LAGFA TAGUNG 22.MAI 2025

Haus Eckstein, Burgstr. 1-3, 90403 Nürnberg

Beraten, Begeistern, Bewegen

Engagementberatung als Schlüsselkompetenz von Freiwilligenagenturen

LAGFA TAGUNG 22.MAI 2025

Engagementberatung

Beraten, Begeistern, Bewegen – Engagementberatung als Schlüsselkompetenz

Unser Ziel war es, gemeinsam mit euch herauszuarbeiten, wie wir die Zukunft gestalten –

Ist Engagementberatung und Engagementvermittlung unser Markenkern?
Dadurch wollen wir die FA/FZ/KoBE und ihre gesellschaftliche Rolle stärken und diskutieren, wie wir mit zukünftigen Herausforderunge
gut umgehen können.
Die zentrale Aufgabe von Freiwilligenagenturen (FA/FZ/KOBE) ist es, Engagement vor Ort zu stärken.
Sie wollen alle Menschen begeistern, ermutigen und beraten - egal ob alt oder jung, arm oder reich, Migrationsgeschichte oder nicht,
städtischen oder ländlichen Raum. Digitale Engagementplattformen ersetzen dabei nicht analoge Beratung – im Gegenteil: Sie mache
potenzielle Freiwillige auf die Vielfalt von Engagement-Möglichkeiten aufmerksam, wodurch die Nachfrage nach einer persönlichen
Beratung sogar steigen kann und diese als wertvolle Ergänzung dient.

10:30 Uhr Begrüßung

10:45 Uhr **Keynote**

“Du bist Marke - Warum Marken so wertvoll sind”

11:15 Uhr **im Dialog**

Cornelie Elsässer & Ursula Erb

11:30 Uhr **Workshoprunde** 1

13:00 Uhr Mittagessen

14:00 Uhr **Workshoprunde** 2

15:30 Uhr Abschluss im Plenum &

Closing-Note

16:00 Uhr Ende

ABLAUF

LÖÄLÖÄ

Key Note: Cornelie Elsässer –
Du bist Marke. Warum die Marke so wertvoll ist

Die Marke.

Der Markenkern ist der wichtigste Wert, den ein Unternehmen oder eine Organisation ausmacht.
Er ist die ideelle Basis, steht für Qualität und definiert die Standards.
Marken sind einzigartig.
Marken sind wertvoll und nicht verhandelbar.
Marken sind das Potential, auf das die Mitarbeitenden zugreifen können.
Marken schützen.
Marken sind die emotionale Bindung zum Unternehmen.

Der Wert einer Marke.

Marken stellen einen immateriellen Vermögenswert dar. Sie stehen für die ideelle und emotionale Identifikation mit dem Unternehmen. Marken steigern den materiellen Vermögenswert.
Marken sind das „Big Thing“ eines Unternehmens. Für Mitarbeitende und Kunden: Mitarbeitende arbeiten lieber für Unternehmen mit einem guten Ruf.
Kunden kaufen lieber bei Unternehmen mit einer guten Reputation.

Beispiele bekannter Marken

Apple. think different.
VW. Das Auto.
Tesla. Keine Emissionen.
Rolex. Königliche Belohnung.

Marken finden in der emotionalen Wahrnehmung der Customer Community statt.

„Es braucht 20 Jahre, sich eine gute Reputation zu erarbeiten, und fünf Minuten, um sie zu zerstören“. (Warren Buffet)

Key Note: Cornelie Elsässer –
Du bist Marke. Warum die Marke so wertvoll ist

1

Markenkern

Purpose
Idee
Organisationswerte
Vision

2

Diskussion

mit Ursula Erb
zum Markenkern der lagfa
und FA/FZ/KoBE

WORKSHOPS

1

ERFAHRUNG TRIFFT ENGAGEMENT:(ANGEHENDE) RUHESTÄNDLER:INNEN FÜR EIN ENGAGEMENT GEWINNEN

Isabel Schrimpf, Freiwilligen-Agentur TATENDRANG

2

ENGAGEMENT-BERATUNG FÜR MENSCHEN MIT BESONDEREN BEDARFEN UND PERSÖNLICHEN BELASTUNGEN

Svenja Möllersmann, Freiwilligen-Agentur TATENDRANG

3

MEHR DIVERSITÄT! KULTURSENSIBLE ENGAGEMENT-BERATUNG

Sabine Bankauf, Leitung Freiwilligenzentrum z'sam, Diakonie München und Oberbayern e.V. und Diversity Trainierin

