



# **Alltag. Einfach. Machen.**

**Wie Freiwilligenagenturen tägliche  
Herausforderungen kreativ meistern**

**Innovationspreis für Freiwilligenagenturen 2016**

**Dokumentation**

Impressum

Herausgeberin:

Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa) e.V.

Potsdamer Straße 99

10785 Berlin

Tel.: 030 / 20 45 33 66

Fax: 030 / 28 09 46 99

Geschäftsführung: Tobias Kemnitzer (V. i. S. d. P.)

Redaktion: Sabine Wolf

Fotonachweise:

Titel: Giorgio Montersino [CC BY-SA 2.0]

Preisverleihung: Susanne Frerichs, Bremen

Alle weiteren Fotos: Freiwilligenagenturen

© bagfa, November 2016

## Ein Preis für Freiwilligenagenturen

Mit dem Innovationspreis zeichnet die Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen e.V. (bagfa) seit mehr als zehn Jahren Freiwilligenagenturen aus. Angeregt wurde der Innovationspreis durch die Stiftung Apfelbaum, die seither die Preisgelder ermöglicht. Ausgezeichnet werden Ansätze, Konzepte und Projekte von Freiwilligenagenturen, die in ungewöhnlicher und beispielgebender Weise zum Engagement der Bürgerinnen und Bürger vor Ort motivieren, es entwickeln, stärken und ausbauen.

## Alltag. Einfach. Machen.

2016 stand der Innovationspreis unter dem Motto „Alltag. Einfach. Machen. Wie Freiwilligenagenturen tägliche Herausforderungen kreativ meistern“. Alltag – das klingt nach Routine und Wiederholung. Der Arbeitsalltag besteht allerdings vielmehr aus mannigfachen kleinen und größeren Hürden, die immer wieder aufs Neue gemeistert werden müssen. Gerade weil Freiwilligenagenturen sich immer wieder auf neue Herausforderungen einstellen, können sie flexibel auf gesamtgesellschaftliche Entwicklungen wie z.B. derzeit das Thema Flucht, in denen Engagement gefragt und gefordert ist, reagieren. Die bagfa suchte daher erfolgreiche Alltagsstrategien, mit denen Freiwilligenagenturen tägliche Herausforderungen meistern.

## Das Auswahlverfahren

Die Jury setzte sich aus den Trainerinnen und Trainern der bagfa-Fortbildungsreihe „Erfolgreich arbeiten in Freiwilligenagenturen“ zusammen:

- Dorothee Bucka, Freiwilligenagentur altmühlfranken des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen
- Birgit Bursee, Freiwilligenagentur Magdeburg e.V.
- Uschi Erb, lagfa Bayern e.V.
- Dr. Jochen Gollbach, FreiwilligenAgentur Marzahn-Hellersdorf
- Sandra Hartjes, Ehrenamt Agentur Essen e.V.
- Ingrid Lensing, Freiwilligenzentrum Düren e.V.
- Uwe Lummitsch, LAGFA Sachsen-Anhalt e.V.
- Patricia Ortmann, Freiwilligenzentrum für Stadt und Landkreis Gießen e.V.
- Birgitt Pfeiffer, Freiwilligen-Agentur Bremen
- Karlheinz Sölch, Landratsamt Cham – Treffpunkt Ehrenamt

Die Jury nominierte aus rund zwanzig eingereichten Ideen sieben Beiträge für die Preisverleihung. Alle nominierten Freiwilligenagenturen konnten sich über 750 Euro Preisgeld freuen. Über die drei ersten Plätze des Innovationspreises 2016 entschieden die Gäste der bagfa-Jahrestagung und bescherten so den Preisträgerinnen und -trägern jeweils 3.000 Euro (1. Platz), 2.000 Euro (2. Platz) und 1.000 Euro (3. Platz).

## Die Preisträger/innen

### Platz 1:

#### Zentrum Aktiver Bürger (ZAB) Nürnberg: „Freiwilligen-Info in der Buchhandlung“

### Ausgangslage

Als das ZAB Nürnberg damit begann, den Bereich der Freiwilligenvermittlung aufzubauen, stieß es schnell an die Grenzen seiner räumlichen Ressourcen. Gleichzeitig wollte das ZAB mehr potentielle Freiwillige erreichen und das Thema „Bürgerschaftliches Engagement“ einer breiteren Öffentlichkeit nahe bringen.

