

Tipps

Freiwillige gewinnen!

Wie können Sie erfolgreich geeignete Freiwillige werben? Nach Untersuchungen des Freiwilligen-Survey wären etwa ein Drittel der Menschen, die noch nicht engagiert sind, unter bestimmten Bedingungen dazu bereit.¹

Viele Befragte äußern, prinzipiell Lust zu haben, aber bisher nicht gefragt worden zu sein oder nicht zu wissen, wo ihre Hilfe benötigt wird. Dieses Engagementpotenzial können Sie „abrufen“ und mit interessanten Angeboten in tatsächliches Engagement umwandeln. Die Erfahrungen von Freiwilligenagenturen bestätigen, dass Informationsstellen für bürgerschaftliches Engagement von denjenigen, die gern etwas tun würden, genutzt werden.

Wege zur Gewinnung von Ehrenamtlichen

1. Persönliche Ansprache

Der Freiwilligen-Survey zeigt, dass die meisten Ehrenamtlichen durch eine direkte persönliche Ansprache zu ihrer Tätigkeit gekommen sind. Die Ansprache durch Bekannte – seien es Hauptamtliche oder bereits in dem Bereich tätige Ehrenamtliche - zeigt deutlich die **besten Erfolge** bei der Werbung von Freiwilligen. Die potenziellen neuen Freiwilligen befinden sich dabei bereits im Umfeld einer Einrichtung. Ermuntern Sie deshalb Ihre Mitarbeiter/ Kollegen und die bereits aktiven Freiwilligen, für das Projekt zu werben. Dabei wirkt sich positiv aus, dass gerade Ehrenamtliche sehr oft in vielfältigen Netzwerken leben und einen großen Bekanntenkreis haben. Zudem können sie von ihren Erfahrungen berichten und ihre Aufgabenbereiche glaubwürdig darstellen.

2. Presse/ Medien

Ein guter Weg, um viele Menschen anzusprechen, ist die Presse: wenn Sie einen Artikel veröffentlichen können, der Ihr Freiwilligenprojekt vorstellt und deutlich macht, dass Sie nach Interessierten suchen, die eine ehrenamtliche Tätigkeit übernehmen wollen, werden sich in der Regel **viele Menschen** angesprochen fühlen. Dank der Breitenwirkung der Medien werden **auch die Nicht-Leser** angesprochen, da die Menschen, die sich über Zeitungen etc. informieren, in der Regel über das Gelesene sprechen.

Wichtig zu wissen ist dabei, dass es für eine erfolgreiche Platzierung in der Presse eher weniger darauf ankommt, das Projekt und den Träger in den Vordergrund zu stellen, sondern die **Menschen**, um die es geht: die Leser und damit auch die Zeitungsredaktionen wollen nicht blanke Fakten hören, sondern Geschichten: Geschichten, in denen es um Menschen

¹ Größte bundesweite Erhebung zum freiwilligen Engagement alle vier Jahre, zuletzt 2014 (www.bmfsfj.de)

geht, die auch an Emotionen rühren. Sie sollten sich daher bemühen, bereits in der Pressemitteilung einen engagierten Freiwilligen zu porträtieren. Daran anknüpfend sollten Sie der Presse einen Vor-Ort-Termin mit der Möglichkeit zum **Fotografieren** anbieten. Holen Sie dafür unbedingt vorher das Einverständnis der Beteiligten ein!

Geeignet für eine Veröffentlichung sind nicht nur die **Lokalzeitungen**, sondern oft auch **Anzeigenblätter** mit redaktionellem Teil, Sonntagsblätter, das Stadtmagazin, Betriebszeitungen etc. Nicht nur der redaktionelle, auch der Anzeigenteil der Tageszeitungen lässt sich zuweilen kostengünstig nutzen: manche Zeitungen veröffentlichen auf dem nicht verkauften Platz ihrer Anzeigenseiten so genannte Füllanzeigen gemeinnütziger Einrichtungen. Fragen Sie bei lokalen Zeitungen nach, ob eine solche Kooperation möglich ist. Wenn die Zeitung aufgeschlossen ist, entwerfen Sie Anzeigen unterschiedlicher Größe, die dann gelegentlich abgedruckt werden.

3. Freiwilligenagentur, Ehrenamtsbörse o.ä.

Wenn es in Ihrer Region eine **Vermittlungsstelle** für freiwilliges Engagement gibt, nutzen Sie diese Möglichkeit, Ihr Angebot interessierten Bürgern zugänglich zu machen. Dazu gehören Organisationen unterschiedlicher Bezeichnung wie Freiwilligenzentrum, Ehrenamtsbörse, Kontaktbörse für Engagement und andere Organisationen, die die Vermittlung ehrenamtlicher Tätigkeiten zu ihren Haupt- oder auch nur Nebenaufgaben zählen. In Freiwilligenagenturen können Sie darüber hinaus von dem professionellen Know-How profitieren. Die meisten Freiwilligenagenturen bieten neben der Vermittlung auch individuelle und Organisationsberatung sowie Fortbildungen an. Eine Übersicht über alle bundesweit existierenden Freiwilligenagenturen bekommen Sie im Internet unter www.bagfa.de.

4. Informationsveranstaltungen im eigenen Haus

Organisieren Sie eine **Schnupperveranstaltung** für Interessierte in Ihren Räumen. Kündigen Sie diese in der Presse an (am besten in Kombination mit der o.g. Pressestrategie). Bei der Veranstaltung stellen Sie die ehrenamtlichen Tätigkeiten vor, wobei Sie auch bereits engagierte Freiwillige zu Wort kommen lassen sollten. Gerade die **Vorstellung der Tätigkeit durch bereits Engagierte** vermittelt eine hohe Glaubwürdigkeit und stärkt die Motivation neuer Interessierter, sich dazuzugesellen. Günstig kann es sein, wenn die potentiellen Freiwilligen die Möglichkeit bekommen, eventuelle Aufgabenfelder zu besichtigen oder praktisch zu erproben, da sie so einen direkten Bezug zur Arbeit Ihrer Einrichtung bekommen.

5. Projektvorstellung in anderen Einrichtungen

Überlegen Sie, wer Ihre **Zielgruppe** ist und **wo Sie sie finden**. Suchen Sie nach Möglichkeiten, Ihr Projekt dort vorzustellen, wo Ihre Zielgruppe zu erwarten ist. Denken Sie dabei z.B. an Vereine, Freizeitgruppen (Chor, Sport, ...) oder andere Vereinigungen. Vereinbaren Sie einen

Termin, um Ihr Projekt vorzustellen und nehmen Sie, wenn möglich, bereits engagierte Ehrenamtliche mit, die von ihrer Tätigkeit berichten. Durch die **direkte persönliche Begegnung** wird das Interesse der Zuhörer geweckt und der erste Kontakt ist für Interessierten bereits hergestellt.

6. Faltblätter/ Flyer/ Postkarten/ Poster etc.

Über Faltblätter oder ähnliche Formen der Projektdarstellung können Sie Interessenten an vielen Orten ansprechen. Wichtig ist dabei, dass Sie auf dem Flyer Art und Umfang der gewünschten Tätigkeit sowie einen gut erreichbaren Ansprechpartner benennen. Öffentliche Einrichtungen, Begegnungszentren oder Bildungseinrichtungen sind geeignete Orte für die Auslage von Informationsmaterialien. Als alleinige Werbestrategie ist das Verteilen von schriftlichen Informationsmaterialien aber ungeeignet: Die Faltblätter werden zwar wahrgenommen, aber es erfolgt nur bei sehr motivierten Menschen auch ein unmittelbarer Handlungsimpuls. Insofern **muss diese Methode immer ergänzt oder kombiniert werden**. Hilfreich ist die **Verbindung von Material und persönlicher Ansprache**.

7. Feste/ Stände/ Schaukasten

Nutzen Sie alle Arten von Anlässen, Ihr Freiwilligenprojekt in der Öffentlichkeit zu präsentieren. Vergessen Sie es auf keinen Fall bei hauseigenen öffentlichen Veranstaltungen, z.B. dem Sommerfest, Tag der offenen Tür, Ausstellungseröffnungen, Konferenzen u.ä. Auch bei Stadtteilstesten können Sie ihre Einrichtung präsentieren und mit unterschiedlichsten Aktionen auf sich aufmerksam machen. So gewinnen Sie **sowohl neue Nutzer als auch ehrenamtliche Unterstützer**. Wenn Ihre Einrichtung an einer frequentierten Straße liegt, ist die Ansprache im Schaukasten ein geeignetes Mittel, da bei den Interessierten Aufmerksamkeit erregt wird und sie nur noch einen „kleinen“ Schritt gehen müssen, um Sie zu erreichen.

8. Homepage/ Soziale Netzwerke im Internet

Im Rahmen Ihrer Öffentlichkeitsarbeit haben Sie möglicherweise ohnehin eine Internetpräsenz, die Ihre Einrichtung und die von Ihnen durchgeführten Projekte vorstellt. **Versäumen Sie es nicht, auch hier den Aufruf nach neuen Freiwilligen zu veröffentlichen**. Setzen Sie dabei einen Link gleich zu dem Ansprechpartner für Freiwillige!

Sie können Ihr Anliegen auch in sozialen Netzwerken im Internet (**Facebook, Twitter** u.ä.) bekannt machen und so Unterstützer finden. Das ist besonders **für jüngere Zielgruppen** attraktiv und erreicht viele Nutzer!