4

"READY TO GO" - WIE KANN ICH ENGAGEMENT-BERATUNG MIT EHRENAMTLICHEN GESTALTEN

Birgit Burkart & Barbara Kraus, Freiwilligen-Zentrum Augsburg

Workshop 1 Erfahrung trifft Engagement: (Angehende) Ruheständler:innen für ein Engagement gewinnen. Isabel Schrimpf, Tatendrang

Über sie wird viel gesprochen – die „Babybommer“, die in den nächsten Jahren in den Ruhestand gehen. Auch für viele Engagementorganisationen stellt sich die zentrale Frage: „Wie kommen wir diesen Personenkreis für ein Engagement gewinnen?“. In dem Workshop wird die Frage geklärt, ob es für Ruheständler:innen andere Beratungs- und auch Engagementplattformate brauch und ob und wie man als FA/FZ/KoBE neue Freiwillige mit mehr Zeit gewinnen kann.

Zentrale Inhalte

- Ruheständler Ehrenamt ans Herz legen, da wir sie dringend brauchen, sie sich aber aktuell weniger engagieren. Bis 2036 gehen 20 Millionen in den Ruhestand.
- Andere Ansprache wichtig: sie möchten nicht als Senioren/Ruheständler/Best Ager bezeichnet werden - *Menschen mit Lebenserfahrung* als eine Möglichkeit
- Diese Zielgruppe unterscheidet sich nicht sehr von anderen: möchten flexibles Engagement, haben eine zögerliche Motivation, teils schwierig erreichbar, hohe Erwartungen an das Engagement, längere Urlaubszeiten.
- Ansprechende Angebote, um in Kontakt mit der Zielgruppe zu kommen sind eher Freizeitaktivitäten wie Lachyoga, Afterworkshop, Disco, Ladenerstellung (projektbezogen) oder Kurzzeitengagement (Kritzelpaten)
- Vorstellung des Tatendrang-Workshops „After-Workshop“

Fragen und Diskussionspunkte

- Wie erreiche ich diese Zielgruppe, auf welchen Kanälen und in welchen Netzwerken?
- Wie und mit welchen Unternehmen kann man kooperieren?

Aha-Momente / Erkenntnisse

- Sie sind nicht anders als z.B. Studierende, suchen Gemeinschaft und Glück.
- Sie sind nicht die größte Gruppe, die sich engagiert
- Große Unterschiede in der Gesundheit, den Möglichkeiten und Bedarfen, wenn man alle ab 60 zusammenfasst → Unterteilung sinnvoll
- Manche haben eine kleine Rente, weshalb statt unbezahltem Engagement ein Minijob bevorzugt wird
- Verbindung zwischen Glück und Engagement

Ausblick: Bedarfe & Wünsche für die Praxis

- Austausch der gut laufenden Projekte mit der Zielgruppe

Beispielformat für die Zielgruppe:
After Workshop von Tatendrang (3 Stunden)

- Warm up
- Reflexion (Un)-Ruheststandstyp
- Was ist Glück
- Input Engagement- Ein:e Ehrenamtliche:r plaudert aus dem ‚Nähkästchen‘
- Einladung zu einem Beratungsgespräch

Wie gewinne ich Ruheständler:

- Kanäle: Social Media, Print, Lokalblätter, Flyer (Arztpraxen), Infostände, Email, Homepage, Aushänge (Schaukästen)
- Netzwerke: Rentenversicherung, Seniorenbeiräte, Vereine, VHS; Formen, Kirchen, Moschen, Mehrgenerationenhäuser, Kommunen
- Unternehmen: Vorstellung, Workshops während der Arbeitszeit, Kampagne (mein Glücksgefühl Ehrenamt).

Workshop 2 Engagementberatung für Menschen mit besonderen Bedarfen u. persönlichen Belastungen. Svenja Möllersmann, TATENDRANG

Viele Menschen, die beeinträchtigt oder stark belastet sind, möchten sich freiwillig engagieren. Oft wird ihnen auch geraten, sich ein Engagement zu suchen. In der Beratung stoßen wir dabei oft auf Herausforderungen, sei es in der Gesprächsführung oder bei der Suche nach einem passenden Engagement, das den Bedürfnissen der Betroffenen und den Möglichkeiten in Einrichtungen gerecht wird. Im Workshop sprechen wir über die besonderen Anforderungen, um respektvolle und passende Beratungsgespräche zu gestalten. Wir reflektieren unsere Haltung als Berater*in und erörtern, wie wir auch in schwierigen Situationen professionell und wertschätzend kommunizieren können.

Zentrale Inhalte

•Ein klarer Rahmen für das Gespräch muss von uns gesetzt werden. Wir können für die Engagementberatung helfen, für anderes gibt es andere Ansprechstellen, die wir mitgeben müssen.

