

# Transfer

Vorgehen der Kölner Freiwilligen Agentur  
bei der Orientierung an Wirkung

Tagung der lagfa Bayern  
auf Schloss Schney, 9./10.10.2024

# Was hat uns angetrieben?

Die zunehmende Anforderung von Stiftungen, die gesellschaftliche Wirkung unserer Arbeit zu belegen

Zu erfahren, wo wir bereits gut wirken und wo wir besser werden wollen

Die Neugier zu erfahren, ob unser Gründungsimpuls Wirkung zeigt

# Was haben wir erreicht?

## 1. Eine neue Form unseres Jahresberichts

### Beispiele:

<https://www.koeln-freiwillig.de/wp-content/uploads/2017/05/Jahresbericht-2015-final.pdf>

und

<https://www.koeln-freiwillig.de/wp-content/uploads/2023/05/2022-Jahresbericht-KFA-web-1.pdf>

# WIRKUNG DER KÖLNER FREIWILLIGEN AGENTUR

## WAS IST NUR GUT GEMEINT? WAS IST AUCH GUT GEMACHT? ODER ANDERS: WAS WIRKT WIRKLICH?

Gemeinnützige Organisationen wollen und sollen ihre gesellschaftlichen Ziele erreichen. Insofern ist die Überprüfung der Zielerreichung – also letztlich die Frage nach der Wirkung – ein Kernelement gemeinnütziger Aktivitäten. Den Organisationen hilft sie bei der qualitativen Weiterentwicklung. Aber auch Spender/-innen und soziale Investoren haben ein natürliches Interesse, zu erfahren, ob ihr Engagement auch Wirkung zeigt. In den vergangenen Jahren ist das Thema „Wirkung“ auch für Freiwilligenagenturen immer wichtiger geworden. ● Seit 2014 berichten wir in unserem Jahresbericht darüber, welche Wirkung die Kölner Freiwilligen Agentur erzielt. Seitdem erstatten wir Ihnen, liebe Leser/-innen, anders Bericht. Während wir früher zumeist geschrieben haben, was wir getan haben, lesen Sie das zwar weiterhin, aber in kürzerer Form. Jetzt legen wir mehr Wert darauf, zu beschreiben, was unsere Arbeit bei den Engagierten, bei den Einrichtungen, in die wir Freiwillige vermittelt haben, und in der Kölner Stadtgesellschaft bewirkt. ● Für jeden Jahresbericht wählen wir einen Schwerpunkt aus, dessen Wirkung wir ausführlich darstellen. Das ist in diesem Jahr unser Projekt LeseWelten.

In kürzerer Form berichten wir anschließend über alle anderen Arbeitsschwerpunkte. Dabei zeigen wir Wirkung in unterschiedlichen Aspekten auf:

- Mit der „Wirkungsweise“ erklären wir, wie unser Lösungsweg hin zu einer gesellschaftlichen Veränderung aussieht.
- In den „Fakten“ nennen wir Zahlen, an denen sich Wirkung ablesen lässt.
- Unter „Stimmen“ zitieren wir Personen, die namentlich genannt werden und etwas darüber sagen, wie die Kölner Freiwilligen Agentur zur Verbesserung ihrer Lebenslage beigetragen hat.

So können Sie sich ein Bild davon machen, wie die Kölner Freiwilligen Agentur dazu beiträgt,

- dass Engagierte den Blick auf andere richten und deren Bedürfnisse wahrnehmen,
- dass sich Bürger/-innen für soziale Veränderungen einsetzen und Innovationen anstoßen,
- dass die Stadtgesellschaft zusammenwächst und der soziale Zusammenhalt steigt.



# Ehrenamtsvermittlung

**Bock auf Ehrenamt?** Beratung zu Fragen rund um ehrenamtliches Engagement und die Vermittlung von Engagementinteressierten in ausgewählte Einsatzstellen sind Herzensangelegenheiten der Kölner Freiwilligen Agentur. Unser Ziel ist es, die Wünsche von Engagementsuchenden und Einrichtungen optimal zu kombinieren. Engagementinteressierte Bürger:innen nehmen Kontakt zu uns auf und werden per Telefon, E-Mail, über unsere Homepage und in unseren Beratungsterminen persönlich oder digital über Engagementmöglichkeiten informiert und beraten. Der Zeitaufwand für ein Ehrenamt ist frei wählbar, einige Engagements umfassen eine Stunde im Monat, andere ein Vielfaches.

Mit dem Beratungslokal in der Kölner Freiwilligen Agentur bieten wir an drei festen Tagen eine niedrigschwellige Anlaufstelle für Engagementinteressierte an. Außerhalb der regulären Öffnungszeiten beraten wir nach Vereinbarung auch an anderen Wochentagen sowie in den Abendstunden, um beispielsweise Berufstätigen den Zugang zu unseren Angeboten zu erleichtern.

