. Alle MitarbeiterInnen der FA/FZ müssen bei der Berufsgenossenschaft für Gesundheitsdienst und Wohlfahrtspflege (BGW) versichert werden. Zusätzlich sollte noch eine Haftpflichtversicherung abgeschlossen werden.

Bei der Vermittlung an Privatpersonen gibt es derzeit noch keinen Versicherungsschutz. Das Land Bayern hat ab dem 1.06.2007 eine Ehrenamtspolice abgeschlossen, die dann greift, wenn kein anderer Versicherungsschutz besteht.

Die Landes-Haftpflicht gilt nur für lose Verbindungen, z.B. Agenda 21 oder Arbeitskreise oder z.B. für Projekte wie Leihomas/-opas. Die Unfallversicherung gilt auch für Vereine. Leistungen aus einer vorhandenen privaten Versicherung müssen jedoch in einem Schadensfall angerechnet werden, d.h. die Ehrenamtspolice greift subsidiär, wenn keine andere Versicherung vorhanden ist. Bei der Haftpflichtversicherung sind Freiwillige versichert, die ihre Tätigkeit in Bayern ausüben oder deren Engagement von Bayern ausgeht. Unabdingbar ist, dass die Freiwilligen in unselbständigen Vereinigungen mit mindestens zwei Personen tätig sind, d.h. eine einzeln agierende Leihoma hat den Versicherungsschutz nicht. Vereine, Verbände, GmbHs, Stiftungen usw. werden nicht aus der Pflicht entlassen, für den Versicherungsschutz ihrer Freiwilligen zu sorgen.

Bei der Unfallversicherung sind wiederum alle Freiwilligen versichert, die ihre Tätigkeit in Bayern ausüben oder deren Engagement von Bayern ausgeht. Im Gegensatz zur Haftpflichtversicherung besteht auch für Freiwillige in rechtlich selbständigen Strukturen die Unfallversicherung, d.h. es deckt auch Vereine, Verbände etc.

Weiteres Infomaterial ist bei der lagfa bayern erhältlich oder unter direkt@bayern.de.

Muster: Fragebögen zu Engagementberatung und Tipps für Freiwillige

Im folgenden sind Muster für die Engagementberatung abgedruckt sowie Tipps für Freiwillige. Wichtig ist, dass für alle Anfragen von Seiten der Organisation und der Freiwilligen standardisierte Bögen benutzt werden, um die Vermittlung sowie eine Eingabe in eine Datenbank zu erleichtern. Die Muster ermöglichen – gerade bei

mehreren Haupt- und Ehrenamtlichen, die Engagementberatungen vornehmen – nicht nur eine Erleichterung als Gesprächsleitfaden, sondern auch die Einhaltung gewisser Qualitätskriterien.

Spiegelbildlich zu den Fragebögen bei der Engagementberatung verhalten sich die Fragebögen zur Erfassung des Bedarfs an Freiwilligen für die Organisationen, so dass hier schnell eine Deckungsgleichheit gefunden werden kann.

Die jeweils erhaltenen Daten können in Excel eingegeben werden oder in die Software „Freinet“, die ein „Matching“ – also das Zusammenfügen von Angebot und Nachfrage – automatisch herbeiführt, indem die eingegebenen Daten der Organisationen mit denen der Freiwilligen abgeglichen werden. Die Software „Freinet“ kann günstig erworben werden; weitere Informationen können bei der lagfa bayern erfragt werden.

MUSTER Fragebogen zur Engagementberatung

Name: _____ Datum: _____

1. Warum möchten Sie sich ehrenamtlich engagieren?

2. Was machen/ machten Sie beruflich?

- Controlling
- Marketing/ Vertrieb
- Personal
- Öffentlichkeitsarbeit/ PR
- Administration/ Verwaltung
- Sonstiges: _____
- in Funktion als:

3. Welche Neigungen, Interessen und Hobbies haben Sie?

4. Arbeiten Sie lieber alleine oder mit anderen zusammen?

- alleine
- im Team
- als Teamleiter zusammen mit Hauptamtlichen

5. Haben Sie bereits ehrenamtlich gearbeitet, wenn ja wo und was? Wenn Sie das derzeitige Engagement beenden wollen, warum?

6. Zeitlicher Umfang Ihres Engagements

- wöchentlich
- monatlich
- flexibel oder
- feste Tageszeit: _____
- Std./Woche: _____
- einmaliges Projekt, von _____ bis _____

Ab wann können Sie die Tätigkeit aufnehmen? _____

7. Haben Sie bereits eine Vorstellung in welchem Bereich Sie tätig werden möchten?

- Realisierung eigener Idee im Gemeinwesen: _____
- Soziales (mit Kindern, Senioren, Behinderten, Migranten, Menschen in schwierigen Lebenssituationen, ...)
- Kultur
- Sport
- Umwelt
- Sonstiges: _____

8. In welchem Arbeitsfeld sollte Ihre Tätigkeit angesiedelt sein?

- Bürotätigkeit: Schreibtätigkeit, Telefondienst, Telefon- und Schreibtätigkeit
- Betreuung/ Begleitung: _____
(z.B. Zuhören/ Erzählen, Gesellschaftsspiele, Hausaufgabenbetreuung, Hol- und Bringdienste, administrative Tätigkeiten, wie Behördengänge, Bankgespräche etc)
- Handwerk: _____
- Gartenpflege
- Organisation einzelner Projekte, Ausflüge etc.
- Öffentlichkeitsarbeit/ PR: z.B. Gestaltung Broschüre, Internet, Mitwirkung bei Werbeaktionen,
- Fundraising: z.B. Einwerben von Geldern, Mitarbeit an Fundraising-Konzept
- Unterstützung bei Buchhaltung
- Unterstützung bei rechtlichen Fragen
- Beratung in spezifischen Themenfeldern und zwar: _____
- Sport: _____
- Sonstiges: _____

9. Gibt es Bereiche oder Tätigkeiten, die Sie ausschließen möchten?

10. Wo sollte der Einsatzort für Ihre Tätigkeit liegen?

11. Gibt es vorab eine Fort- bzw. Weiterbildung, die Sie sich wünschen würden?

12. Legen Sie Wert auf Versicherungsschutz? ja, und zwar _____ nein

13. Legen Sie Wert auf Kostenerstattung? ja, und zwar _____ nein

MUSTER Fragebogen für Interessenten an einer freiwilligen Tätigkeit zur Datenerfassung für die FA/FZ

Name: _____ Datum: _____

Strasse: _____

PLZ: _____ Ort: _____

Telefon: _____ Telefax: _____

Email: _____

Neu zugezogen: ja nein

Geburtsdatum: _____

Wie haben Sie von der Freiwilligen-Agentur erfahren? (z.B. persönliche Empfehlung, Presse, Broschüre, Veranstaltung, Internet) _____

Waren Sie früher ehrenamtlich tätig? ja nein

Sind Sie derzeit ehrenamtlich tätig?

ja, im Bereich: _____ nein

Möchten Sie ggf. ein eigenes Projekt/ eigene Idee mit Unterstützung der Freiwilligen-Agentur umsetzen?

ja, und zwar: _____

nein

Sind Sie: (Daten werden für statistische Zwecke erhoben)

Hausmann/ Hausfrau

Behinderter/ Behinderte

Schüler/ Schülerin

Auszubildender/ Auszubildende

Student/ Studentin

Berufstätiger/ Berufstätiger

Zivildienstleistender

Arbeitssuchender/ Arbeitssuchende

Wehrdienstleistender

Rentner/ Rentnerin

Mir ist bekannt, dass meine Angaben zum Zwecke der Vermittlung sowie statistischer Angaben unter Berücksichtigung der Datenschutzbestimmungen gespeichert werden und ggf. an Organisationen weitergegeben werden.

Ort, Datum: _____ Unterschrift: _____

Vielen Dank für Ihre Angaben! Ihre Freiwilligen-Agentur XYZ

Die Tipps für Freiwillige können dazu dienen, dass auch von Seiten der Freiwilligen selbst die Organisationen zur Einhaltung bestimmter Standards angehalten werden.