Aha-Momente / Erkenntnisse

•Ich darf auch einmal keine Lösung finden, d.h. kein Engagement mitgeben

•Das innere Team: Stimmen anhören (5-6), sortieren, abwägen, welche aktiv wird. Stimmen evt. Auch aufschreiben (ein Satz). Erst z.B. empathiscehn und vorsichten Stimmen Raum geben, dann z.B. den realistischen….

•Dann Fragen stellen : Ich höre von Ihnen, dass. Welche Erwartungen haben Sie? Was passt für Sie. Orgas brauchen Verbindlichkeit, Stabilität? Können Sie das anbieten?

•Unser inneres Gefühl ernst nehmen, aber es auch hinterfragen? Was ist komisch, warum?

•Gespräch immer mit einer Kollegin kurz mündlich nachbesprechen.

•Zu Beginn kein Ergebins ankündigen… gebe ich Ihnen drei Angebote mit.

•Angebote mitnehmen, um sie mit Therapeuten etc. zu bespechen.

Workshop 3 MEHR DIVERSITÄT!
KULTURSENSIBLE ENGAGEMENT-BERATUNG

Alle Menschen, unabhängig von Alter, Herkunft oder Lebenssituation sollten sich gesellschaftlich zu engagieren. Eine diversitätssensible Engagementberatung wird dabei immer wichtiger - im ländlichen wie urbanen Raum wächst der Bedarf an Nachwuchs. In dem Workshop wurde diskutiert, was Vielfalt eine Rolle dabei spielt und wie wir uns selbst im Freiwilligenmanagement dafür sensibilisieren.

Zentrale Inhalte:
Was heißt Vielfalt für uns? Begegnungen und Erfahrungen austauschen.
Fakt: Gesellschaft ist vielfältig, Die Dimensionen von Vielfalt, Inter-sektionalität,
Diversitätssensibilität in der Engagementberatung und im Freiwilligenmanaement – was braucht es!
FA/FZ/KoBE als wichtige Brückenbauer
Sensiblisierungsmethoden:
Hard Facts von Vorurteilen, Schubladendenken, Vorurteile erkennen
Rollenspiel Engagementberatung mit Personas, die vorgegeben wurden

Fragen und Diskussionspunkte
Inwieweit sind wir von unseren Vorerfahrungen geprägt? Haben wir tatsächlich alle Menschen im Blick?
Wie gestalten wir eine Engagementberatung für Menschen die Einschränkungen oder Diskriminierungserfahrung haben

Aha-Momente / Erkenntnisse
„Schubladen“ kommen ganz schnell und es ist gar nicht so leicht diese schnell wieder zu öffnen.

Ausblick: Bedarfe & Wünsche für die Praxis

Unsere Gesellschaft ist vielfältig. Es braucht eine Öffnung in den Einrichtungen, so dass Engagement für alle machbar und attraktiv ist.

Workshop 4 „Ready to go“ – wie kann ich Engagementberatung mit Ehrenamtlichen gestalten? Birgit Burkart, Barbara Kraus, FZ Augsburg

In diesem Workshop lernen die Teilnehmenden, wie sie Freiwillige für eine Tätigkeit in der Engagementberatung qualifizieren und diese darin gut begleiten können. Dabei wird vermittelt, welche Voraussetzungen Freiwillige mitbringen sollten, wie eine gezielte Schulung erfolgen kann und wo die Grenzen der Engagementberatung durch Freiwillige liegen. Ziel ist es, eine nachhaltige Beratungsstruktur aufzubauen, die Engagement-Möglichkeiten vermittelt, auch wenn die Struktur durch Hauptamtliche nur begleitet werden kann.

Zentrale Inhalte

- Vorstellung des FZ Augsburg und des Konzeptes der Engagementberatung durch Ehrenamtliche
- Vermittlung des FW in ein Engagement „in dem er gut aufgehoben ist“ ist im Fokus, nicht die Vermittlung in die eigenen Projekte
- Aufgaben: Information und Erstberatung (Lotsenfunktion in der Zivilgestellschaft)
- Engagementangebote müssen „sexy“ formuliert sein: den Kern treffen und gleichzeitig einladend/ansprechend klingen
- Angebot eines Ehrenamtstreffs: willkürliche Einladungen von 30 Personen schaffen einen Projekt- und Anstellungsübergreifenden Austausch