### Lösungsansatz

Um mehr Interessent/innen zu erreichen, sollte der Beratungsservice des ZAB daher dort angeboten werden, wo viele Menschen unterwegs sind. Außerdem sollten die Öffnungszeiten der Beratungsstelle für berufstätige Menschen geeignet sein. Aus einer spontanen Idee heraus stellte das ZAB sein Vorhaben dem damaligen Leiter des Thalia-Buchhaus' Campe vor, das zentral in der Nürnberger Fußgängerzone liegt und abends bis um acht Uhr geöffnet hat. Der Filialleiter zeigte sich sehr aufgeschlossen, schlug als Beratungsort die „grüne Ecke“ im Café des Buchhauses vor – und übernahm sogar die Getränkkekosten für das Berater/innen-Team und die Interessent/innen der neuen „Freiwilligen-Info“.



### Ergebnis

Durch die Zusammenarbeit des ZAB mit der Buchhandlung entsteht ein Nutzen für beide Partner: Das ZAB erreicht durch die Freiwilligen-Info wesentlich mehr Interessent/innen: Seit ihrer Eröffnung finden dort jährlich rund 300 Gespräche statt. In der Freiwilligen-Info lassen sich außerdem oft Menschen beraten, die erst vor Ort den Entschluss dazu fassen. Ebenso gibt es Interessent/innen, die sich zunächst langsam herantasten möchten und die Freiwilligen-Info erst einmal aus einer gewissen Entfernung beobachten. Auch die Buchhandlung profitiert von der Kooperation: Sie wird von der Öffentlichkeit insgesamt stärker und als sozial engagiert wahrgenommen. Für das Berater/innen-Team sowie für die Interessent/innen liegt es nahe, ihren Bedarf an Büchern und Geschenkartikeln direkt in der Buchhandlung zu decken.

### Das gefiel der Jury



- Die öffentliche Wahrnehmung des ZAB wurde deutlich verbessert und neue Zielgruppen wurden erreicht.
- Die gelungene Kooperation zwischen lokaler Wirtschaft/Filiale einer Buchkette und einer Freiwilligenagentur ist sehr gut auf andere Regionen übertragbar.

## Platz 2:

### Freiwilligenzentrum Hannover: „Motivation Freiwillige“

#### Ausgangslage

Die Freiwilligen des Freiwilligenzentrums Hannover wünschten sich mehr Anerkennung, Kontakt zu den Hauptamtlichen, Informationsaustausch und insgesamt mehr Zugehörigkeit zum Freiwilligenzentrum.

#### Lösungsansatz



Das Freiwilligenzentrum entwickelte daher ein Maßnahmenpaket, um die Freiwilligen besser einzubinden. Dazu gehören: 1) eine monatliche „Runde der Ehrenamtlichen“: Hier werden aktuelle Informationen ausgetauscht, Termine besprochen und Referent/innen zu bestimmten Themen eingeladen; 2) eine Willkommensmappe für neue Freiwillige: Um neuen Freiwilligen das Ankommen zu erleichtern, wurde eine Willkommensmappe, u.a. mit einem

personalisiertem Begrüßungsschreiben sowie einer Tätigkeitsbeschreibung für das jeweilige Engagementfeld ins Leben gerufen; 3) eine Fotowand „Wir sind freiwillig für Sie da“: Als Wertschätzung der Freiwilligen wurde eine Foto-Begrüßungswand im Eingangsbereich des Freiwilligenzentrums eingerichtet; 4) das Einbinden von Freiwilligen in Klausurtag: Freiwillige, Hauptamtliche und Vorstand treffen sich alle 2 Jahre zu einer Klausurtagung. Zusätzlich werden „kleine“ Klausurtagungen für Freiwilligenteams aus den Fachbereichen organisiert, an denen die Geschäftsleitung teilnimmt; 5) ein Weihnachtsfrühstück: Das Frühstück wird ausschließlich von den Hauptamtlichen als ein Dank für die Freiwilligen vorbereitet.

#### Ergebnis

Die Freiwilligen fühlen sich mit dem Freiwilligenzentrum stärker verbunden und es gibt weniger Fluktuation unter ihnen. Der Informationsaustausch hat sich sowohl mit Hauptamtlichen als auch unter den Freiwilligen verbessert. Die Freiwilligen sind mittlerweile so zufrieden, dass sie im Bekanntenkreis neue Engagierte anwerben.

#### Das gefiel der Jury

- Bemerkenswert ist die strategische und strukturierte Herangehensweise, sich einem Thema zu stellen und dabei gleich mehrere Bausteine - vom Weihnachtsdankesessen bis hin zu Beteiligung an Klausurtagungen – zu erarbeiten.
- Es ist keine Selbstverständlichkeit, dass eine Freiwilligenagentur selbst mit Freiwilligen arbeitet. Umso mehr gefiel der Jury, dass dies z.B. durch die Fotowand auch nach außen demonstriert wird.



### Platz 3:

#### Freiwilligen-Agentur Tatendrang München: „Teacher’s Tea Time“

##### Ausgangslage

Die Freiwilligen-Agentur Tatendrang kooperiert für ihr Projekt „Lesezeichen“ mit 43 Grund- und Förderschulen. Rund 420 Freiwillige sind dabei als Lese- und Sprachpatinnen und –paten aktiv. Eine gute Zusammenarbeit zwischen der Schulleitung und Tatendrang und vor allem zwischen Klassenlehrer/in und Freiwilligen ist grundlegend für den Erfolg des Projekts. Da Kooperationsgespräche in der Regel nur mit den Schulleitungen geführt werden, fehlte Tatendrang allerdings der direkte Kontakt zu den Klassenlehrerinnen und –lehrern.

##### Lösungsansatz

Angesichts der vielen Termine, die die Lehrer/innen ohnehin wahrnehmen müssen, hielt Tatendrang die Organisation eines Fachtages für aussichtslos. Die Herausforderung bestand also darin, mit möglichst geringen Mitteln möglichst viele Lehrer/innen zu erreichen. Die entscheidende Idee war: Lehrerinnen und Lehrer werden wie Freiwillige behandelt, denn auch sie betreuen das Projekt freiwillig. Tatendrang lud sie als Zeichen des Dankes nachmittags zu einer „Teacher’s Tea-Time“ in die Freiwilligen-Agentur ein. Diese machte neugierig und Lust darauf, Freizeit zu investieren und am Austausch teilzunehmen. Während die Lehrer/innen beherzt beim englischen Gebäck zugriffen, stellte Tatendrang sein Konzept vor. Eine Kurzvorstellung einer Umfrage zur Wirkung von Lesepatenschaften als Einstieg regte zusätzlich den Austausch unter den Lehrer/innen an – der wiederum der Freiwilligenagentur wichtige Hinweise für die Weiterentwicklung des Projekts gab.



##### Ergebnis

Für die Lehrer/innen wurde durch die „Tea-Time“ das Projekt sowie die Arbeitsweise von Freiwilligen-Agenturen sichtbar. Sie fühlten sich in ihrem Engagement anerkannt und konnten viele neue Informationen und Anregungen zur Zusammenarbeit mit Freiwilligen mitnehmen. Aus der bei der Tea-Time stattfindenden Lehrer/innenbefragung und dem Austausch erhielt die Agentur Hinweise, mit welchen Mitteln und Maßnahmen die Wirkung des Projekts erhöht werden kann. Tatendrang nutzte die „Tea-Time“ auch für die Öffentlichkeitsarbeit.

##### Das gefiel der Jury



- Ein Aha-Effekt für Jury-Mitglieder: Lehrer/innen aus Kooperationsprojekten mit Schulen auch als Freiwillige zu behandeln – entsprechende Wertschätzung eingeschlossen.
- Durch die Tea-Time hat es die Freiwilligen-Agentur Tatendrang geschafft, die oft schwer erreichbare Zielgruppe Lehrer/innen zu erreichen.

## Die Nominierten

### Freiwilligen Zentrum Hamburg: „Erstellung eines Handbuch – und wie hält man es aktuell?“

#### Ausgangslage

Das Freiwilligen Zentrum Hamburg hatte vor mehreren Jahren ein Handbuch zu seinen Arbeitsprozessen in der Freiwilligenagentur erarbeitet, das leider nicht mehr regelmäßig aktualisiert werden konnte. Für die Einarbeitung der neuen freiwilligen Berater/innen fehlte daher eine umfassende Dokumentation der einzelnen Arbeitsschritte, die über den regelmäßigen Dialog zwischen den Mitarbeiter/innen hinausgeht.

#### Lösungsansatz



Das Handbuch sollte daher wieder als Arbeitsmittel genutzt werden. Ein neuer Mitarbeiter wurde zum „Paten des Handbuchs“ ernannt: Mit seinem frischen Blick und als selbst noch Lernender hatte er eine besondere Sensibilität für die beschriebenen Prozesse. Sämtliche Prozesse wurden mit den jeweiligen Freiwilligen durchdacht und überprüft. Um es möglichst einfach aktuell zu halten, wurde es als Loseblattsammlung in einem Ordner zu-

sammengefasst. Wenn Kolleg/innen Änderungen auffallen, die im Handbuch festgehalten werden sollten, machen sie den „Handbuch-Paten“ darauf aufmerksam. Informationen, Änderungen oder Ergänzungen, die bei den Beratertreffen bekanntgegeben oder entschieden werden, finden sofort Einzug ins Handbuch.

#### Ergebnis

Das Handbuch sorgt dafür, dass bei der Einarbeitung neuer Kolleg/innen nichts vergessen wird. Die Erarbeitung des Handbuchs hat dazu geführt, ganz genau darüber nachzudenken, wie das Freiwilligen Zentrum arbeitet und welche Informationen für die verschiedenen Mitarbeiter/innen wichtig und nützlich sind. Mit detaillierten Prozessbeschreibungen können sich weniger Fehler einschleichen. Mithilfe des Handbuchs können außerdem alle Antworten auf Fragen finden, die sie sich nicht (mehr) zu fragen trauen, weil sie sie schon so häufig gestellt haben.

#### Das gefiel der Jury

- Gut gelöst: Der frische Blick eines neuen Mitarbeiters wurde genutzt, um Arbeitsprozesse zu überprüfen und einen verantwortlichen Paten für das Handbuch zu finden.
- Alle Beteiligten kennen durch ihre regelmäßige Beschäftigung mit Arbeitsprozessen die Arbeit der Freiwilligenagentur sehr gut.



## FreiwilligenAgentur Dortmund/Freiwilligenzentrum Hagen: „Mach mit“

### Ausgangslage

Eine der größeren Herausforderungen in der alltäglichen Arbeit von Freiwilligenagenturen ist es, Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben, ohne zu viele Ressourcen einsetzen zu müssen. Viele Freiwilligenagenturen sind vor Ort „Einzelkämpferinnen“ wenn es um die Werbung für Engagement im Allgemeinen geht.

### Lösungsansatz



Die Freiwilligenagenturen in Dortmund, Schwerte, Witten und Hagen haben seit 2013 unter dem Motto „Mach mit!“ ein gemeinschaftliches Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit erarbeitet. „Mach mit!“ setzt auf öffentlichkeitswirksame Hingucker, eine einheitliche Vorbereitungs- und gemeinsame Pressekonferenzen. Diese sind insbesondere für überregionale Medien interessant. Für jede Aktion werden eigene Werbemittel erstellt

(z.B. Postkarten, Pressevorlagen) und in den Social Media-Kanälen der Freiwilligenagenturen beworben. Da sich jede der Agenturen mit ihren Möglichkeiten, Ideen und Netzwerken einbringt, ist der Aufwand für jede Einzelne deutlich reduziert.

### Ergebnis

Neben dem kollegialen Austausch und dem Spaß bei den Aktionen hat sich durch die regionale Vernetzung und das gemeinsame Auftreten der Freiwilligenagenturen die öffentliche Wahrnehmung deutlich verbessert und das Interesse der lokalen Redakteur/innen ist größer. Es wird deutlich, dass die Freiwilligenagenturen als Netzwerk wirken und das Thema bürgerschaftliches Engagement in allen Städten wichtig ist. Die aufmerksamkeitserregenden Aktionen dienen als Eisbrecher für Passant/innen und bieten reizvolle Fotomotive. Jede der fünf Freiwilligenagenturen wird vor Ort öfter angefragt, sowohl von Interessenten als auch von den Medien.

### Das gefiel der Jury

- Über Freiwilligenagenturen hinaus wird gemeinsam das Thema bürgerschaftliches Engagement beworben.
- Wenn sich Freiwilligenagenturen zusammenschließen, ist eine gebündeltere und „lautere“ Öffentlichkeitsarbeit möglich.





## **Benevol St. Gallen: „Anerkennungspreis Prix Benevol“**

### **Ausgangslage**

Benevol St. Gallen stand vor der Herausforderung, die Freiwilligenagentur und ihre Angebote mit wenigen Mitteln bekannt zu machen. Die bis zu diesem Zeitpunkt recht geringe Beachtung der Aktivitäten der Freiwilligenagentur wirkte sich nicht zuletzt negativ auf das Team aus. Wichtige Aspekte waren für die Freiwilligenagentur u.a. die Förderung der Freiwilligenarbeit, die Förderung der Anerkennung und die Bekanntmachung ihrer Angebote. Die eigene Arbeit sollte eine breitere Wirkung und Erfolge erzielen, um so auch das Team der Freiwilligenagentur neu zu motivieren.

### **Lösungsansatz**

Die Freiwilligenagentur hat daher den Anerkennungspreis Prix Benevol mit Unterstützung verschiedener Projektpartner aus der Wirtschaft und dem Kanton St. Gallen entwickelt. Regelmäßig werden seit 2011 Organisationen ausgezeichnet, die sich auf innovative und nachhaltige Weise zum Wohl der Gemeinschaft einsetzen und in der Freiwilligenarbeit auf Qualität setzen. Die Partner tragen zur Wahrnehmung des Prix Benevol und der Freiwilligenagentur als vertrauenswürdige Partnerin bei. Teilnehmende Gemeindevertretungen werden in einem Workshop geschult und erhalten Unterstützung jeglicher Art (Presseartikel, Vorlagen für Anzeigen, Bewertungskatalog, Website mit allen Informationen etc.). Nach der Preisverleihung erfolgt eine Evaluation, um die Anliegen der Kommunen aufnehmen zu können.



### **Ergebnis**

Über das Instrument „Prix Benevol“ ist es gelungen, die Freiwilligenagentur als Marke „Benevol“ bekannt zu machen. Die Vernetzung mit politischen Entscheidungsträgern und Wirtschaftsvertretungen wurde verbessert. Es kommt nun immer wieder zu Folgeaufgaben wie die Beratung bei Freiwilligenkonzepten oder Informationsveranstaltungen rund um das Angebot von Benevol. Die über 100 Medienartikel je Durchgang sorgen für eine große Aufmerksamkeit. Auch der Arbeitsalltag hat sich durch den Preis für das ganze Team verändert: hohe Auslastung, Folgeaufträge, Anerkennung der eigenen Arbeit.

### **Das gefiel der Jury**



- Benevol hat die Initiative ergriffen, einen Anerkennungspreis zu vergeben, anstatt dies anderen Organisationen zu überlassen.
- Besonders positiv: Der Preis wird gemeinsam mit Kommunen und Wirtschaft zusammen vergeben. Über den Preis geht Benevol so auch in den Dialog mit Politik und Wirtschaft.

## Fachdienst Maintal Aktiv – Freiwilligenagentur: „Dialog mit der Politik“

### Ausgangslage

Bei einem Stadtleitbildprozess der Stadt Maintal haben Bürger/innen, Politik- und Wirtschaftsvertreter/innen sowie Mitarbeiter/innen der Stadtverwaltung Ziele für die Entwicklung Maintals formuliert. Als Ergebnis gründeten sich zwölf Leitprojekte (Gruppe engagierter Maintaler/innen mit einem Paten, der als Sprecher die Organisation verantwortlich betreut), die diese Ziele bearbeiten. Was noch fehlte, war ein regelmäßiger Austausch zwischen den aktiven Bürger/innen und der Kommunalpolitik über die Ergebnisse der einzelnen Projektgruppen.

### Lösungsansatz

Der Fachdienst Maintal Aktiv - Freiwilligenagentur führte das Veranstaltungsformat „Dialog mit der Politik“ ein, um eine offene Kommunikation zwischen den Politikvertreter/innen und den Patinnen und Paten der Leitprojekte zu ermöglichen. Der Termin findet mittlerweile jährlich an einem Abend für ca. zwei bis drei Stunden im Rathaus der Stadt Maintal statt.



### Ergebnis

Bei den Treffen präsentieren die Patinnen und Paten den aktuellen Stand ihrer Arbeit. Die Fraktionsvorsitzenden können ihre Fragen an die Aktiven richten und sich zu den einzelnen Leitprojekten positionieren. Auf diese Weise erhalten die Gruppen eine Rückmeldung, ob ihre Arbeit auch politisch gewollt ist. Zudem kann vorgefühlt werden, ob Beschlussvorlagen zu Projektideen der Stadtleitbildgruppen, die vom Magistrat in die Stadtverordnetenversammlung eingereicht werden, Aussicht auf Erfolg haben. Durch das Format „Dialog mit der Politik“ haben die Bürger/innen nun einen direkten Draht zur Politik. Ein weiterer Effekt ist, dass die Leitprojekte sich untereinander austauschen und gemeinsame Aktionen planen können.

### Das gefiel der Jury



- Der Fachdienst Maintal aktiv fördert nicht nur soziales Engagement, sondern auch politisches Engagement und Bürgerbeteiligung.
- Innovativ: Bürger/innen aktiv in den Stadtleitbildprozess als Themenpaten einzubeziehen.

## Impressionen



[www.bagfa.de](http://www.bagfa.de)

[www.bagfa-inklusion.de](http://www.bagfa-inklusion.de)

[www.bagfa-integration.de](http://www.bagfa-integration.de)