MUSTER Tipps für Ihr freiwilliges Engagement von Ihrer Freiwilligen-Agentur

Damit Ihr Engagement sowohl für Sie als auch für die Einrichtung eine bereichernde Erfahrung wird, haben wir Ihnen einige Tipps zusammengestellt:

- Formulieren Sie klar Ihre Wünsche und Vorstellungen gegenüber der Einrichtung. Weisen Sie z.B. auch daraufhin, was Sie an beruflichen Qualifikationen, Neigungen und Interessen einbringen können.
- Lassen Sie sich Zeit, das Kollegenteam und das Arbeitsklima kennen zu lernen. Vereinbaren Sie eine „Schnupperphase“, z.B. über vier bis sechs Wochen, um die Zusammenarbeit auszuprobieren. Beginnen Sie anfangs lieber mit weniger Stunden.
- Achten Sie bei der Wahl der Tätigkeit darauf, ob Sie sich damit wohl fühlen und ob sich Ihre Vorstellungen, z.B. nach der Schnupperphase, erfüllt haben. Seien Sie ehrlich mit sich selbst und gegenüber der Einrichtung. Sprechen Sie offen an, welche Veränderungen Sie wünschen und ob diese möglich sind.
- Fragen Sie die Einrichtung nach einer konkreten Aufgabenbeschreibung. Das erleichtert die Zusammenarbeit und verhindert Missverständnisse. Die Aufgabenbeschreibung sollte auch die Arbeitszeiten, Ihre Zuständigkeiten sowie eine Arbeitsteilung mit Haupt- und Ehrenamtlichen klären. Fragen Sie nach Möglichkeiten, ob das Aufgabenfeld mit der Zeit - wenn gewünscht - verändert werden kann.
- Stellen Sie sicher, dass Sie durch eine(n) feste(n) Ansprechpartner(in) in Ihr Aufgabenfeld eingeführt und auch während Ihres Engagements betreut werden.
- Fragen Sie nach der Möglichkeit eines Auslagensatzes sowie nach Ihrem Versicherungsschutz. Fragen Sie auch nach Weiterbildungsmöglichkeiten, sofern Sie das in Ihrem Engagement für die Einrichtung weiterbringt.
- Vereinbaren Sie regelmäßig (je nach Engagementdauer) Gespräche zwischen Ihnen und Ihrem/Ihrer Ansprechpartner(in), um sich über Anforderungen, Anregungen und beiderseitige Zufriedenheit auszutauschen.
- Klären Sie auch Modalitäten für den Fall, dass Sie Ihr Engagement beenden sollten; dies schafft oft Klarheit für beide Seiten.
- Halten Sie Absprachen und Vereinbarungen ein. Geben Sie Bescheid, wenn Sie verhindert sind und organisieren Sie - wenn möglich - eine Vertretung.
- Lassen Sie sich Ihr Engagement schriftlich bestätigen. Für Ihren beruflichen Werdegang kann es sinnvoll sein, das Aufgabenfeld, Ihre Funktion und Dauer nachzuweisen.

Wir wünschen Ihnen viel Freude bei Ihrem Engagement!

Bei Fragen oder Schwierigkeiten können Sie sich jederzeit an die Freiwilligenagentur wenden. Als neutraler Vermittler können wir oftmals schlichten bzw. klären. Sie erleichtern uns die Arbeit sehr, wenn Sie uns nach zwei Monaten telefonisch kurze Rückmeldung über Ihr Engagement geben.

MUSTER Fragebogen für Verbände/ Vereine/ Initiativen/ Institutionen zur Erfassung des Bedarfs an Freiwilligen

Bitte zurücksenden oder faxen an:

FA/FZ XYZ

Angaben zu Ihrer Einrichtung

Name Ihrer Einrichtung: _____

Name Ihres Trägers (wenn nicht identisch mit Einrichtung): _____

AnsprechpartnerIn für die Freiwilligen-Agentur: _____

Strasse: _____

PLZ: _____ Ort: _____

Telefon: _____ Telefax: _____

Email: _____ Homepage: _____

Öffnungszeiten: _____

Sie sind tätig im Bereich:

Soziales (mit Kindern, Senioren, Behinderten, Migranten, Menschen in schwierigen Lebenssituationen);

Zutreffendes bitte unterstreichen bzw. ergänzen

Kultur

Sport

Umwelt

Sonstiges: _____

Welches sind die Ziele, Zielgruppen und Aufgaben Ihrer Einrichtung?

Angaben zu den Einsatzfeldern (je genauere Angaben Sie machen können, desto erfolgreicher können geeignete Freiwillige passend für Ihre Einrichtung vermittelt werden)

1. In welchem Arbeitsfeld ist die Tätigkeit angesiedelt bzw. wäre Unterstützung für Sie hilfreich?

Bürotätigkeit: Schreibtätigkeit, Telefondienst, Telefon- und Schreibtätigkeit

Betreuung/ Begleitung: (z.B. Hausaufgabenbetreuung, Kinderbetreuung, Zuhören/ Erzählen/ Aufmuntern, Gesellschaftsspiele, Hol- und Bringdienste, administrative Tätigkeiten, wie Behördengänge, Bankgespräche etc): _____

Gartenpflege/Handwerk:

Organisation einzelner Projekte, Ausflüge: _____

Öffentlichkeitsarbeit (z.B. Gestaltung Ihrer Broschüren, Internetauftritt, Mitwirkung bei Werbeaktionen): _____

Verkauf im Laden: _____

Beratung in spezifischen Themenfeldern und zwar: _____

Sport: _____

Sonstiges:

2. Welche sonstigen Stärken, Neigungen und Interessen sollten die Freiwilligen mitbringen? Denken Sie auch an berufliche Qualifikationen! (siehe nächste Seite)

3. Die Tätigkeit wird allein im Team als Teamleiter zusammen mit Hauptamtlichen ausgeführt.

4. Zeitrahmen des Engagements

wöchentlich monatlich flexibel oder feste Tageszeit: _____
 Std./Woche: _____

einmaliges Projekt, von _____ bis _____

5. Wie viele Freiwillige suchen Sie für diese Tätigkeiten? _____

6. Einsatzort und Erreichbarkeit (z.B. durch öffentliche Verkehrsmittel)

7. Bestehen Wünsche für folgende Merkmale aufgrund der auszuführenden Tätigkeit?

a) Bestimmte Personengruppen:

Hausmann/ Hausfrau

Behinderter/ Behinderte

Schüler/ Schülerin

Auszubildender/ Auszubildende

Student/ Studentin

Berufstätiger/ Berufstätiger

Zivildienstleistender

Arbeitssuchender/ Arbeitssuchende

Wehrdienstleistender

Rentner/ Rentnerin

egal

männlich weiblich egal

b) Alter: _____

c) Politische, religiöse oder weltanschauliche Überzeugung: _____

d) Führerschein: _____ Klasse: _____

e) Sprachkenntnisse: _____

Rahmenbedingungen für das Engagement

1. Unsere Organisation bietet Kostenerstattung für:

Fahrtkosten Portokosten Fortbildung
 Telefonkosten Materialkosten Sonstiges: _____

2. Materielle Anerkennung geben wir:

nicht
 in Form von Fortbildungen
 in Form von Feiern, Essengehen etc. auch zusammen mit Hauptamtlichen
 in Form von Geschenken Privatnutzung von Räumen, Geräten etc.
 Sonstiges: _____

3. Versicherungsschutz gewähren wir:

nicht
in Form von:
 Unfallversicherung
 Haftpflichtversicherung
 Rechtsschutzversicherung
 Dienstreisekaskoversicherung

4. Eine Einarbeitung der Freiwilligen ist

erforderlich; Zeiträumen: _____ nicht erforderlich

5. Die Begleitung der Freiwilligen während Ihres Engagements erfolgt durch:

Name, Funktion, Tel.nr., Büro, Bürozeiten:

6. Die Begleitung gestaltet sich durch

regelmäßige Information
 regelmäßige Freiwilligen-Treffen (auch zusammen mit Hauptamtlichen)
 Erfahrungsaustausch, Feedback zur Arbeit der Ehrenamtlichen

Wie haben Sie von der Freiwilligen-Agentur erfahren?(z.B. persönliche Empfehlung, Presse, Broschüre, Veranstaltung, Internet) _____

Abschließendes

Wir erklären hiermit ausdrücklich, dass durch den Einsatz der/ des Freiwilligen in der hier angeführten Einrichtung kein regulärer Arbeitsplatz eingespart wird.

Wir nehmen zur Kenntnis, dass der Einsatz von Freiwilligen mit dem jeweiligen Betriebsrat, Personalrat oder der Mitarbeitervertretung unserer Einrichtung sowie den Hauptamtlichen, die mit den Freiwilligen zusammenarbeiten, abgesprochen wird.

Wir erklären uns damit einverstanden, dass die hier angeführten Daten in der EDV der Freiwilligen-Agentur XYZ zur Vermittlung geeigneter Freiwilliger erfasst und gespeichert werden.

Wir werden die Freiwilligenagentur über eine erfolgreiche und auch eine nicht erfolgreiche Vermittlung informieren. Ebenso melden wir Änderungen in den zu besetzenden Stellen unverzüglich an die Freiwilligen-Agentur.

Ort: _____ Datum: _____

Unterschrift, Stempel: _____

Vielen herzlichen Dank für Ihre Angaben. Auf eine gute Zusammenarbeit!