Fragen und Diskussionspunkte

- Die eigene Rolle als HA: Koordination oder Beratung?
- Vergütung der Arbeit?
  - Jede:r darf mitgestalten (wurde als „Privileg“ bezeichnet)
- Was ist erfolgreiche Engagementberatung und wie kann sie gemessen werden? (Rede und Antwort stehen beim OB/Vorgesetzten)
- Wie spricht man „alle“ an mit einem Engagementangebot, wenn „jede:r“ (unabhängig von Alter z.B.) teilnehmen kann?
  - Offene Formulierungen, weil das Angebot nur 1x eingepflegt werden kann
  - ChatGPT: „Menschen verbinden, Gutes bewirken – Dein Einsatz als Engagementvermittler zählt“

Aha-Momente / Erkenntnisse

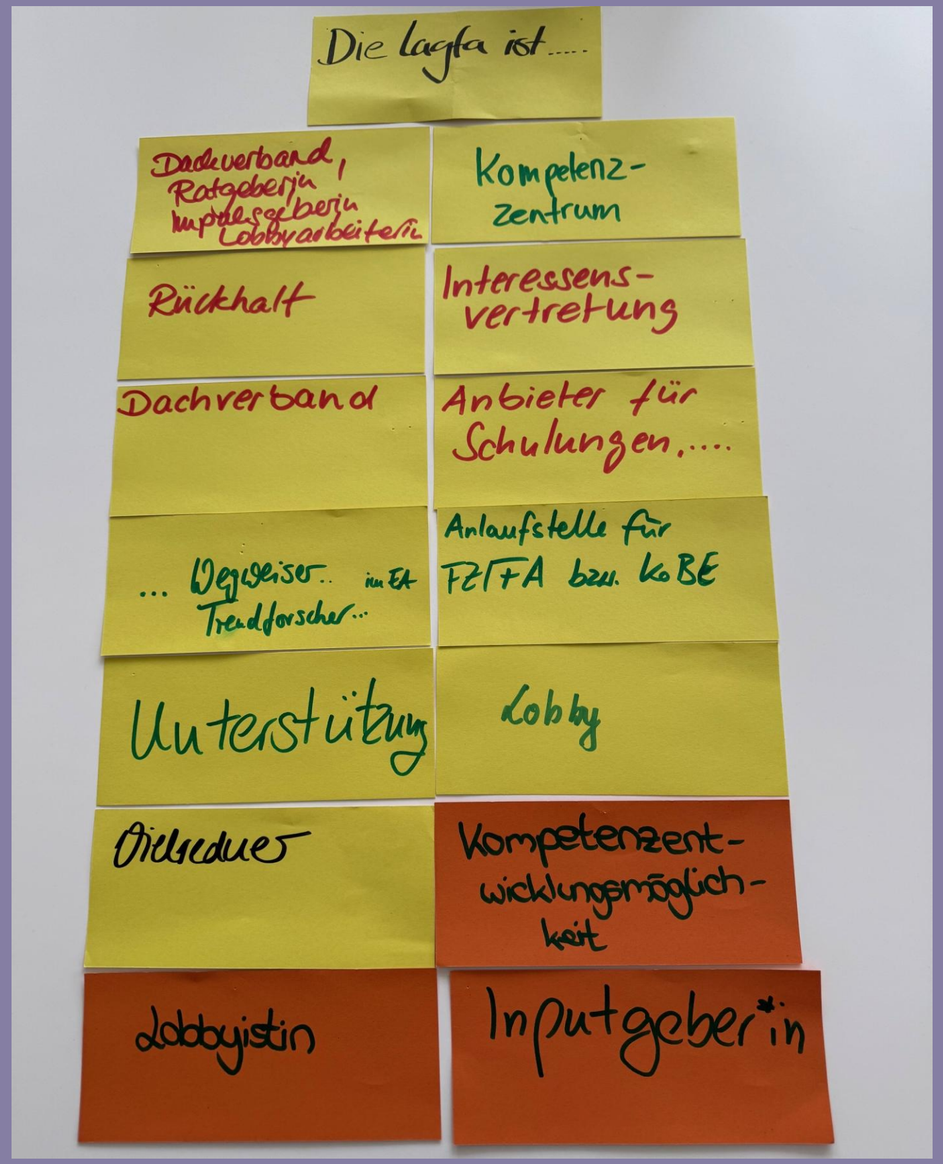
Die Engagementberater:innen leisten eine Orientierungshilfe → empfehlen statt vermitteln (man weiß nicht, ob die Personen auch zum empfohlenen Engagement gehen)