**Aktuelles** Anfang 2022 hat uns der Krieg in der Ukraine über Nacht in aller Deutlichkeit vor Augen geführt, wie notwendig menschliche Hilfe und Fürsorge sind. Mit dem Eintreffen der ersten geflüchteten Menschen in Köln, gab es einen dringenden Bedarf an Helfer:innen. In diesem Zusammenhang konnten wir feststellen, dass sich auch viele junge Menschen ehrenamtlich engagieren möchten, die im Studium oder Berufsleben stehen. Wir reagierten darauf mit unterschiedlichen Angeboten, wie zum Beispiel Kurz & Gut, um auch ehrenamtliche Tätigkeiten für kleinere Zeitfenster zu ermöglichen.

Es zeigte sich deutlich, dass die gesellschaftlichen Ereignisse das Interesse der Freiwilligen an Engagement beeinflussen. So ist etwa eine erhöhte Sensibilität bei Klimafragen auch in unseren Beratungsgesprächen zu spüren. Der Wunsch nach „Kontakt mit der Natur“ und die „Zusammenarbeit mit anderen Menschen“ waren die häufigsten Beweggründe für ein Ehrenamt.

Das ehrenamtliche Beratungsteam arbeitet sowohl mit den interessierten

## Fakten

**Laufzeit:** seit 1998

**Hauptamtliche Mitarbeit:**

Susanne Freisberg-Houy,

Anna-Lena Müller

(18,5 Stunden pro Woche)

**Freiwilligendienstleistende:**

Dharna Katyal, Ben Tepper,

Marion Hansen

**Ehrenamtliche Mitarbeit:**

8 Personen

**Kosten:** 38.500 Euro

**Netzwerke & Dachverbände:**

bagfa e. V., lagfa e. V., Kölner

Arbeitskreis Bürgerschaftliches

Engagement (KABE), Kölner Netz-

werk Bürgerengagement (KNBE),

Aktion Mensch

**Förderer:**

Aktion Mensch, Stadt Köln

**Anfragen:** 1.311 Personen

**Beratungen:** 176 Personen

(ausführliche Beratungen)

**Vermittlungen:** 72 Personen, die

sich zurückgemeldet haben

**Anonyme Anfragen**

**auf Website:** 1.442

„Ich bin sehr froh, dass ich mein Ehrenamt gefunden habe. Es hat sofort gepasst und macht auch nach vier Jahren immer noch Freude.“

Iris Georgi, Ronald McDonald Haus Köln

# Was haben wir erreicht?

## 2. Erfolgreiche Antrag an Stiftungen

### Beispiel

aus dem Projektantrag „Auf ins digitale Zeitalter“, den wir während der Coronazeit an eine Stiftung gestellt haben

Dadurch, dass alle beruflichen Mitarbeiter\*innen der Kölner Freiwilligen Agentur nicht nur an ihren Arbeitsplätzen im Büro arbeitsfähig sind sondern auch an anderen Orten, können wir flexibel auf Krisen reagieren, die mit hohen Hygienestandards und Abstandsgeboten im Arbeitsleben verbunden sind. Auf diese Weise können wir auch in Krisenzeiten unsere Arbeitsfähigkeit und unsere Dienstleistungen aufrechterhalten. Die Gefahr, dass wir unsere Dienstleistungen während der Coronakrise nicht oder nicht im erforderlichen Umfang erbringen können, wehren wir damit ab. Auch für zukünftige Krisen wappnen wir uns. Wir steigern unsere Krisenresilienz nachhaltig und um ein Vielfaches.

Mobiles Arbeiten wird gerade zum Trend. Mitarbeiter\*innen schätzen Arbeitgeber\*innen, die die Möglichkeit zum Mobilen Arbeiten bieten. Die Kölner Freiwilligen Agentur braucht gute Mitarbeiter\*innen. Arbeitgeberin der ersten Wahl zu sein, hilft uns, gute Mitarbeiter\*innen zu finden und zu halten. Das macht die Personalpolitik der Kölner Freiwilligen Agentur erfolgsversprechend und zukunftsfähig.

## Indikatoren:

- Allen 16 beruflich Mitarbeitenden steht am Ende der Projektlaufzeit ein Arbeitsplatz im Büro zur Verfügung, der mit gutem Bildschirm einschließlich Kamera und gutem Kopfhörer ausgestattet ist.
- Alle 16 beruflich Mitarbeitenden können am Ende der Projektlaufzeit einen mobilen Arbeitsplatz nutzen, der mit einem Notebook mit Kamera und Kopfhörer und einer stabilen WLAN-Verbindung ausgestattet ist.
- In einer Befragung zum Ende der Projektlaufzeit geben die beruflich Mitarbeitenden mehrheitlich an, dass sie beim digitalen Changemanagement mitgestalten konnten.
- In einer Befragung zum Ende der Projektlaufzeit geben die beruflich Mitarbeitenden mehrheitlich an, neue Erkenntnisse und Kompetenzen und eine größere Arbeitszufriedenheit bezüglich ihrer Arbeitsplätze und Arbeitsformen erworben zu haben ...