Ihre Freiwilligen-Agentur XYZ

4.3. Projektmanagement – Von der Idee bis zur Umsetzung

Ein bedeutender Teil der Arbeit von FA/FZ ist die Initiierung und Durchführung von Projekten je nach lokalem Bedarf gemeinsam mit Partnern vor Ort. Die FA/FZ dient hier als Motor, der bürgerschaftliches Engagement zielgerichtet in Gang setzt und hält. Besonders mittels Projekten können der breiten Öffentlichkeit und Sponsoren die Arbeit und der Wert der FA/FZ vermittelt werden. Zudem eignen sich Projekte auch sehr gut für Zeitungsartikel, die wiederum BürgerInnen auf die FA/FZ als Vermittlungs-/Anlaufstelle aufmerksam machen. Im ländlichen Raum kommt Projekten zur gezielten Mobilisierung des Engagementpotentials eine bedeutende Rolle zu.

Je sorgfältiger Projekte geplant werden, desto eher erhält man den Überblick. Es wird nichts vergessen und die Einbindung von Freiwilligen bzw. Zusammenarbeit von Hauptamtlichen mit Freiwilligen gelingt umso besser. Die Schritte mögen zwar am Anfang als arbeitsintensiv und vielleicht auch kompliziert erscheinen, sparen aber letztendlich viel Zeit bei der Durchführung.

Das Projektmanagement kann in mehrere, aufeinanderfolgende Abschnitte unterteilt werden.

- Bedarf sondieren: um unnötige Doppelarbeiten zu vermeiden
- Projektbeschreibung erstellen: als Orientierung für die FA/FZ und für Aussenstehende/Projektpartner
- Gespräche mit Projektpartnern (z.B. je nach Projekt Schulen, Kirchengemeinden, Bildungseinrichtungen) führen: um alle ins Boot zu bekommen
- Umsetzungsplan aufsetzen: als Leitfaden bei der Umsetzung für die FA/FZ, sichert eine mühelose Durchführung
- Umsetzung beginnen auf Grundlage des Umsetzungsplans
- Projekt auswerten: um bewerten zu können, ob sich der Aufwand lohnt und um den Wert des Projekts (und somit der FA/FZ!) nach aussen (Geldgeber, Öffentlichkeit) darstellen zu können.

Bedarf sondieren

Die Projekte wachsen an sich mit der Zeit und geschehen auch oft auf Anfrage. Generell sollten Projekte dort durchgeführt werden, wo es noch nichts gibt, d.h. wo es „Lücken“ gibt, und wo es Bedarf an weiteren Dienstleistungen auf Basis freiwilligen Engagements gibt. Am Anfang eines jeden Projekts steht noch vor der Projektbeschreibung die Frage „Was gibt es bereits in diesem Bereich?“ und „Wer macht bereits was?“. Dabei sollte festgestellt werden, welche Initiativen oder Einrichtungen eine ähnliche Idee bereits umgesetzt haben. Um Doppelarbeiten und unnötige Dissonanzen zu vermeiden, gilt es diese Einrichtungen/Initiativen noch vor weiteren Schritten zu kontaktieren, um zu klären, ob und ggf. wie, die FA/FZ bei dem bestehenden Projekt als Kooperationspartner unterstützen kann, oder ob es sinnvoll ist, dass die FA/FZ ein eigenes Projekt startet oder das bestehende übernimmt, z.B. wenn der Bedarf/Nachfrage gross ist oder die Initiative keine Zeit mehr für die Durchführung hat.

Wenn es noch nichts ähnliches gibt, ist der nächste Schritt die Erstellung der Projektbeschreibung.

Projektbeschreibung erstellen

Die Projektbeschreibung sollte nur eine DIN A 4 Seite umfassen, bei komplexeren Projekten maximal zwei DIN A 4 Seiten. Sie dient als Orientierung sowohl für die FA/FZ als auch für Aussenstehende (Projektpartner, Presse, Geldgeber, interessierte Öffentlichkeit).

Die Projektbeschreibung gibt Antwort auf die Frage „Warum wollen wir für wen was erreichen, mit wem und wie?“ und kann dementsprechend gegliedert werden in:

- Ausgangslage: Warum?
Welche Notlagen, Probleme und Misstände möchten wir lösen bzw. ein Teil zur Lösung beitragen?
- Zielgruppe: Für wen?
Welches sind die Adressaten/Zielgruppen unseres Vorhabens?
- Ergebnis: Was?
Wohin sollen unsere Aktivitäten führen? Was ist unser Ziel?
- Vorgehensweise: mit wem und wie?
- Wer sind die Kooperationspartner? (hier sind auch diejenigen dabei, die bereits ggf. eine ähnliche Idee umsetzen)

Gespräche mit Projektpartnern führen

Je nach Ausgangslage kann das Gespräch folgenden Zwecken dienen:

- Das Projekt mit der Projektbeschreibung als Grundlage vorstellen
- Meinung der Projektpartner einholen, Wünsche und Befürchtungen aufnehmen
- Gemeinsame Vorgehensweise besprechen und Zeitplan vereinbaren (Wer macht was bis wann? Siehe Umsetzungsplan)

Hilfreich ist es, im Hinterkopf zu behalten, dass generell alle neuen Aktivitäten bei den Gesprächspartnern die Befürchtung aufkommen lassen (können), dass das Projekt mit Mehrarbeit verbunden ist, z.B. ein Jugendengagementprojekt an der Schule oder Jobpaten in Zusammenarbeit mit der Agentur für Arbeit oder Sozialamt. Diese Befürchtung kann auch konkret angesprochen werden, indem anhand der Vorgehensweise erläutert wird wer was macht und wie viel zusätzliche Arbeit - wenn überhaupt - auf die Projektpartner zukommt.

Umsetzungsplan aufsetzen

Der Umsetzungsplan ist der Leitfaden für die FA/FZ bei der Durchführung. Im Umsetzungsplan befinden sich die Arbeitsschritte, der hinterlegte Zeitrahmen für die Arbeitsschritte, einzelne Ergebnisse und die jeweiligen Personen (Hauptamtliche und Freiwillige), die die jeweiligen Arbeitsschritte umsetzen. Ebenfalls sollte vor Projektstart geklärt werden, wer im Team verantwortlich ist (z.B. der/die LeiterIn der Agentur).

Der Umsetzungsplan gibt Antwort auf die Frage:

Wer macht was bis wann?

Wer?

Wer trägt wofür Verantwortung? Durch wen sollen welche Aktivitäten geschehen? Wie viele haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter/innen brauchen wir dafür?

Was?

Welche Arbeitsschritte sind notwendig, um die gesetzten Ziele zu erreichen?

Bis wann?

Wann sollen bestimmte Aktivitäten erfolgen? In welcher Abfolge sollen die einzelnen Arbeiten durchgeführt werden? Welche Fristen oder Termine sind zu beachten, an denen bestimmte Ergebnisse vorliegen müssen, z.B. Information für die Presse, bestimmte Veranstaltungen z.B. Pateninformationstreffen oder Information der Jugendlichen etc.

Bestimmte Termine können auch gesondert (z.B. mit einer Raute) im Plan gekennzeichnet werden zur Erinnerung.

Ein Umsetzungsplan könnten z.B. wie folgt aussehen:

Was? Aufgaben	Wer?	Bis wann?												
		Monate												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
....		█												
....				█										

Projekt auswerten

Eine Auswertung ist nicht nur hilfreich für die FA/FZ, um feststellen zu können, ob der Sach- und Personalaufwand (auch die Zeit der Freiwilligen mit eingerechnet!) sich gelohnt hat, sondern auch im Hinblick auf die Wertdarstellung der FA/FZ nach aussen für Geldgeber, Presse und interessierte Öffentlichkeit. Im Verlauf des Projekts berichtet die Presse gerne besonders auch dann, wenn ein paar „handfeste“ Zahlen vorliegen, z.B. wie viel Prozent der angesprochenen Jugendlichen sich freiwillig engagieren auf Vermittlung der FA/FZ, welche Tätigkeitsfelder gewählt wurden, wie viele weiter machen, wie viele Schülerpaten wie viele Hauptschüler betreuen etc.

Das Projekt kann anhand vorher definierter Kennziffern ausgewertet werden sofern dies möglich ist. Ebenso empfiehlt es sich anhand von Zitaten der Teilnehmer bzw. Projektpartner (z.B. Jugendliche, Lehrer, Direktoren, Einrichtungen) den Erfolg des Projekts zu belegen - sofern das Projekt ein Erfolg war. War es kein Erfolg sollte dies auch so dargestellt werden und die daraus gezogenen Konsequenzen genannt werden, z.B. Projekt einstellen, Ablauf anders gestalten, anderer Zugang zur Zielgruppe usw.

4.4. Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit - Tipps und Beispiele

Der Erfolg - und die Möglichkeiten einer Weiterfinanzierung! - einer FA/FZ hängen stark von der Öffentlichkeitsarbeit und dem dadurch entstehenden Bekanntheitsgrad ab. Erfahrungsgemäß kommen über 50% der Freiwilligen über Zeitungsartikel zur FA/FZ als Anlauf-/Vermittlungsstelle.