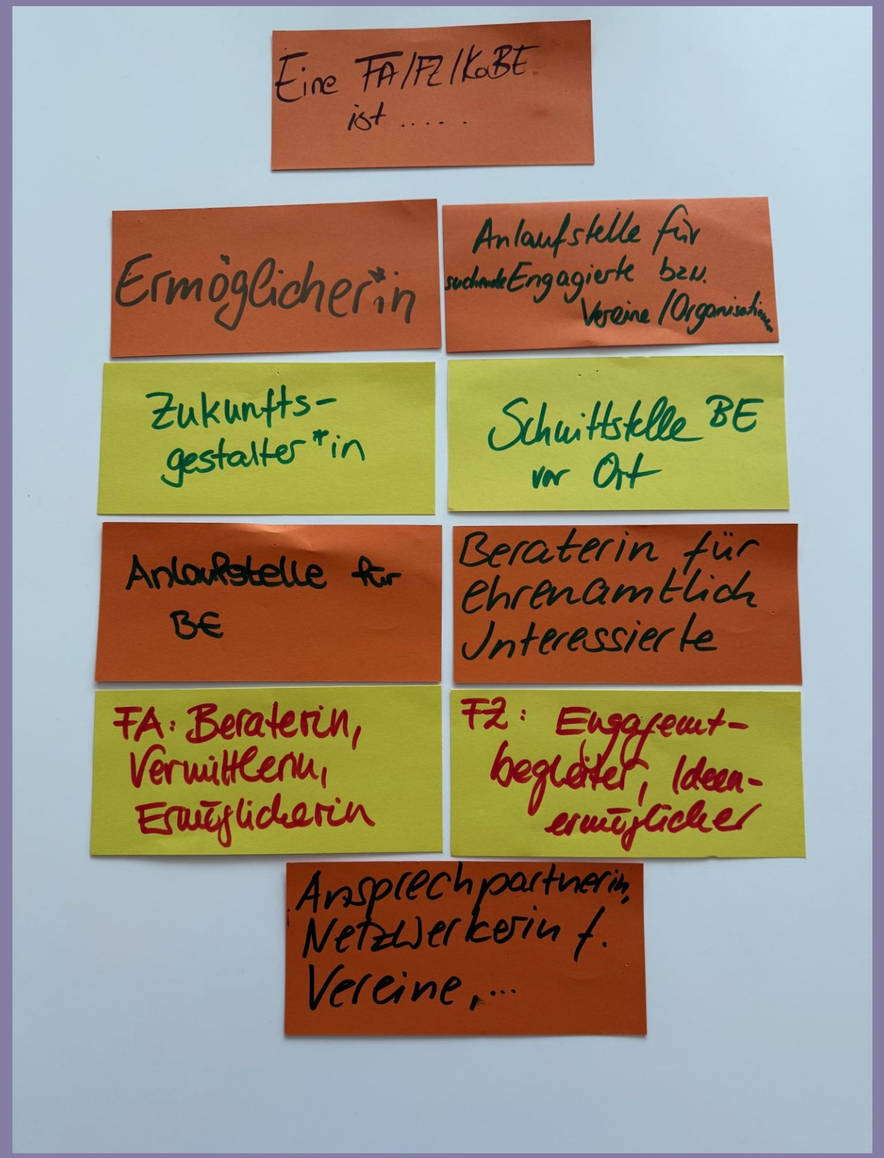
- Verbindlichkeit in Stadt und Land sind unterschiedlich

Ausblick: Bedarfe & Wünsche für die Praxis

- Unterstützung durch Texter:in (Workshop) um gute Formulierungen zu finden für Engagementangebote
- Kommunikationswege/-kanäle/-orte weiterentwickeln (Engagement-Bar/…)

Markenkern der lagfa bayern e.V. und der FA/FZ/KoBE





Fazit

Engagementberatung ist ein wichtiger Teil der Arbeit der FA/FZ/KoBE,
der sehr vielseitig, herausfordernd, anspruchsvoll und wichtig ist.

Die nächste lagfa-Tagung:

Junge Menschen, große Ideen: Junges Engagement stärken und fördern - auch im Ganztag?

12. und 13. November 2025

Tagungshaus im Kloster Rohr
Abt-Dominik-Prokop-Platz 1
93352 Rohr i. NB

AUSBLICK

LÖÄLÖÄ

Bitte nehmt noch an unserer Umfrage teil damit wir unser Angebot an eure Bedarfe anpassen können ☺

https://www.lamapoll.de/Umfrage-zur-lagfa-Tagung

Folgt uns gerne auch auf folgenden Kanälen:

@lagfabayern
@digitalvereint
@sprache_schafft_chancen
@freilich_bayern

lagfa bayern e.V.
Digital vereint
Freilich

Die lagfa bayern wird gefördert von:

Bayerisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales