



Handbuch Freiwilligentag

Argumente, Erfahrungen, Tipps für die Praxis



Liebe Leserinnen und Leser,



die große Zahl an Bürgerinnen und Bürger, die sich freiwillig und ehrenamtlich für die Gemeinschaft engagieren, gehört zu den wertvollsten Ressourcen, über die unser Land verfügt. Es sind Menschen, die sich mit Herzblut und Leidenschaft für andere einsetzen, die mit großem persönlichen Einsatz, mit viel Tatkraft und Ausdauer unsere Gesellschaft liebens- und lebenswerter gestalten.

Fast zwei Millionen Bürgerinnen und Bürger in Hessen sind ehrenamtlich engagiert. 39 Prozent der über 14-jährigen packen freiwillig mit an, wenn es darum geht, im sozialen Bereich, im Sport, im Katastrophenschutz, in der Kultur, in den Kirchen, den Wohlfahrtsorganisationen, in häufig auch kleinen Initiativen, in der Kinder- und Jugendarbeit oder im Natur- und Umweltschutz aktiv zu sein und Dinge zu bewegen. Damit nimmt Hessen unter den Bundesländern den zweiten Platz nach Baden-Württemberg ein.

Der Freiwilligensurvey 2004, die zweite große bundesweite Ehrenamtsstudie, belegt, dass sich viele weitere Bürgerinnen und Bürger ein konkretes Engagement vorstellen können. Und genau an dieser Stelle setzt das Konzept der Freiwilligentage an. Hier können Menschen einen Tag lang unverbindlich „Ehrenamtsluft“ schnuppern, sich einen Tag lang in ein praxisnahes Projekt einbringen und dabei Menschen Verbände, Vereine, Institutionen und Organisationen näher kennen lernen.

Freiwilligentage sollen Brücken bauen, Lust machen auf mehr bürgerschaftliches Engagement und dabei zeigen, dass es auch für die Engagierten selbst eine Bereicherung ist, sich für die Gemeinschaft einzusetzen. Deshalb haben wir in Hessen eine Offensive gestartet, um Freiwilligentage in möglichst vielen Kommunen und Regionen auf den Weg zu bringen. In Kassel, Wiesbaden, Frankfurt und Wetzlar gibt es solche Freiwilligentage bereits und ich wünsche mir, dass diese Beispiele Schule machen.

Das vorliegende „Handbuch Freiwilligentag“ soll dazu einen Beitrag leisten und mit vielen kreativen Tipps und Anregungen für die Praxis dabei helfen, weitere Freiwilligentage in Hessen zu initiieren. Mein Dank gilt der Autorin Anneke Gittermann, die das spritzige Handbuch vor dem Hintergrund ihrer persönlichen Erfahrungen mit Freiwilligentagen in Kassel für die Landesehrenamtskampagne „Gemeinsam aktiv - Bürgerengagement in Hessen“ geschrieben hat.

Wer sich mit dem Gedanken trägt, einen Freiwilligentag in seiner Stadt oder Gemeinde zu organisieren, ist mit diesem flott geschriebenen praxisorientierten Handbuch bestens beraten.

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Roland Koch'. The signature is fluid and stylized, with a large initial 'R'.

Roland Koch
Hessischer Ministerpräsident

INHALT

Vorwort	2
Einleitung	4
1. Das Objekt der Begierde	
1. Was ist ein Freiwilligentag?	5
2. Das Kasseler Konzept	6
3. Warum Sie unbedingt selbst einen Freiwilligentag organisieren sollten	6
4. Extra: Freiwilligentage – nur was für Große? ..	6
2. Alle gewinnen! Vom Nutzen eines Freiwilligentages	
1. Die Freiwilligen	9
2. Die Organisationen	10
3. Sie als Veranstalter	11
4. Ihre Stadt oder Gemeinde	11
3. Beginnen! Phase 1. Die Vorbereitung	
1. Zeit- und Maßnahmenplan erstellen	12
2. Mitmachaktionen sammeln	12
3. Mitstreiter finden	13
4. Förderer überzeugen	14
5. Der Schirmherr – mehr als warme Worte ...	15
6. Einen Slogan kreieren	15
7. Besondere Zielgruppen ansprechen	15
8. Extra: Unternehmen als Zielgruppe	16
4. Phase 2. Es wird konkreter	
1. Workshop für Organisationen	18
2. Extra: Was macht ein Einsatzfeld für Freiwillige interessant?	18
3. Ansprechende Werbematerialien erstellen .	19
4. Das Fest planen	21
5. Heiße Phase 3. Nerven behalten	
1. Die Werbung beginnt	22
2. Presse & Co	22
3. Da meldet sich jemand. Das Anmeldeverfahren	24
4. Nur nicht nervös werden!	25
6. Der Tag selbst	
1. Wie die Organisationen diesen Tag gestalten sollten	26
2. Das Pressegespräch. Wo bitte gibt's die beste Story?	27
3. Man (er)kennt sich – Pins und mehr	28
4. Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte ... Dokumentation	28
5. Machen Sie sich ein Stimmungsbild!	28
7. Ein würdiger Abschluss: Das Fest	
1. Zeit zum Umziehen	30
2. Lange Reden unerwünscht	30
3. Ein Häppchen in Ehren	30
4. Und was haben die anderen gemacht?	30
5. Feiern Sie sich selbst!	31
8. Nach dem Freiwilligentag ist vor dem Freiwilligentag	
1. Sich bedanken	32
2. Adressen sammeln	32
3. Manöverkritik veranstalten	32
4. Dokumentation erstellen	32
5. Einen neuen Termin festlegen	33
9. Schlusswort: Und die Moral ...?	34
Anhang	
• Checkliste für Organisationen	35
• Muster Anmeldebogen	36
• Checkliste für Fotografen	37

EINLEITUNG

Wenn viele Menschen sich einen Tag lang für die gute Sache ins Zeug legen, dabei eine fröhlich-produktive Atmosphäre entsteht und noch dazu alle Beteiligten gewinnen – kann man ziemlich sicher sein, dass man es mit einem Freiwilligentag zu tun hat!