Im folgenden sind einige Instrumente aufgelistet. Unabdingbar sind dabei Jahresberichte sowie Informationsveranstaltungen, um die Arbeit der FA/FZ darzustellen. Bei der Wahl der Instrumente gilt immer die Frage zu berücksichtigen „Wem will ich was mitteilen?“. Wie bereits zu Beginn bei den ersten Schritten erwähnt, ist es wichtig ein einheitliches Erscheinungsbild für den Wiedererkennungseffekt der FA/FZ gleich zu Anfang festzulegen, d.h. ein Logo, Namen, Slogan, der auf allen Broschüren, Briefpapier, Visitenkarten etc. durchgehend verwendet wird.

- Veröffentlichungen in regionalen Medien (Tagespresse, Radio, Regionalfernsehen);
Möglichkeiten für Artikel:
 - Auftakt, Auswertung, Durchführung von Projekten
 - Erlebnisberichte von vermittelten Freiwilligen
 - Ggf. Serien zu bestimmten Themen
 - „Stellenangebote“ für freiwilliges Engagement
- Guter Kontakt zu den Journalisten und Chefredakteuren; sich für Erscheinung einzelner Artikel bedanken; anfangs mit den Journalisten absprechen, welches Format und welche Darstellung für eine Pressemitteilung gewünscht wird
- Eigene Darstellung/Printmedien:
bei allen Veröffentlichungen auf einheitliche Darstellung (Logo, Namen, Farbe etc.) als Wiedererkennungseffekt achten.
- Flyer, Plakate
- Hat die FA/FZ nach ca. einem halben Jahr einen Überblick über die Möglichkeiten freiwilligen Engagements gewonnen, so empfiehlt es sich, die unterschiedlichen Tätigkeitsfelder in einer Broschüre zu bewerben, um die Möglichkeiten freiwilligen Engagements lebendig darstellen zu können. Die einzelnen Tätigkeitsfelder könnten z.B. mit Fotos oder Piktogrammen hinterlegt werden und mit lockeren Überschriften zusammengefasst werden, z.B. „Gärtnern Sie gerne?“ oder „Plaudern Sie gerne?“ oder „Kinder halten uns jung und sind einfach wunderbar“ für eine Tätigkeitsbeschreibung

mit Kindern. Generell ist es hilfreich in den kurzen Überschriften davon auszugehen, wie der/die Freiwillige von der Tätigkeit selbst profitieren kann und was in der Tätigkeit jeweils besonders lohnend/ schön für Freiwillige ist.

- Homepage:
Wichtig ist hier der Verweis, dass man nicht für Inhalte der Links verantwortlich ist. Beim Text ist zu beachten, dass viele noch nach dem Stichwort „Ehrenamt“ suchen, d.h. es sollte sich irgendwo in der Homepage wiederfinden.
- Jahres-/Quartalsberichte für Mailings:
Quartalsberichte sollten auf maximal drei Seiten die Ergebnisse darstellen und können zum Aufbau von Förderern/Befürwortern im Rahmen von Mailings verschickt werden. Jahres-/Quartalsberichte sind unabdingbar, um die Arbeit der FA/FZ darzustellen.
- Freiwilligen-Zeitungen für Freiwillige/Ehrenamtliche, in denen über Tätigkeiten und Aktuelles berichtet wird. Diese Zeitschrift erhalten dann z.B. Freiwillige, Einrichtungen, Vereinsmitglieder, Unternehmen sowie öffentliche Einrichtungen für die Auslage.
- Eigene Veranstaltungen:
Generell ist bei den Veranstaltungen genau abzuwägen, ob der organisatorische Aufwand den Nutzen rechtfertigt. Hierfür sollte vorher definiert werden, was mit der Aktion erreicht werden soll.
- Shuttle Tours: Ein Kleinbus bringt BürgerInnen zu einzelnen Einrichtungen anhand einer vorher geplanten Route. An einem Abend können zwischen 6-7 Einrichtungen angefahren werden. Das Transportmittel kann - wie am Beispiel Augsburg - über die Augsburger Straßenbahnfreunde gestellt werden; dieses Mittel hat sich als effektiv erwiesen. Fraglich ist jedoch, ob es in kleineren Städten funktioniert.
- „Blick hinter die Kulissen“: Pro Monat haben die BürgerInnen die Möglichkeit ein- oder zweimal die Möglichkeit eine gemeinnützige Einrichtung besser kennen zu lernen; die FA/FZ bereitet die Einrichtungen, die teilnehmen wollen darauf vor und macht die Aktion publik. Im Gegensatz zu den Shuttle Tours wird eine Einrichtung kennen gelernt. Diese Aktion kann in mittelgroßen bzw. größeren Städten ein Erfolg sein und ermöglicht den Einrichtungen – auf Organisation der FA/FZ hin- ggf. darüber Freiwillige direkt zu gewinnen. Es empfiehlt sich aus der eigenen FA-Datei die „ruhenden“ Freiwilligen anzuschreiben, die bisher noch nicht oder nicht mehr engagiert sind und über diesen Weg sich eventuell zu einem Engagement in einer

der besichtigten Einrichtungen bewegen lassen. In Landkreisen ist das in der Regel überflüssig, da die meisten Einrichtungen bekannt sind.

- „Markt der Möglichkeiten“: Im Rahmen eines Informationstages können sich die verschiedenen Vereine und Verbände an einzelnen Ständen vorstellen, organisiert durch die FA/FZ. Dies ist erfahrungsgemäß sehr aufwändig, die Abstimmung mit den einzelnen Organisationen kann langwierig sein und der Werbeeffect für die FA/FZ und Gewinnung neuer Freiwilliger hält sich ggf. in Grenzen.
- Benefizkonzerte: entweder zugunsten eines Vereins mit der FA/FZ als Veranstalter auf den Plakaten und Flyern deutlich sichtbar oder zugunsten der FA/FZ selbst. Hier kann der Aufwand sehr hoch sein; nur wenn relativ leicht eine Band, die auf die Gage verzichtet sowie eine geeignete Lokalität gefunden wird, empfiehlt sich die Organisation eines Konzerts.
- Informationsveranstaltungen: jährlich wiederkehrender Ergebnisbericht (siehe oben, Erste Schritte) haben sich als sehr wichtig erwiesen. Diese sind an sich ein „Muß“, um den Nutzen der FA/FZ zu belegen und weitere bzw. bestehende Geldgeber zu überzeugen
- Info-Stände: Infostände dauern erfahrungsgemäß mindestens einen halben Tag; hier gilt es abzuwägen, welche Personen zu den Veranstaltungen kommen werden, und ob diese potentielle neue Freiwillige (oder ggf. auch Sponsoren) sein könnten; Als Blickfang für Infostände eignen sich gut zwei Meter hohe, ausziehbare Banner/Displays, die z.B. mit dem Logo/Namen und den Aufgaben der FA/FZ bedruckt sein können.
- Vorträge: zur Bekanntmachung der FA/FZ, Vorstellung einzelner Projekte bei „Bündelungsstellen“: Service Clubs, Wirtschaftsunioren, Bündnis für Familien, Mehrgenerationenhäuser etc. Vorträge sind ein effizientes Mittel, um die FA/FZ bekannt zu machen, da hier viele Multiplikatoren versammelt sind.

4.5. Fundraising

Zwar muss eine Grundfinanzierung vorhanden sein (mind. 60-70% des Budgets), ein Teil kann mit zunehmendem Bekanntheitsgrad jedoch über Fundraising eingeworben werden. Diese Aufgabe ist nicht (nur) der Agenturleitung vorbehalten, sondern sollte vor allem auch vom Vereinsvorstand (falls ein Verein der Träger) oder/und Beirat betrieben werden. Ebenfalls können Freiwillige, die aus der Wirtschaft kommen und über ein Geschick zum Fundraising verfügen, auch für die FA/FZ werben. Wichtig ist aber, festzulegen, welche Firma durch wen angesprochen wird. Absolut kontraproduktiv ist es, wenn eine Firma von mehreren Personen von der FA/FZ unabgestimmt hintereinander angesprochen wird! Vor Ansprache der potentiellen Geldgeber sollte man sich einen Überblick über die Unternehmen vor Ort verschaffen und, wenn möglich, auch wen oder was das Unternehmen bisher fördert und wo ggf. Förderschwerpunkte des Unternehmens liegen.

Bei Gesprächen ist genau darzulegen, was der Mehrwert der FA/FZ ist und was der Nutzen einer Förderung für den Geldgeber sein kann. Eine mögliche Gliederung kann z.B. sein:

- Aufgaben und Ziele der FA/FZ
- Bisherige Ergebnisse bzw. Ergebnisse des letzten Jahres
- Was macht die FA/FZ so besonders (im Vergleich zu anderen Einrichtungen, die auch um Spenden bitten)?, z.B. breite regionale Tätigkeit, zielgerichtete Mobilisierung brachliegender gesellschaftlicher Ressourcen/brachliegenden Engagementpotentials
- Mögliche Formen der Unterstützung durch das Unternehmen, z.B. Mitglied im Förderverein, Sponsor, Spende
- Potentieller Nutzen für Geldgeber, z.B.
 - Imageförderung bei einem breiten, regionalen Publikum, das FA/FZ ansprechen, damit ggf. Kundengewinnung oder/und erhöhte Kundenbindung
 - Wenn Jugendprojekte durchgeführt werden: Indirekte Förderung des Nachwuchses
 - Mitarbeiter sind stolz auf ein sozial engagiertes Unternehmen und damit zufriedener und loyaler dem Unternehmen gegenüber.

☀ Eine FA/FZ hat es oft schwer, den konkreten Nutzen - besonders den Nutzen der Vermittlungsfunktion – darzustellen und den abstrakten Begriff der FA/FZ an sich mit „Leben zu füllen“. Der Vorteil der FA/FZ gegenüber anderen Vereinen kann jedoch klar dargestellt werden: dass mit der Spende gleichzeitig viele Anliegen und Vereine unterstützt werden, an die die FA/FZ Freiwillige vermittelt. Zudem werden z.B. im Rahmen von Schulprojekten auch noch Schulen unterstützt.

Zur weiteren Gewinnung von Geldgebern kann auch ein Förderverein auf breiter Basis gegründet werden. Die Mitgliedsbeiträge werden zwar nicht das Budget der FA/FZ decken, jedoch ermöglicht eine Vielzahl unterschiedlicher Persönlichkeiten als Mitglieder, dass die FA/FZ nicht einfach so „gekippt“ werden kann und signalisiert, dass die FA/FZ von vielen in der Gesellschaft unterstützt wird.

☀ Da anfangs ggf. noch einige skeptisch bzw. abwartend der FA/FZ gegenüber stehen, empfiehlt es sich im Rahmen von Informationsveranstaltungen und Versand von Quartals-/Jahresberichten erst einen Förderkreis aufzubauen, der keinerlei Verpflichtungen für den Einzelnen beinhaltet und erst nach einem Jahr die „Mitglieder“ des Förderkreises dann um eine „echte“ Mitgliedschaft im Förderverein zu bitten. Mitglieder des Förderkreises kann jede/r Interessierte sein und gezielt über einen Emailverteiler und Einladungsversand an alle Kreis-/Stadträte, Bürgermeister, Landrat, Vereine und Verbände aufgebaut werden.

4.6. Organisationsstruktur

Vorteile einer klaren Organisationsstruktur

Im Rahmen einer Organisationsstruktur werden die einzelnen Aufgabenfelder beschrieben und in einen Zusammenhang zueinander gesetzt. Das Aufsetzen einer klaren Organisationsstruktur mag zwar mühsam erscheinen, bringt aber erhebliche Vorteile mit sich:

- Ein weiteres Wachstum der FA/FZ kann nur auf einer sauberen Basis (d.h. einer guten Organisationsstruktur) gelingen, wo neue Aufgaben nahtlos eingefügt werden können
- Neue Freiwillige und Hauptamtliche können reibungslos in die Abläufe eingebunden werden. Interessieren sich neue Freiwillige für eine Mitwirkung in der FA/FZ können ihnen mittels der Aufgabenfelder die verschiedenen Mitwirkungsmöglichkeiten klar dargestellt werden.
- Die Kommunikation bzw. der erforderliche Datenaustausch zwischen den einzelnen Personen wird durch klare Aufgabenverteilung in der Gesamtübersicht erleichtert

Aufgabenfelder einer FA/FZ

Die Inhalte der einzelnen Aufgabenfelder richten sich nach den Aufgaben der jeweiligen FA/FZ. Die Aufgaben können von verschiedenen Personen wahrgenommen werden.

Aufgabenfelder einer FA/FZ sind:

Engagementberatung/Beratung von Organisationen:

- Sammlung von Engagementmöglichkeiten
- Durchführung von Engagementberatungen
- Besuch von Einsatzstellen vor Ort
- ggf. Moderation bei Schwierigkeiten in einer Einsatzstelle
- Kontaktpflege zu Freiwilligen, z.B. Anruf bei Geburtstagen, Befragungen
- Unterstützung und Begleitung von BürgerInnen bei Umsetzung eigener Ideen durch Bereitstellung von Kontakten zu Einrichtungen, Presse etc. und Reflektion der Idee und Vorgehensweise
- Beratung von Organisationen zu Fragen rund um Einsatz von Freiwilligen

Projektmanagement

- Kontakt mit Projektpartnern
- Werbung von Freiwilligen für Projekte
- Erstellung von Projektinfos

Öffentlichkeitsarbeit (siehe hierzu auch 4.4)

- Verfassen von Pressemitteilungen, Kontakt zur Presse halten
- Jahresberichte; Quartalsberichte verfassen
- Flyer erstellen, (Info-)Veranstaltungen organisieren
- Vertretung der FA/FZ auf Veranstaltungen um auf BE aufmerksam zu machen, z.B. Freiwilligentag etc.
- Organisation von Veranstaltungen, z.B. zur Vorstellung des Jahresberichts
- Vorträge halten

Administration/Verwaltung:

- Eingabe und Pflege der Freiwilligen-Daten
- Erstellung von Statistiken
- Versand / Eintüten von Einladungen
- Bindung und Vervielfältigung von Jahresberichten/Pressespiegeln
- Führung Kassenbuch
- Buchhaltung (sofern bei FA/FZ direkt angesiedelt)

Muster für eine Stellenbeschreibung für LeiterIn einer FA/FZ

Generell gibt es nicht die Qualifikation für eine/n Leiter/in einer FA/FZ, d.h. es ist an sich kein Studium dafür erforderlich, zumindest sind die persönlichen Voraussetzungen mindestens genauso wichtig wie die fachlichen Voraussetzungen. Wichtig ist, dass die Stelle hauptamtlich ist, so dass Konstanz und somit auch ein fester Ansprechpartner gewährleistet ist. Ebenfalls muss ein hauptamtlicher Ansprechpartner auch immer wieder vorkommende „Ausfälle“ der freiwilligen Mitarbeiter auffangen. Nachfolgend ist ein Muster für eine mögliche Stellenbezeichnung. Kurz gesagt erfordert die Leitung einer FA/FZ, dass der/die LeiterIn:

- „mit jedem kann“: die FA/FZ ist als Bindeglied im Gemeinwesen vor allem ein Vernetzer

und hat somit mit vielen unterschiedlichen Bereichen und Menschen zu tun;

- einfühlsam ist: besonders in der Engagementberatung, wo auch Menschen in schwierigen Lebenssituationen (Verlust des Arbeitsplatzes oder Lebenspartners) über freiwilliges Engagement hoffen, eine sinnvolle Beschäftigung zu finden. Hier macht sich dann die Qualifikation eines Sozialpädagogen bezahlt.
- gut organisieren kann
- über eine hohe Überzeugungskraft verfügt
- Menschen motivieren kann
- Selbst Erfahrungen im freiwilligen/ehrenamtlichen Engagement bereits gemacht hat

MUSTER für eine Stellenbeschreibung

Stellenbezeichnung: LeiterIn der FA/FZ

Unterstellung: Geschäftsführer in Dienst- und Fachaufsicht (wenn Verband als Träger), wenn Verein als Träger: ggf. Vorstand

Ziele der Stelle:

- Freiwillige MitarbeiterInnen in die Kernbereiche der FA/FZ einbinden
- Freiwilliges Engagement im Landkreis X/Stadt Y intensiver in den Blickpunkt rücken und Engagementmöglichkeiten sammeln und BürgerInnen zugänglich machen
- Interessierten BürgerInnen kompetente Beratung über Engagementmöglichkeiten geben und ggf. vermitteln (Engagementberatung) und kompetente Unterstützung bei selbst organisierten Lösungen sozialer Probleme geben
- Engagementpotential zu wecken
- Die FA/FZ in vorhandenes professionelles Netzwerk einbinden
- Unterstützung von Selbsthilfe bei Bedarf bzw. Vermittlung an Ansprechpartner von Selbsthilfekontaktstellen
- Möglichkeiten einer Anschlussfinanzierung mitentwickeln

Aufgaben der Stelle:

Bei den Aufgaben der Stelle kann auf die oben genannte Aufgabenbeschreibung einer FA/FZ zurückgegriffen werden. Dabei ist der/die Leiterin für die Erfüllung der Aufgaben verantwortlich und kann dabei Teile an das Team delegieren. Weitere Aufgaben darüber hinaus sind:

- Inhaltliche Anleitung der freiwilligen und hauptamtlichen MitarbeiterInnen der FA/FZ
- Förderung zweckentsprechender Weiterbildung
- Regelmäßige Berichterstattung an Vorstand und Geschäftsführung des Trägers oder des Vereinsvorstands
- Regelmäßige Teilnahme an den Dienstbesprechungen der Trägerorganisation bzw. Vorstandssitzungen
- Repräsentation der FA/FZ nach aussen in Absprache mit Trägerorganisation bzw. Vereinsvorstand

Befugnisse:

- Konzeption und Umsetzung von Projekten
- Unterschriftsbefugnis im Rahmen des Schriftverkehrs der laufenden Arbeit, soweit nicht wegen der Bedeutung und Besonderheit der Sache eine Unterzeichnung durch den Stellenleiter erfolgen muß.
- Eigenständige e-mail –Korrespondenz
- Nutzung des Internet – Anschlusses zur Informationsbeschaffung und Weitergabe im dienstlichen Rahmen

Anforderungsprofil:

Fachliche Voraussetzungen

- Mindestqualifikation: Dipl. Soz.Päd. oder bei persönlicher Eignung anderes Berufsbild
- Mehrjährige Berufserfahrung
- Erfahrung im Zusammenhang mit Freiwilligen – Arbeit und Verbandsarbeit
- Erfahrungen und Kenntnisse in Öffentlichkeitsarbeit, Netzwerkarbeit, Organisationsentwicklung, EDV – Kenntnisse WORD, EXEL, Powerpoint

Persönliche Voraussetzungen

- Eigenschaften als „Netzwerker“ bzw. Aufbau von Strukturen: Sehr gute kommunikative Fähigkeiten, Kooperations- und Teamfähigkeit, Innovationsbereitschaft
- Selbständige und strukturelle Arbeitsweise
- Hohe Überzeugungskraft

- Professionelle Repräsentation der FA/FZ nach aussen gegenüber Projektpartnern, Geldgebern, Presse, Öffentlichkeit
- Hohe Belastungsfähigkeit
- Fähigkeit, andere zu motivieren: Eigenes FA/FZ-Team sowie Freiwillige in der Engagementberatung

4.7. Qualitätsmanagement QM – Qualitätskriterien

Auch wenn es manchem unnötig oder kompliziert erscheinen mag: die Einführung bzw. Beachtung von Qualitätskriterien sind von deutlichem Vorteil für die FA/FZ: zum einen wird die laufende Arbeit nach Erfahrungen der bisher teilnehmenden FA/FZ deutlich erleichtert, zum anderen lässt die Einhaltung von Qualitätskriterien auch von aussen erkennen, dass FA/FZ qualitativ hochwertig arbeiten – und somit ihre Förderung wert sind!

Durch definierte Prozesse und Zuständigkeiten werden eine Kontinuität und ein reibungsloser Ablauf gewährt. Insbesondere bei hoher Personalfuktuation (von Ehren- und Hauptamtlichen) ist eine Kontinuität sehr wichtig, um die Früchte der bis dato geleisteten Arbeit weiter fortzuführen bzw. zu bewahren. (z.B. aufgebaute Kontakte, Erfahrungen etc.)

QM hat hier die Aufgabe, die optimale Erfüllung der o.g. Aufgaben bzw. Merkmale zu gewährleisten und langfristig in den Agenturen zu verankern.

Unabhängig davon, welches Modell gewählt wird, ist wichtig, dass die FA/FZ sich Ziele setzt, Wege/ Aufgaben definiert für die Zielerreichung und klare Kompetenzen und Verantwortlichkeiten hierfür im gesamten Team (Ehrenamtliche und Hauptamtliche) festlegt. Dabei sollten die Ziele so klar formuliert sein, dass eine Zielverfehlung, -erreicherung oder -überschreitung klar zu erkennen ist.

Qualität ist die Gesamtheit von Merkmalen einer Einheit bezüglich Ihrer Eignung, festgelegte und vorausgesetzte Anforderungen zu erfüllen. Qualitätsmanagement sind dabei alle Tätigkeiten des Gesamtmanagements, die im Rahmen des QM-Systems die Qualitätspolitik, die Ziele und Verantwortungen festlegen, sowie diese durch Mittel wie Qualitätsplanung, -lenkung, -sicherung, und -verbesserung verwirklichen.

Qualitätsmanagement bedeutet ernsthafte Reflektion, warum die Ziele nicht erreicht worden sind mit den entsprechend zu ziehenden Konsequenzen. Ein QM- System umfasst

die zur Verwirklichung des Qualitätsmanagements erforderlichen Organisationsstrukturen und Verfahren.

Es existieren verschiedene Modelle von QM-Systemen: DIN EN ISO 9001:2000, das ein internationales Qualitätsmodell darstellt, das sowohl im wirtschaftlichen als auch sozialen Bereich Anwendung findet und einen festen Rahmen vorgibt. Im Rahmen eines Zertifizierungsaudits wird überprüft, ob die Organisation gemäß ihren Zielen handelt.

Ein weiteres Modell stellt das sog. EFQM (European Foundation for Quality Management) dar, das eher die Selbstbeurteilung in den Vordergrund stellt und im Gegensatz zu DIN EN ISO keine Handlungsanleitung liefert. Die lagfa hat ebenfalls Qualitätskriterien entwickelt, die aber (noch) nicht alle Prozesse einer Freiwilligen-Agentur enthalten.

Ausführlichere Informationen zu Modellen und Kriterien können bei der lagfa bayern eingeholt werden.

5. ALLES RUND UM BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT (BE)

In der Debatte rund um bürgerschaftliches Engagement werden viele Begriffe wie „freiwillig“, „ehrenamtlich“ verwendet mit den unterschiedlichsten Interpretationen und Definitionen. Dabei dient der Begriff „bürgerschaftliches Engagement“ als Oberbegriff.

5.1. Definition bürgerschaftliches Engagement

„Bürgerschaftliches Engagement

...ist der selbstbestimmte und zielgerichtete Einsatz für nachhaltige Verbesserungen sowohl im persönlichen Lebensumfeld als auch im Gemeinwesen. Es reagiert auf individuelle und gesellschaftliche Herausforderungen und versteht sich als Ergänzung zu staatlichem Handeln.

... eröffnet kreative und gemeinschaftliche Lösungen in allen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens durch Verbindung von Eigeninitiative und sozialer Verantwortung.

... umfasst Freiwilligenarbeit, Ehrenämter, Selbsthilfe, Bürgerinitiativen und selbstorganisierte Projekte. Es lebt von den Fähigkeiten, Kompetenzen und Interessen der Engagierten.

... basiert auf demokratischen Grundregeln und Toleranz. Es ist angewiesen auf öffentliche Anerkennung, auf rechtliche, strukturelle und finanzielle Förderung sowie entsprechende Rahmenbedingungen^{vi}.“

Um die unterschiedlichen Begriffe voneinander klar abzugrenzen, hat die lagfa bayern zusammen mit den Partnern des LN BE versucht eine Definition und Abgrenzung der Begriffe vorzunehmen. Unter den Begriff bürgerschaftliches Engagement fallen dabei:

- Ehrenamt
- Freiwilliges Engagement
- Freiwilligendienst
- Selbsthilfe
- Corporate Citizenship

 Im ländlichen Raum empfiehlt es sich nicht nur von freiwilligem Engagement zu sprechen, sondern zumindest „freiwillig“ in Zusammenhang mit „ehrenamtlich“ zu erwähnen, z.B. freiwilliges/ehrenamtliches Engagement.

5.2. Muster Standards BE – Tipps für Organisationen

Um die vermittelten Freiwilligen optimal in den Einrichtungen einbinden zu können, haben FA/FZ Standards für die Organisationen als Erleichterung entwickelt, die als Leitfaden dienen können. Aber auch, um den Organisationen zu verdeutlichen, dass für die Gewinnung und Bindung von Freiwilligen Bemühungen erforderlich sind.

Die Standards können in einem Gespräch mit der Organisation besprochen werden entweder gleich zu Beginn der Zusammenarbeit, oder wenn es ggf. Probleme mit den dorthin vermittelten Freiwilligen geben sollte. Ebenso können die Standards als Grundlage für Freiwilligenmanagement dienen.

Standards zum freiwilligen Engagement

Begriffe und Definitionen

Die Bezeichnung „bürgerschaftliches Engagement“ stellt den Überbegriff für verschiedene Formen der Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern an der Bewältigung von gesellschaftlichen Problemen und eines demokratischen Aufbaus der Gesellschaft dar. Bürgerschaftliches Engagement umfasst Selbsthilfe, freiwilliges Engagement, Ehrenamt, Freiwilligendienste sowie Corporate Citizenship. Bürgerschaftliches Engagement ergänzt und unterstützt die berufliche Arbeit, tritt zu ihr aber nicht in Konkurrenz. Sie unterscheidet sich von ihr im Kern nicht durch Kompetenz und Wissen, sondern nur durch Kontinuität.

Im Sinne der Arbeit der lokalen Freiwilligen-Agenturen und Freiwilligen-Zentren (FA/FZ) wird hier besonders Bezug genommen auf freiwilliges Engagement, Ehrenamt und Freiwilligendienste.

Freiwilliges Engagement

Als freiwilliges Engagement verstehen wir ein Engagement von Bürger/innen:

1. für das sie sich freiwillig entschieden haben (ohne Zwang und ohne Befürchtung von Sanktionen; Zeit, Umfang und Art der Tätigkeit wird dabei von ihnen selbst bestimmt)
2. das ohne Bezahlung geleistet wird (kein Geld für eine bestimmte Zeit, auch nicht in Form einer pauschalen Aufwandsentschädigung. Ein Geldfluss erfolgt nur für die Erstattung der tatsächlichen entstandenen Kosten und soll von den Einsatzorganisationen auch angeboten werden).
3. das dem Gemeinwohl dient.
4. das mit einem persönlichen Nutzen (nicht finanzieller Art) und einer persönlichen Weiterentwicklung verbunden ist. (Freiwilliges Engagement soll ein Geben und Nehmen sein, aus welchem der persönliche Nutzen gezogen werden kann. Die Grenze zwischen privat-/gewinnorientiert und gemeinnützig muss klar gezogen werden.)

Ehrenamt

Das Ehrenamt ist ein freiwilliges Engagement, bei dem man in ein Amt gewählt wurde bzw. für eine bestimmte Zeit dazu bestellt wurde. Die Dauer des Engagements ist durch die

Amtsperiode festgelegt. Das zeitliche Ausmaß des Engagements kann sehr unterschiedlich sein, je nach Größe der Organisation. Der Aufwand kann bis zu 20 Stunden und mehr in der Woche ausmachen. Zwar kann entschieden werden, was man tut und mit welcher Intensität, man unterliegt aber evtl. rechtlichen Vorgaben (Vereins- und Steuerrecht) und der Kontrolle von Vereinsorganen bzw. staatlicher Behörden (z.B. Ehrenamt als Schöffe).

Freiwilligendienst

Dem Freiwilligendienst liegt eine freiwillige Entscheidung in einem höheren selbstverpflichtenden Maße als dem freiwilligen Engagement zugrunde. Dies kann sich zum Beispiel durch die vorab bemessene Dauer des Engagement oder einen höheren zeitlichen Einsatz ausdrücken. In den „klassischen“ Freiwilligendiensten (wie z.B. dem Freiwilligen Sozialem Jahr - FSJ) wird etwa von ca. 20 – 40 Stunden in der Woche für einen Zeitraum von einem Jahr ausgegangen. Aufgrund des hohen zeitlichen Einsatzes und der damit wegfallenden Möglichkeit, ausreichend Erwerbsarbeit zu leisten, wird eine Art Grundsicherung in Form von Taschengeld, Kost, Logis und Sozialversicherung geboten.

Grundprinzipien der Arbeit mit Freiwilligen

- Freiwilliges Engagement ist unverzichtbar für die Demokratie und den Zusammenhalt der Gesellschaft. Es fördert den Wandel und die Entwicklung in der Gesellschaft, indem es einen bestimmten Bedarf erkennt und darauf antwortet.
- Freiwilliges Engagement hilft im Sinne von Gegenseitigkeit sowohl der Organisation wie auch dem Freiwilligen. Es erhöht die Möglichkeiten der Organisation, ihre Ziele zu erreichen und gibt Freiwilligen Möglichkeiten von Entwicklung und aktiver Mitwirkung.
- Die Einsatzstellen anerkennen das freiwillige Engagement und gewährleisten den effektiven und sachgerechten Einsatz mit entsprechenden Rahmenbedingungen.
- Die Freiwilligen leisten im Rahmen ihrer Möglichkeiten einen Beitrag für die Organisationen. Die Freiwilligen handeln mit Respekt und Verantwortung für alle, mit denen und für die sie arbeiten.

Standards für Organisationen, Vereine und Initiativen zur Zusammenarbeit mit Freiwilligen

1. Vorstand, Leitung und Mitarbeiter/innen treffen eine Grundsatzentscheidung zur Zusammenarbeit mit Freiwilligen. Sie anerkennen und unterstützen den Beitrag der Freiwilligen für die Ziele und den Auftrag der jeweiligen Einsatzstelle.

2. Sie schaffen Strukturen für die Zusammenarbeit mit Freiwilligen und stellen die dafür notwendigen personellen, räumlichen und finanziellen Ressourcen zur Verfügung.
3. Sie benennen eine/n qualifizierte/n MitarbeiterIn für die Koordination der Freiwilligen („Freiwilligenkoordinator/in“).
4. Die Freiwilligen erhalten klare Informationen über die Einsatzstelle, ihre Ziele und Abläufe. Die Einsatzstelle gibt insbesondere genaue Informationen über Ziele und Aufgaben des freiwilligen Engagements.
5. Der/die Freiwillige erhält eine Aufgabe, die zu ihm/ihr passt. Dabei werden die persönlichen Wünsche, Interessen und Fähigkeiten berücksichtigt.
6. Die Kompetenzen und Aufgaben von freiwilligen und beruflichen MitarbeiterInnen sind klar geregelt und verteilt.
7. Die Einsatzstelle sorgt dafür, Freiwillige an Entscheidungen zu beteiligen, die deren Arbeit betreffen und gibt Informationen weiter. Die Einsatzstelle ist offen für Anregungen von Freiwilligen im Rahmen ihres Engagements.
8. Die Einsatzstelle sorgt für die Einführung und Begleitung der Freiwilligen. Sie bietet die Möglichkeit zu regelmäßiger Reflexion und zur Fortbildung.
9. Die Einsatzstelle gewährleistet die notwendigen Rahmenbedingungen in Form eines angemessenen Versicherungsschutzes und der Erstattung der anfallenden Kosten während des Engagements.
10. Die Anerkennung des freiwilligen Engagements ist eine innere Grundhaltung. Sie wird formell als auch informell zum Ausdruck gebracht.
11. Die Einsatzstelle trifft Vorkehrungen zur Beendigung des Engagements. Die Freiwilligen erhalten eine Bestätigung ihres Engagements, evtl. auch ein qualifiziertes Zeugnis.
12. Die Einsatzstelle sorgt dafür, dass der Einsatz von Freiwilligen evaluiert und regelmäßig überprüft wird.

Standards für Freiwillige

1. Freiwillige akzeptieren die Grundprinzipien der Einsatzstelle und verhalten sich deren Zielen entsprechend.
2. Freiwillige akzeptieren eine Einführung, Ausbildung und Einarbeitung in ihrem Arbeitsbereich durch die Einsatzstelle. Sie arbeiten mit der/dem zuständigen Freiwilligen-Koordinator/in eng zusammen.

3. Freiwillige fühlen sich verantwortlich und solidarisch gegenüber dem öffentlichen Auftreten und der Weiterentwicklung der Einsatzstelle.
4. Freiwillige wahren Diskretion bei ihrem Engagement, halten die Schweigepflicht und den Datenschutz ein und engagieren sich zuverlässig in ihrem Arbeitsbereich.
5. Freiwillige arbeiten in einem Geist des gegenseitigen Verständnisses und Respekts mit anderen freiwilligen und beruflichen MitarbeiterInnen zusammen.
6. Freiwillige nehmen regelmäßig an den vorgeschlagenen Arbeits- und Austauschtreffen und Fortbildungen teil.
7. Freiwillige äußern klar und konstruktiv, wenn sie mit ihren Arbeitsbedingungen nicht einverstanden sind und geben somit der Einsatzstelle, die Chance zu reagieren.

Standards für die Kooperation von Freiwilligen-Agenturen /Freiwilligen-Zentren (FA/FZ) und Organisationen

1. FA/FZ und die jeweilige Einsatzstelle klären zu Beginn der Kooperation die gegenseitigen Erwartungen ab und legen die Rahmenbedingungen für die Zusammenarbeit fest.
2. Die Einsatzstellen geben ihre Bedarfsmeldungen an das FA/FZ mit den dafür entwickelten Fragebögen weiter. Sie haben dadurch die Möglichkeit einer größeren Bedarfsdeckung und gewinnen über die FA/FZ neue freiwillige MitarbeiterInnen.
3. FA/FZ können durch die Bedarfsmeldungen der Einsatzstellen ihr Angebot für interessierte Freiwillige erweitern und durch das beschriebene Anforderungs- und Aufgabenprofil passgenau und bedarfsgerecht vermitteln.
4. Die Einsatzstellen geben Rückmeldung, ob die Freiwilligen sich gemeldet haben und ein Engagement zustande gekommen ist. Sie geben dem FA/FZ auch Rückmeldung, wenn das Einsatzfeld nicht mehr aktuell ist bzw. derzeit keine Freiwilligen benötigt werden.
5. FA/FZ stehen den Einsatzstellen bei allen Fragen zum freiwilligen Engagement mit ihrem Fachwissen zur Freiwilligen-Koordination zur Verfügung und machen diesbezüglich Beratungs- und Fortbildungsangebote für Einsatzstellen.
6. FA/FZ stehen den Einsatzstellen als neutraler Dritter/Moderator bei auftretenden Problemen mit den (vermittelten) Freiwilligen zur Verfügung.
7. FA/FZ werden bei einer erfolgreichen Zusammenarbeit als Kooperationspartner öffentlich erwähnt.

Die Standards können auch als Tipps an die Einrichtungen weitergegeben werden.

MUSTER Checkliste für den optimalen Einsatz Ihrer Freiwilligen

Damit Sie die Qualifikationen Ihrer Freiwilligen/Ehrenamtlichen optimal für Ihre Organisation einsetzen können und eine fruchtbare, langfristige Zusammenarbeit erreichen, haben wir einige Tipps für Sie zusammengestellt. Ihre Freiwilligen-Agentur steht Ihnen bei Fragen jederzeit gerne zur Verfügung.

Vorbereitung in Ihrer Einrichtung vor Besuch des/ der neuen Freiwilligen

- Sie haben eine klare Vorstellung, bei welchen Aufgaben die Freiwilligen eingesetzt werden sollen
- Es gibt in der Organisation einen hauptamtlichen Ansprechpartner für die Freiwilligen und ggf. noch einen ‚Paten‘ in Form eines erfahrenen Freiwilligen
- Den Freiwilligen stehen je nach Aufgabe die erforderlichen Arbeitsmaterialien sowie ein Arbeitsplatz zur teilweisen Nutzung zur Verfügung
- Die Modalitäten für Auslagenersatz sind geklärt
- Es besteht eine Haftpflicht- und Unfallversicherung für die Freiwilligen
- Sie können den Freiwilligen einen Nachweis über ehrenamtliche Tätigkeiten ausstellen
- Sie haben Möglichkeiten für die Anerkennung der freiwilligen Tätigkeit gefunden (Liste von Beispielen finden Sie auf der Rückseite)

Einbindung eines / einer neuen Freiwilligen – das erste Gespräch mit der/ dem neuen Freiwilligen

- Arbeitsumfang, -inhalt, und -zeit klären sowie klar von Arbeit der Hauptamtlichen abgrenzen
- Gegenseitige Erwartungen klären
- Rechte und Pflichten des Freiwilligen klären
- Ziele, Aufgaben und Arbeitsweise Ihrer Organisation verständlich machen
- Die Räumlichkeiten zeigen
- Die anderen haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeiter vorstellen (in größeren Einrichtungen: diejenigen Mitarbeiter, mit denen der/die neue Freiwillige zu tun haben wird)
- Abkürzungen etc. für Aussenstehende Unverständliche erklären
- Schnupperphase bzw. Einarbeitungszeit vereinbaren
- Ausstiegsmodalitäten klären

Während der Zusammenarbeit mit den Freiwilligen

- Es finden regelmäßig Gespräche zwischen Freiwilligen und Ansprechpartner statt, um Fragen und Probleme rechtzeitig klären zu können

- Die Mitwirkungs- und Mitsprachemöglichkeiten der Freiwilligen sind geregelt
- Die Freiwilligen haben die Möglichkeit ihr Aufgabenfeld auch zu wechseln innerhalb Ihrer Organisation
- Die Freiwilligen finden Anerkennung

Einige Stichpunkte zur Anerkennungskultur:

- Anerkennung sollte von Herzen kommen, d.h. lieber seltener, aber dafür ehrlich
- Anerkennung muss materiell nicht viel in Anspruch nehmen, sondern äußert sich oft in kleinen Dingen.
- Im folgenden sind einige Anregungen aufgelistet, die Sie je nach Ihren personellen und materiellen Ressourcen einsetzen können:
 - Freiwillige beim Einsatz beköstigen
 - Dankeschön-Fest
 - Teilnahme am Betriebsausflug
 - Kleine Geschenke zum Geburtstag und/oder Weihnachten
 - Teilnahme an Fort- und Weiterbildungen
 - Formelle Ehrung mit Urkunde, Orden, Dankschreiben; öffentliche Würdigung in der Presse mit Vertretern der Kommune
 - (Bei Ehrungen und Einladungen an Lebenspartner der Freiwilligen denken)
 - Qualifiziertes Zeugnis/ Nachweis für den Einsatz
 - Privatnutzung von Räumen, Geräten etc.
 - Vertrauensbeweise, z.B. Schlüssel der Einrichtung, kleinen Etat verantworten,
 - Verantwortung für neue Aufgaben übergeben
 - An Entscheidungen beteiligen
 - Miteinbeziehung bei Konzeptarbeit, Programmgestaltung
 - Rückmeldungen, Feedback
 - Kontaktpflege

5.3. Umsetzung der Standards

Die Umsetzung der Standards bereitet in der Praxis zuweilen Probleme, egal, ob die Einrichtung gross oder klein ist. Eine grosse Einrichtung hat vielleicht bereits einen sog. Freiwilligenkoordinator, der für die Freiwilligen in der Organisation zuständig ist.

Die Standards können verankert werden über:

- Bewusstsein aller Mitarbeiter in der Organisation, die mit FW zu tun haben bzw. über Mittel für Auslagenersatz etc. verfügen
- Benennung eines festen hauptamtlichen FW-Koordinators/Ansprechpartners und gemeinsames Verständnis der Aufgaben (Mitarbeiter der Einrichtung und des FW-Koordinators)

Dabei bieten sich mehrere Möglichkeiten und Aufhänger an, um das Thema der Standards in der Organisation zu verankern und mehrere Anlässe, z.B.:

- im Rahmen eines extra hierfür angesetzten Gesprächs von FA/FZ und Organisation zu diesem Thema aus reinem Interesse
- aus einem Spannungsfeld mit einer/einem vermittelten Freiwilligen heraus, wo die FA/FZ entweder von sich aus oder auf Initiative der Organisation hin ein Gespräch sucht
- im Rahmen eines Gesprächs zur Vorstellung des Fragebogens aus den Mustern „Fragebogen und Tipps für Freiwillige“

Je nach Ausgangslage der Organisation kann es zuerst darum gehen ein Grundverständnis zu schaffen, das auf die zentrale Frage antwortet „Wollen wir als Organisation überhaupt Freiwillige?“. Wird diese Frage bejaht, geht es daran die Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Pflichten der Freiwilligen zu klären sowie auch zu klären, wer zum FW-Koordinator mit welchen Pflichten und Zuständigkeiten ernannt wird.

Ein möglicher Gesprächsleitfaden können die Standards sein, anhand derer festgestellt werden kann, welche Ziele die Organisation durch eine bessere Einbindung der Freiwilligen erreichen will.

Erfahrungsgemäß sind nicht alle MitarbeiterInnen (z.B. verschiedene Bereiche/Stockwerke in einem Seniorenheim) mit der Zusammenarbeit mit Freiwilligen einverstanden. Hier gilt es dann die Auswirkungen der (geplanten) Zusammenarbeit mit Freiwilligen zu erfassen und die „Betroffenen“, die auch direkt mit den FW zu tun haben, am Wandel teilhaben zu lassen. Ebenfalls können hier Widerstände zum Tragen kommen (siehe 3.7.), die angesprochen werden müssen.

Wichtig ist auch, sich auf einen einfachen Umsetzungsplan zu einigen, so dass die Gespräche langfristig nicht ergebnislos bleiben (siehe z.B. 4.3. Umsetzungsplan).

6. SCHLUSSWORT

Dieses Handbuch ist als Ausfluss aus der Gründungs- und Aufbauhilfe der lagfa bayern entstanden sowie aus der unmittelbaren Gründungs- und Aufbauphase der Freiwilligenagentur Memmingen-Unterallgäu.

Eine FA/FZ zu gründen und aufzubauen ist eine wunderschöne und bereichernde Aufgabe, die zudem für unsere Gesellschaft im ländlichen und im städtischen Raum immer wichtiger wird.

Wir haben in diesem Handbuch versucht alle Fragen, die sich bei Gründung und Aufbau von FA/FZ stellen, zu beantworten. Selbstverständlich sind wir weiterhin für Sie da bei allen Fragen rund um FA/FZ bzw. lokalen Anlaufstellen, um Sie in Ihrer Arbeit vor Ort bestmöglich unterstützen zu können – telefonisch oder/und direkt vor Ort!

Ihre lagfa bayern

¹ TNS Infratest, FreiwilligenSurvey Bayern, 2004

² Stand: April 2007

³ Klie et al, Bürgerschaftliches Engagement und Ehrenamt in Baden-Württemberg, 2002/2003

⁴ Braun, Klages, Engagement und Engagementpotential in Deutschland, 2000

⁵ Institut für Praxisforschung und Projektberatung, Straus, Kandler, Der materielle Nutzen des Bürgerschaftlichen Engagements, 2004

⁶ Universität Regensburg, Feslmeier, Massouh, Schmid, Kosten-Nutzen-Analyse des Ehrenamtes am Beispiel der FreiwilligenAgentur Regensburg, 2004

⁷ Freiwilligenagentur Memmingen-Unterallgäu, Jahresbericht, 2005/2006 & 2006/2007

⁸ Straus, Keupp, Auf dem Weg zur aktiven Bürgergesellschaft, 2003



gefördert vom
Bay. Sozialministerium
für Arbeit und Sozialordnung,
Familie und Frauen



Mitglied im
Landesnetzwerk für
Bürgerschaftliches Engagement