# Was haben wir erreicht?

## 3. Verankerung der Wirkungsorientierung im Alltagshandeln:

- Mitarbeiter:innen können Wirkungsorientierung und schreiben ihre Anträge entsprechend
- Der Vorstand denkt so und steuert das Geschehen auf diesem Hintergrund

# Was haben wir gemacht?

Workshops über die Dauer von einem Jahr

- mit allen Mitarbeitenden und Vorstandsmitgliedern
- arbeitsteiliges Vorgehen
- mit Selbstlernphasen (Kursbuch)

Bundesweiter Austausch im Rahmen der bagfa

- Mit 5 anderen Freiwilligenagenturen
- Mit Unterstützung von Expert:innen von Phineo und Vis a Vis

# Wichtigster Zwischenschritt: die Wirkungstreppe

Beispiel:

Wirkungstreppe zur Beratung von  
Organisationen

# Wie das freiwillige Engagement in gemeinnützigen Einrichtungen wirkt: Output

Stufe	Theory of Change / Wirkungsweise	Belege / Indikatoren
1. Aktivitäten finden wie geplant statt	Durch öffentliche Veranstaltungen, die Verbreitung von Informationsmaterialien und Berichterstattung in den Medien machen wir auf freiwilliges Engagement aufmerksam.	
2. Zielgruppen werden erreicht	Interessierte gemeinnützige Einrichtungen werden von uns besucht und erstellen mit unserer Unterstützung Tätigkeitsprofile für freiwillige Mitarbeit. Einrichtungen aus allen Bereichen des gemeinnützigen Sektors (Soziales, Kultur, Bildung, Sport, Umwelt) lassen sich von uns beraten, darunter sind sowohl kleine wie auch große Vereine, auch solche, die vorher noch keine Freiwilligen aufgenommen haben.	Anzahl von Einrichtungen, die angefragt haben Anzahl von Einrichtungen, die von uns beraten wurden Listen von Einrichtungen (Vielfalt) Anzahl von Einrichtungen, die zum ersten Mal Freiwillige aufnehmen
3. Zielgruppen akzeptieren Angebote	Aus regelmäßig eingeholten Rückmeldungen der gemeinnützigen Einrichtungen wissen wir, dass die Zufriedenheit mit unserer Beratung hoch ist.	Fallbeispiel von beratenen Vereinen, die sich nach der Beratung zufrieden äußern

# Wie das freiwillige Engagement in gemeinnützigen Einrichtungen wirkt: Outcome und Impact

4. Zielgruppen verändern ihre Einstellung	Die gemeinnützigen Einrichtungen sind nach unserer Beratung bereit, Freiwillige bei sich aufzunehmen und können sie sinnvoll in das Vereinsleben integrieren.	Anzahl der Angebote „mit Bedarf“ in Freinet
5. Zielgruppen ändern ihr Handeln	Aus den Rückmeldungen der Vereine wissen wir, dass durch unsere Vermittlung Freiwillige und Vereine passgenau zusammenfinden und Freiwillige sich in hohem Umfang in gemeinnützigen Einrichtungen engagieren. Die gemeinnützigen Einrichtungen, die Freiwillige aufnehmen, erhalten von uns regelmäßig Rückmeldungen zu ihrem Freiwilligen-Management und verbessern so ihren Umgang mit Freiwilligen kontinuierlich.	Anzahl der Freiwilligen, die ein freiwilliges Engagement aufgenommen haben Anzahl der Engagementstunden, die in den Einsatzstellen geleitet wurden Abfrage der Zufriedenheit der Verein mit dem Engagement der Freiwilligen
6. Lebenslage der Zielgruppen ändert sich	Durch eine systematische Beobachtung und Befragung der Vereine wissen wir, dass sie Freiwilligenarbeit in ihren Veröffentlichungen erwähnen, die Funktion von Freiwilligen-Koordinatorinnen einführen, neue Engagementfelder entwickeln und Freiwillige gern dort tätig sind. Die Vereine zeigen damit, dass sie über ein systematisches Freiwilligen-Management verfügen und Freiwillige nutzbringend in ihre Arbeit einbinden.	Fallbeispiel
7. Das unmittelbare gesellschaftliche Umfeld verändert sich.	Dies führt dazu, dass sich das nahe gesellschaftliche Umfeld der Vereine verändert. Wenn es - je nach Betätigungsfeld - den Klienten besser geht, die Besucher und Besucherinnen bereichert sind oder die Leistung der Vereine gestiegen ist, dann können wir davon ausgehen, dass die Einrichtungen ihre gesellschaftlichen Anliegen, die sie langfristig verfolgen, durch die Mitarbeit von Freiwilligen besser umsetzen.	Fallbeispiel von Freiwilligen, die ihr nahes gesellschaftliches Umfeld verändert haben

# Vielen Dank!

**Ulla Eberhard**

**Kölner Freiwilligen Agentur e.V.**

**Clemensstraße 7**

**50676 Köln**

Telefon: 0221/ 888 278-20

Telefax: 0221/ 888 278-10

Email: [ulla.eberhard@koeln-freiwillig.de](mailto:ulla.eberhard@koeln-freiwillig.de)

[www.koeln-freiwillig.de](http://www.koeln-freiwillig.de)