Freiwilligentage sind eine ebenso erfrischende wie sinnvolle Möglichkeit, bürgerschaftliches Engagement zu fördern und gute Projektideen mit Hilfe von Freiwilligen zu realisieren.

Das vorliegende Handbuch richtet sich an alle, die sich mit dem Gedanken tragen – oder bereits fest entschlossen sind –, einen Freiwilligentag in Ihrer Stadt oder Gemeinde zu organisieren. Anhand praktischer Beispiele erfahren Sie, wie man einen Freiwilligentag plant und gestaltet.

In Kapitel 1 geht es um die Grundidee des Freiwilligentages allgemein; Kapitel 2 beschreibt den Nutzen, den die Beteiligten davon haben – und bietet Ihnen gute Argumente, warum es auch bei Ihnen vor Ort einen Freiwilligentag geben sollte.

In den Kapiteln 3 bis 5 wird es dann ganz konkret: Schritt für Schritt nähern Sie sich Ihrem Freiwilligentag. Von der Suche nach Förderern, über das Einschwören der beteiligten Organisationen bis hin zum Rendezvous mit der Presse und vielem mehr bekommen Sie Anregungen sowie good-practice-Ideen aus anderen Städten.

In Kapitel 6 ist er da, der große Tag. Hier erfahren Sie, was es am Freiwilligentag selbst zu bedenken und beachten gibt. Kapitel 7 widmet sich dem Abschlussfest, das zu jedem Freiwilligentag dazu gehört.

Kapitel 8 beginnt dort, wo der Freiwilligentag endet: Manöverkritik veranstalten, sich bedanken, die Ereignisse dokumentieren – all das gehört zur Nacharbeit, um das Projekt zu einem guten Abschluss zu bringen.

Aber jetzt ist erst der Anfang. Viele Städte haben mit dem Freiwilligentag rundum positive Erfahrungen gemacht – jetzt sind Sie am Zug!

1. DAS OBJEKT DER BEGIERDE

Was ist ein Freiwilligentag?

Die Idee stammt aus den USA: dort heißen sie „day of caring“, „make a difference day“ oder „servathon“. Allen gemeinsam ist, dass viele Bürgerinnen und Bürger in verschiedenen Projekten an einem bestimmten Tag im Jahr für die gute Sache arbeiten. Und zwar unentgeltlich, freiwillig.

Freiwilligentage:

Viele Menschen – Einzelpersonen, Gruppen, Firmen – engagieren sich gleichzeitig einen Tag lang freiwillig in unterschiedlichen gemeinnützigen Projekten.

Gute Ideen sprechen sich herum. 2001 gab es einen ersten Freiwilligentag in Berlin. 2002 waren es Berlin, Kassel und Hamburg, die einen Freiwilligentag veranstalteten. 2003 wurden in Köln und Frankfurt erste Freiwilligentage speziell für Unternehmen angeboten; im gleichen Jahr wagten sich in Bayern im Rahmen eines landesweiten Freiwilligentages erstmals auch Nicht-Großstädte und Landkreise an das Thema.

Und alle werten die Freiwilligentags-Idee als Erfolg. Keiner, der einmal dabei war, schüttelt den Kopf und sagt, „würde ich NIE wieder machen“. Im Gegenteil: in vielen Städten wird der Freiwilligentag zu einer festen Größe im Jahreskalender. Mit gutem Grund.

Freiwilligentage sind sinnvoll und zeitgemäß, sie machen Spaß und motivieren zum Engagement. Freiwilligentage...

- sind zeitlich überschaubar: „Gutes tun an einem Tag“ spricht auch den Typus des „neuen Freiwilligen“ an, der sich nicht dauerhaft binden möchte, sondern vieles ausprobieren will.
- erschließen neue Zielgruppen: Sie finden am Wochenende statt und sind damit ideal auch für Berufstätige und SchülerInnen. Darüber hinaus eignen sie sich hervorragend für das Engagement von Gruppen: Familien, Freundeskreise, Service-Clubs und Mitarbeiterteams von Unternehmen.
- sorgen für positive Aufmerksamkeit: Sie machen die Vielfalt freiwilligen Engagements sichtbar, zeigen Möglichkeiten auf, vermitteln ein neues Bild von Ehrenamtlichkeit und motivieren zum Mitmachen.
- motivieren nicht nur Freiwillige, sondern auch Organisationen: Vereine, Verbände und Institutionen können innerhalb eines Tages gute Projektideen umsetzen und gleichzeitig lernen, wie Freiwilligenarbeit auch anders funktionieren kann, jenseits alter Gewohnheiten und aus getretener Pfade.



Initiiert wurden Freiwilligentage von denen, die sich tagtäglich mit dem Thema Engagementförderung beschäftigen: den Freiwilligenagenturen.

Freiwilligenagenturen sind lokal verankerte Einrichtungen, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, das bürgerschaftliche Engagement voranzutreiben. Im Mittelpunkt ihrer Arbeit stehen Beratung, Information, Weiterbildung und Öffentlichkeitsarbeit. Freiwilligenagenturen sind nicht nur Vermittler zwischen Freiwilligen und Organisationen, sie entwickeln darüber hinaus neue Ideen und Projekte, die Menschen Lust aufs Engagement machen – sowie Politik und gemeinnützige Organisationen für die Notwendigkeit engagementfreundlicher Rahmenbedingungen sensibilisieren.

Seit 2001 haben mittlerweile Freiwilligentage in rund 25 Städten stattgefunden, mit zum Teil unterschiedlichen Konzepten. Auch wenn Ablauf, Ausgestaltung oder Schwerpunkte variieren – allen gemeinsam ist, dass viele Freiwillige einen Tag lang viel bewegen. Und dabei alle Beteiligten gewinnen.

Das Kasseler Konzept

Einen sommerlichen Samstag lang engagieren sich Freiwillige tatkräftig in einem der speziell auf den Freiwilligentag zugeschnittenen Projekte. Von diesen Projekten gibt es eine ganze Reihe – und zwar in unterschiedlichen Engagementbereichen, damit für jedes Talent etwas dabei ist. Gearbeitet wird von 10:00 bis 16:00 Uhr. Ab 18:00 Uhr steigt dann das Fest: eine große Abschlussparty, bei der alle, die an diesem Tag aktiv waren, zusammenkommen, um zu feiern und zu sehen, was die anderen gemacht haben.

Entgegen sogenannten „Schnupperangeboten“ liegt der Schwerpunkt in Kassel auf dem „Machen!“. Projekte sollen umgesetzt und innerhalb eines Tages zum Abschluss gebracht werden. Damit ist garantiert, dass bei den Organisationen nichts Angefangenes liegen bleiben muss – aber auch die Freiwilligen sollen am Abend sehen, was sie geleistet haben.

Als Mitmachaktionen eignen sich gut handwerkliche Projekte (eine Rutsche bauen für die Kinder im Flüchtlingsheim oder ein Baumhaus im Kindergarten), Garten- und Renovierungsaktionen, aber auch Projekte im feinmotorischen Bereich (Fotodokumentation oder das Herstellen von schönen Dingen für einen Basar). Eben all das, was ein klar definiertes Endprodukt beinhaltet.

Darüber hinaus können Freiwilligentags-Projekte aber auch Veranstaltungen sein: ein Ausflug mit Behinderten zum Beispiel, ein Wohlfühltag für gestresste Mütter oder ein Konzert mit alten Schlagern für die BewohnerInnen eines Altenheims.

Nicht nur die Palette der Mitmachaktionen zeichnet sich durch ihre Vielfalt aus – die Menge der Aktiven ist ebenfalls bunt gemixt. Ob Einzelpersonen jeglichen Alters, Freundeskreise, Service-Clubs oder Firmenbelegschaften: Der Freiwilligentag ist offen für alle, die mitmachen wollen.

Damit sich auch Familien engagieren können, wird in vielen Einsatzfeldern eine Kinderbetreuung angeboten. Oder Projekte werden so angelegt, dass auch die Kleinsten schon aktiv helfen können.

Warum Sie unbedingt selbst einen Freiwilligentag organisieren sollten

Freiwilligentage haben das gewisse Etwas. Das hat damit zu tun, dass alle an diesem Tag ein gemeinsames Ziel haben, etwas erreichen wollen, und dafür einen positiven Ehrgeiz entwickeln. Vielleicht sogar „Überstunden“ machen und als Letzte zum Fest eintreffen, weil diese „das WOLLTEN wir UNBEDINGT noch fertig kriegen“-Entschlossenheit dazwischen kam.

Dabei entsteht eine produktive (Arbeits-)Atmosphäre und ein kollektives Wohlbehagen, etwas wirklich Sinnvolles geschaffen zu haben. Und zwar gemeinsam, durch gemeinschaftliche Anstrengung (was die Redewendung, etwas „schweiß zusammen“, noch mal in einem etwas anderen Licht erscheinen lässt). Damit wird der gesellschaftlichen Jammerstimmung, die momentan in der Republik herrscht, analysiert und beklagt wird, etwas Positives entgegengesetzt. Raus aus der Ohnmacht (dieser resignativen „es-wird-eh-alles-schlechter“-Haltung), rein ins Anpacken, sich engagieren. Freiwilligentage fördern das Entstehen neuer bürgerschaftlicher Netzwerke, mit Hilfe derer auch Projekte umgesetzt werden können, für die der Staat schon längst kein Geld mehr hat.

Extra: Freiwilligentage – nur was für Große?

Dass Freiwilligentage bisher hauptsächlich in Großstädten durchgeführt wurden, bedeutet nicht, dass sie in kleineren Städten nicht funktionieren würden. Eher hat es etwas



damit zu tun, dass es in großen Städten Freiwilligenagenturen gibt, die Entwicklungen und Trends in der Engagementlandschaft und -bereitschaft genau beobachten und neue Formen der Förderung des bürgerschaftlichen Engagements initiieren und unterstützen.

Freiwilligentage müssen nicht per se riesig sein oder auf eine hohe Bevölkerungszahl zurückgreifen können. Wer sagt, dass eine Kleinstadt, in der das Vereinsleben ausgeprägter ist und man sich untereinander kennt und Kontakte pflegt, nicht ebenso viele Freiwillige auf die Beine bringen kann wie Kassel, Frankfurt, Hamburg oder Berlin?! Schließlich warten auch in kleineren Städten und Gemeinden gute Ideen und sinnvolle Projekte auf ihre Verwirklichung.

Dass die Freiwilligentagsidee auch in ländlichen Gebieten erfolgreich ist, wenn man sie konzeptionell den Gegebenheiten vor Ort anpasst, beweist das Beispiel des Landkreises Cham. Der hatte sich zur Teilnahme am bayernweiten Freiwilligentag 2003 entschieden, obwohl die Vermittlung von Freiwilligen in Organisationen gerade in Flächengebieten keineswegs einfach ist, wie Karl-Heinz Sölch, Leiter des „Treffpunkt Ehrenamt“, im Interview betont.

2003 gab es in Bayern einen landesweiten Freiwilligentag, an dem sich zehn Städte, aber nur ein Landkreis beteiligt haben. Was unterscheidet einen Freiwilligentag in der Stadt von einem auf dem, salopp formuliert, platten Land?

Sölch: Der Landkreis Cham ist ein Flächenlandkreis mit 80 Kilometer Ausdehnung. Da ist es natürlich grundsätzlich schwierig, die Leute für ein Engagement von einer Ecke zur anderen zu schicken. Damit jede/r etwas in der Nähe finden konnte, haben wir beim Freiwilligentag Schwerpunkte in den vier „Haupt“-Städten des Landkreises gesetzt: in Kötzing (7.000 Einwohner), in Roding (6.000 Einwohner), Waldmünchen (5.000 Einwohner) und natürlich in Cham selbst (15.000 Einwohner). Aber auch in einigen kleineren Gemeinden gab es Projekte. Insgesamt kamen so 40 Aktionen zustande, bei denen 800 Freiwillige im Einsatz waren.

Gab es neben der flächenmäßigen Verteilung noch andere Dinge, die den Chamer Freiwilligentag von denen in München, Ingolstadt oder Augsburg unterschied?

Sölch: Ja, aufgrund der Landkreisstruktur haben wir eine andere Vorgehensweise gewählt. Wir haben nämlich nicht zu Beginn Mitmachaktionen gesucht, sondern als ersten Schritt die Freiwilligen. Und zwar, indem wir gleich Schulen angesprochen und ganze Schulklassen motiviert haben, sich im Rahmen des Freiwilligentages zu engagieren. Und die wurden dann kreativ. Haben sich ein Engagement ausgedacht und sich selbst ihre Kooperationspartner gesucht. In ihrer Nähe.

Welche Projektideen wurden realisiert?

Sölch: Zum Beispiel hat eine Schulklasse einen Stadtpark vom Müll befreit. Eine andere hat einen Stadtplan entworfen - mit markanten Punkten, die für Jugendliche interessant sind. Mein persönlicher Favorit war die Idee eines von Schülern organisierten Deutschkurses. Unter der Überschrift „Mutti, sprich Deutsch!“, haben deutsche Kinder mit ihren Eltern am Freiwilligentag einen Deutschkurs für die Eltern ihrer ausländischen Mitschüler auf die Beine gestellt. Das kam so gut an, dass das Projekt in der Folge fortgesetzt wurde und noch heute läuft. Dieses lobenswerte Engagement wurde später übrigens auf Bayernebene prämiert.

Gibt es bestimmte Empfehlungen, die sich aus der Erfahrung des Chamer Freiwilligentags übertragen lassen auf andere Landkreise oder kleinere Gemeinden?

Sölch: Ich finde, unser Beispiel hat auf jeden Fall gezeigt, dass ein Freiwilligentag auch in kleineren Städten und sogar Dörfern erfolgreich ist - jedenfalls war die Bilanz nach dem Freiwilligentag durchweg positiv. Ein allgemein gültiges Konzept gibt es aber sicher nicht.

Genau so, wie wir den Weg über die Schulen gewählt haben, müssen andere Kommunen anhand der örtlichen Gegebenheiten entscheiden, welches Konzept das beste ist.

**Nicht jede Stadt oder Gemeinde hat eine Freiwilligenagentur - jedenfalls noch nicht.
Wer ist dann dafür geeignet, einen Freiwilligentag zu organisieren?**

Sölch: Man muss sich darüber im Klaren sein, dass die Organisation eines Freiwilligentages zwar zeitlich begrenzt ist, aber nichtsdestotrotz viel Engagement erfordert. Von daher ist es keine Aufgabe, die einfach irgendjemandem aus der Verwaltung aufs Auge gedrückt werden darf. Das Gelingen des Freiwilligentages hängt klar auch von der Begeisterung und - in der Folge - Überzeugungskraft derjenigen ab, die ihn organisieren. Deshalb halte ich es für sinnvoller, dass jemand gewonnen wird, der wirklich Feuer und Flamme ist für die Idee. Wer da der oder die Richtige sein könnte, weiß man in kleinen Kommunen recht schnell: Schließlich kennt man seine Pappenheimer.

Freiwilientage im Internet - eine Auswahl

Kasseler Freiwilligentag: www.freiwillig-in-kassel.de
Frankfurter Freiwilligentag: www.freiwilligentag-ffm.de
Berliner Freiwilligentag: www.berliner-freiwilligen-tag.de
Wetzlarer Freiwilligentag: www.mittelhessen.de/fzm
Hamburger Freiwilligentag: www.aktivoli.de/freiwilligentag
Kölner Freiwilligentag für Unternehmen: www.koeln-freiwillig.de
Malteser Freiwilligentag für Unternehmen: www.socialday.de

2. ALLE GEWINNEN! VOM NUTZEN EINES FREIWILLIGENTAGES

Es gibt nur wenige Spiele, bei denen es keine Verlierer gibt. Eltern kleiner Kinder kennen vielleicht das Obstgartenspiel, bei dem nie (aber auch wirklich nie!) Tränen fließen, weil alle gemeinsam gegen einen imaginären Widersacher antreten – den Raben. Beim Freiwilligentag gibt es noch nicht mal den! Muss es auch nicht. Ich verspreche Ihnen, dass alle Beteiligten etwas davon haben, auch Sie selbst.

Die Freiwilligen

- Ein Freiwilligentag bietet Menschen die Chance, sich ohne weitere Verpflichtung zu engagieren. „Ich tue Gutes – und zwar für einen Tag.“ Punkt. Das kommt besonders denjenigen Freiwilligen entgegen, die sich nicht dauerhaft an eine Organisation binden wollen – und die werden laut aktuellen Studien immer zahlreicher. Niemand muss Angst haben, den kleinen Finger zu reichen und nur ohne Hand wieder aus der Sache rauszukommen. (Dass sich darüber hinaus aus der Teilnahme beim Freiwilligentag auch ein längerfristiges Engagement entwickeln kann, steht auf einem anderen Blatt.)
- Nicht nur für die „Bindungsängstlichen“ ist so ein Kurzzeitengagement, wie es der Freiwilligentag bereit hält, eine gute Sache. Auch für diejenigen, die zeitlich sehr eingespannt sind, bietet er die Möglichkeit, in überschaubarem Rahmen Gutes zu tun.



„Ich habe zwei Kinder und bereite mich aufs zweite Staatsexamen vor, da ist die Zeit verdammt knapp. Aber einen Tag kann man sich immer freischaufeln.“ Susanne L., Juristin.

- Come in and find out. Mal etwas ganz anderes zu machen – auch das ist etwas, das Freiwilligen etwas „bringt“. Raus aus dem gewohnten Trott, rein in eine andere Umgebung. Und da können die Freiwilligen aus einem breitgefächerten Angebot mit fünf, zehn, zwanzig oder mehr Mitmachaktionen wählen. Der Freiwilligentag – ein Füllhorn der Engagementmöglichkeiten!

„Ich wollte wahnsinnig gern mal wieder buddeln! Ich liebe nämlich Gartenarbeit, habe aber leider keinen eigenen Garten.“ Irmgard M., war im Internationalen Frauengarten aktiv.

- Freiwilligentage eignen sich prima dafür, eine Organisation näher kennenzulernen – und zwar nicht nur am grünen Tisch, sondern von innen.

„Die Arbeit der Aids-Hilfe interessiert mich schon länger, deshalb habe ich mich beim Freiwilligentag da engagiert. Und tue das übrigens noch heute.“ Markus B. dekorierte einen Festwagen zum Christopher-Street-Day.



Die Hemmschwelle ist niedrig: In einem Team von Freiwilligen, in dem man nicht so auf dem Präsentierteller steht, kann eigentlich nicht so viel passieren.

- In vielerlei Hinsicht kommt ein Freiwilligentag den unterschiedlichen Motiven von Menschen, sich ehrenamtlich zu engagieren, entgegen: „Andere unterstützen“, „meine Kenntnisse und Fähigkeiten einbringen“, sind ebenso Motive, die bei der Engagement-

beratung im FreiwilligenZentrum Kassel immer wieder zu hören sind, wie auch das häufig genannte „Kontakte knüpfen“. Beim Freiwilligentag kann man in fröhlicher Atmosphäre nette Leute kennenlernen.

- Einen „besonderen“ Nutzen können auch Firmen aus einer Teilnahme am Freiwilligentag ziehen. Zum Beispiel in Sachen Team- und Personalentwicklung. Schon viel, viel Geld ist geflossen, um Manager fit zu machen für ihren Job: Iglubau auf dem Gletscher oder Sandburgenbau in der Sahara. Ganz im Ernst: Es war ein Aha-Erlebnis für uns, als nach der Umsetzung eines Projektes bei einem Verein für therapeutisches Reiten ein Manager eines großen Unternehmens betonte, es sei ein unglaublich gutes Gefühl gewesen, statt der üblichen Trainings in Laborsituationen mal etwas *wirklich* Sinnvolles zu tun. Und zu sehen, wem es zugute kommt – nämlich den behinderten Kindern, die in dieser Einrichtung betreut werden.

Die Organisationen

Auch für die Organisationen – und deren Nutzer – bietet die Teilnahme am Freiwilligentag mehrere Vorteile.

- Da ist zum einen die ganz praktische Seite – das Produkt: Am Freiwilligentag können Organisationen Projekte umsetzen, die ihnen schon lange am Herzen, aber eben auch in der Schublade liegen. Weil kein Geld da ist. Oder nicht genügend Leute, die anpacken.
- „Freiwilligenmanagement im Schnelldurchlauf“ – aus meiner Sicht ist das einer der wichtigsten Vorteile überhaupt, den so ein Freiwilligentag mit sich bringt. Ein Freiwilligentagsprojekt in der eigenen Organisation durchzuführen, ist eine gute Übung in Sachen Freiwilligenmanagement, denn hier zeigt sich in konzentrierter Form, was es braucht, um Freiwilligenarbeit (gut) zu gestalten.

Die Erfahrungen von Freiwilligenagenturen zeigen, dass im Umgang mit Freiwilligen – im Gewinnen und Halten – das größte Defizit bei Organisationen besteht. Das hat nicht unbedingt etwas mit Nicht-Wollen zu tun. Eher schon mit Überlastung Hauptamtlicher, ungenügendem Zeitmanagement oder anderer Prioritätensetzung – aber auch mit Konkurrenzängsten, die verhindern, dass man in die Personalentwicklung für Freiwillige wirklich investiert.

Oder es mangelt grundsätzlich am Bewusstsein für die Erfordernisse, die Freiwilligenarbeit mit sich bringt. Die Klage vieler Vereine in puncto Nachwuchsorgen ist in der Tat hausgemacht. Ja, es stimmt: die Freiwilligen sind „eigensinniger“ geworden, wollen sich nicht ihr ganzes Leben lang binden, wollen interessante Tätigkeiten ausfüllen und auch noch ganz eigennützig Spaß an der Sache haben. Daraus folgt aber lediglich, dass sich Organisationen eben *genau darauf* einstellen müssen, flexibler werden und klare Aufgaben definieren müssen. Wie der Freiwilligenurvey¹ gezeigt hat, ist die Engagementbereitschaft in Deutschland hoch: viele Menschen können sich gut vorstellen, sich ganz neu freiwillig zu engagieren bzw. ihr bestehendes Engagement noch auszuweiten.

Solange Organisationen allerdings nur jammern – anstatt mit einem guten Freiwilligenmanagement die Engagement-Schätze zu heben, diese Schätzchen an den richtigen Platz zu setzen und mit ein bisschen mehr Anerkennung und Wertschätzung glücklich zu machen (denn nur dann werden sie bleiben!) – locken sie damit keine Freiwilligen hinterm Ofen hervor.

Natürlich sind die Anforderungen für einen Freiwilligentag nicht 1:1 gleichzusetzen mit den Anstrengungen, die eine kontinuierliche Arbeit mit Freiwilligen für die Organisationen mit sich bringt. Aber er ermöglicht es Organisationen, sich im Freiwilligenmanagement zu erproben und die Erfahrung zu machen, dass Freiwilligenarbeit nicht mal eben so nebenbei läuft, sondern (wo)man-Power, Investitionen und Qualitätsstandards bedarf.



- Manche Freiwillige bleiben auch nach dem Freiwilligentag „ihrer“ Organisation treu. Zwar betrachtet es nicht jede Organisation als oberstes Ziel, Freiwillige für ein langfristiges Engagement zu locken, aber ein gewisser „Klebeeffekt“ lässt sich nicht leugnen. Zumindest ist das dann ein Beleg dafür, dass die Organisation wahrscheinlich ziemlich viel richtig gemacht hat.
- Womit wir bei einem weiteren Plus angelangt sind: Organisationen bekommen mit dem Freiwilligentag eine ziemlich gute Chance, sich positiv zu präsentieren. Nicht nur gegenüber den Freiwilligen, sondern auch gegenüber den eigenen Förderern und im Stadtteil. Aber auch intern kann ein Freiwilligentag manches in Schwung bringen. Insbesondere dann, wenn man dafür Sorge trägt, dass die Nutzerinnen und Nutzer der eigenen Einrichtung das Engagement wahrnehmen oder, noch besser, aktiv mit eingebunden werden.

Sie als Veranstalter

Versprochen ist versprochen: Der Freiwilligentag ist für **alle** Beteiligten ein Gewinn ist – auch für die Organisatoren! Da Freiwilligentage bisher von Freiwilligenagenturen initiiert wurden, stören Sie sich nicht daran, wenn im folgenden von Agenturen die Rede ist – sondern fühlen Sie sich ebenfalls angesprochen, selbst wenn Sie beispielsweise die Leitstelle Ehrenamt in einer Stadtverwaltung repräsentieren oder ein Bürgerbüro.

- Der Freiwilligentag ist ein echter Hingucker! Durch seine positive Ausstrahlung wird ihm viel Aufmerksamkeit zuteil. Und die ist auch Ihnen und Ihrer Agentur dienlich – und steigert Ihren Bekanntheitsgrad.
- Für Sie persönlich ist es sicherlich nicht unwesentlich, dass die Organisation eines Freiwilligentages ein sehr positives Arbeitsfeld ist. Sie werden vielen Menschen begegnen, die etwas bewegen wollen. Natürlich bringt so ein Freiwilligentag eine Menge Arbeit mit sich. Aber Sie haben die dankbare Aufgabe, nicht das Defizit zu verwalten, sondern etwas zum Guten hin zu gestalten. Und das macht Spaß und motiviert einen auch selbst.
- Nicht zuletzt vergrößern Sie Ihr Netzwerk – und das Ihrer Agentur. Sie werden neue Kontakte zu gemeinnützigen Organisationen knüpfen und die bestehenden vertiefen. Sie werden ein größeres Potenzial an Freiwilligen gewinnen können. Indem Sie den Boden für Firmengagement bereiten, machen Sie sich auch bei Unternehmen bekannter. Und Sie bieten potenziellen Förderern ein gutes Sponsoringprojekt, das es zu unterstützen lohnt. Von all diesen Aspekten werden Sie in Zukunft profitieren.



Ihre Stadt oder Gemeinde

Ohne jetzt in Allgemeinplätze abrutschen zu wollen: Eine Stadt, in der engagierte Menschen leben, die weiter gucken als bis zu ihrem eigenen Gartenzaun, ist einfach liebenswert(er). Natürlich wird ein Freiwilligentag nicht das soziale Klima verändern. Aber er sorgt im Kleinen dafür, dass Herr Müller, der den Seerosenteich für die Tagesaufenthaltsstätte für psychisch Kranke mitgebaut hat, in Zukunft weniger Berührungsängste hat – und mal auf eine Tasse Kaffee vorbeischaut. Oder dass die Mitarbeiter der Schreinerei Holzwurm, die den Barfußpfad im Kindergarten angelegt haben, auch zur Weihnachtsfeier vorbeikommen – und in Zukunft bei einem neuen guten Projekt unkompliziert Ihre Hilfe anbieten.

Freiwilligentage, wie bürgerschaftliches Engagement überhaupt, ermöglichen Kontakte und den Blick über den eigenen Tellerrand. Sie fördern Gefühle der Verbundenheit, eröffnen Möglichkeiten zur Gestaltung des sozialen Umfeldes und motivieren zur Übernahme von Verantwortung. Und tragen damit zu einem freundlicheren Miteinander bei.

¹ Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.):

2. Freiwilligen survey 2004 – Ehrenamt, Freiwilligenarbeit, Bürgerschaftliches Engagement.

3. BEGINNEN! PHASE 1. DIE VORBEREITUNG

Zeit- und Maßnahmenplan erstellen

Davon ausgehend, dass Sie mit einem Konzept „Freiwilligentag“ bereits die Entscheidungsträger überzeugt haben, dass in Ihrer Kommune UNBEDINGT ein Freiwilligentag stattfinden MUSS, können Sie jetzt in die Hände spucken und sich den ersten konkreten Schritten auf dem Weg zum Erfolg zuwenden.

In jedem Handbuch Projektmanagement ist nachzulesen, dass eine gute Planung das A und O für das Erreichen Ihres Ziels darstellt, und so ist es auch! (Gleichwohl in meiner Studentenzeit eine Postkarte meine Pinwand zierte mit der Aussage „Nur das Chaos gebiert einen tanzenden Stern!“, habe ich mich mittlerweile davon überzeugen lassen, dass To-do-Listen mit einer Ergänzung, bis wann was erledigt sein muss, eine durchaus hilfreiche Sache sind.)

Auf jeden Fall sollten Sie einen Zeit- und Maßnahmenplan erstellen: Was muss bis wann passiert sein? Interessante und sinnvolle Projekte müssen gefunden werden, Sie müssen ein Organisationsteam zusammenstellen, Zuständigkeiten verteilen, einen Planungsworkshop durchführen, Werbung machen, gegebenenfalls einen Internetauftritt konzipieren, ein Partykonzept entwerfen, den passenden Raum für das Fest finden, Anmeldungen koordinieren und vieles vieles mehr. Ein Haufen Arbeit liegt vor Ihnen, den es in verdauliche Häppchen einzuteilen gilt - denn nur so behalten Sie den Überblick und können Arbeiten auch delegieren.

Als allererstes müssen Sie einen geeigneten Termin finden! Ich sage nur: Sommer! Wenn Sie die kalte Jahreszeit wählen, können sich die Freiwilligen zwar schön eng aneinanderkuscheln, aber Sie vertun damit jegliche Chance auf Outdoor-Aktionen - und bringen sich (und die Freiwilligen!) um so gute Ideen wie Kräuterspirale anlegen oder Hochbeete im Seniorenheim bauen. Das wäre wirklich ein Jammer.

Die wichtigsten Schritte nach der Terminfindung finden Sie grob chronologisch geordnet in diesem und den folgenden Kapiteln. Ihre eigene Zeitleiste sollten Sie übrigens gut sichtbar in Ihr Büro hängen und immer wieder überprüfen.

Mitmachaktionen sammeln

Mit der Suche nach geeigneten Mitmachaktionen empfiehlt es sich, sechs Monate vor dem Freiwilligentag zu beginnen. So können Sie den Organisationen genügend Zeit einräumen, sich Gedanken über interessante Mitmachmöglichkeiten zu entwickeln. Planen Sie für die Rückmeldephase 4 - 5 Wochen ein (in der Regel melden sich aber noch Organisationen nach dem Anmeldeschluss).

Um passende Projekte zu finden, müssen Sie die Idee des Freiwilligentages breit streuen. Dafür bieten sich verschiedene Wege an:

- Sie schreiben diejenigen Organisationen, Vereine und Initiativen an, mit denen Sie ohnehin in Kontakt stehen
- Sie wenden sich darüber hinaus an Multiplikatoren, zum Beispiel die Wohlfahrtsverbände, Stadtverwaltung oder Landratsamt
- Sie platzieren zusätzlich einen Aufruf in der örtlichen Presse.

Damit Sie bei dieser Bandbreite nicht in einer Flut von Anfragen ertrinken a lá „Ich bräuchte da jemanden zum Kaffeekochen bei unserem Sommerfest, das zufällig am Freiwilligentag stattfindet“ (Zufall hin oder her, das ist eindeutig KEIN Freiwilligentags-Projekt!), ist es ratsam, gleich von Anfang an zu kommunizieren, *welche* Art von Mitmachaktionen für einen Freiwilligentag in Frage kommen (s.Kasten).



Kriterien für Freiwilligentagsprojekte

Für die Auswahl von Projekten legen wir in Kassel verschiedene Kriterien zugrunde:

- Sinn: Die zu erfüllenden Aufgaben sollen sinnvoll und zielorientiert sein.
- Ergänzung der hauptamtlichen Arbeit: Bei den Aktionen muss es sich um Zusatzprojekte handeln, um nicht in den Ruf zu geraten, hauptamtliche Arbeit ersetzen zu wollen.
- Effizienz: Die Freiwilligen sollen am Ende des (Arbeits-)Tages sehen, was sie geleistet haben. Entsprechend sollen die Einsatzfelder Projektcharakter haben und pünktlich am Spätnachmittag abgeschlossen sein.
- Guter Rahmen: Wichtig ist es, den Freiwilligen einen guten Rahmen zu bieten und zu zeigen, dass sie willkommen sind.

Um Missverständnisse oder langwierige Erklärungen im Nachhinein zu vermeiden, empfiehlt es sich ebenfalls, von Anfang an klar zu formulieren, was Sie als Organisator/in des Freiwilligentages von den Organisationen erwarten – und was Sie ihnen bieten. Je deutlicher Sie bereits im Anschreiben eine klare Arbeitsteilung zwischen Ihrer Agentur und den Kooperationspartnern formulieren, desto eher werden Sie es mit engagierten Organisationen zu tun bekommen, die wissen, worauf sie sich einlassen.



Klare Aufgabenteilung in Kassel: wer macht was?

Die Freiwilligenagentur

- übernimmt die Projektleitung
- bündelt die Mitmachaktionen
- findet eine/n Schirmherrin
- veranstaltet einen Workshop für die Organisationen
- leistet die zentrale Öffentlichkeitsarbeit
- koordiniert die Anmeldungen der Freiwilligen
- organisiert das Abschlussfest

Die Organisationen

- gewährleisten eine/n feste/n Ansprechpartner/in
- stellen alle Materialien und Werkzeuge für die Freiwilligen bereit
- sorgen für fachliche Anleitung und Versicherungsschutz
- geben eine Wohlfühlgarantie (freundlicher Rahmen, Catering)
- machen Werbung für den Freiwilligentag
- betreiben selbst Akquise von Freiwilligen in ihrem Umfeld

Mitstreiter finden

Damit Sie Ihren Freiwilligentag nicht allein aus der Wiege heben müssen, ist es wichtig, dass Sie MitstreiterInnen gewinnen, die Sie unterstützen. Die Zusammensetzung Ihres Planungsteams sollte dabei bunt gemischt sein. Am besten sprechen Sie dafür gezielt Menschen aus Ihrem Umfeld an, von denen Sie wissen, dass Sie bestimmte Dinge gut können (zum Beispiel Pressemeldungen schreiben oder Feste organisieren). Sie können natürlich auch versuchen, durch eine entsprechende Öffentlichkeitsarbeit neue Freiwillige mit genau den Kompetenzen, die Sie für den Freiwilligentag brauchen, für eine Mitarbeit zu begeistern. Vielleicht entdecken Sie so noch unbekannt Talente.

Neben den Treffen mit allen gemeinsam (in Kassel einmal monatlich), empfiehlt es sich – je nach Talent, Zeitkontingent und Vorlieben – Zuständigkeiten zu verteilen und folgende Schwerpunkte zu setzen:

- Fundraising
- Öffentlichkeitsarbeit
- Fest
- eventuell ergänzt um eine Arbeitsgruppe, die sich um die Anmeldungen kümmert.

Für das Planungsteams des 3. Kasseler Freiwilligentages habe ich folgende Schätze gewinnen können:

- eine Sozialarbeiterin, die in ihrem Job viele Freiwillige managt und jede Menge Erfahrungen hat, wie man Freiwilligenarbeit für alle gewinnbringend umsetzt;
- eine Journalistin, die über jede Pressemeldung noch mal drüberliest und gute Tipps gibt, wen man in einer Redaktion am besten wie anspricht;
- einen Sozialarbeiter, der mit dem Thema Ehrenamt viel zu tun hat und darüber hinaus nicht nur ein guter DJ ist, sondern auch selbst Musik machen kann;
- eine Freiwillige, die ein Organisationstalent ist mit einem guten Blick für Zeitmanagement und in ihrem Leben schon ´zig Feste auf die Beine gestellt hat (und zwar die von der rauschenden Art);
- eine Praktikantin im FreiwilligenZentrum, die viel Arbeitszeit und Engagement in die Vorbereitung des Freiwilligentages einbringen konnte (und seitdem freiwillig bei jedem Freiwilligentag wieder mitwirbelt) und last not least
- eine Zirkusdirektorin mit jeder Menge schillernder Ideen, einem Zirkushaus (in dem man prima Abschlussfeste feiern kann) und einem Draht zu vielen freiwilligen Akrobaten, Feuerspuckern und Einradkünstlern.

Dass die Arbeit durch die Bildung eines solchen Organisationsteams auf mehrere Schultern und kompetente Köpfe verteilt wird, ist ein unschlagbarer Vorteil. Aber noch etwas ist wichtig: Jede/r Einzelne aus Ihrem kleinen Netzwerk verfügt über eine Vielzahl von Beziehungen und kann Ihnen Kontakte vermitteln. Also werden Ihre gemeinsamen Treffen zu einem großen Teil daraus bestehen, Ideen zu spinnen und zu überlegen, wer wen kennt und den Kontakt herstellen kann. Sabine singt in einem kleinen Chor? Perfekt, vielleicht hat der ja Lust darauf, beim Abschlussfest seine berühmten acapella-Stücke vorzutragen. Monikas Freund ist Techniker und hat eine große Anlage mit Mikro. Und der Schwiegervater von Lutz ist Geschäftsführer einer großen Krankenkasse, die gern ins Thema Freiwilligkeit investieren will, weil Studien belegen, dass ehrenamtliches Engagement gesund hält.

Suchen und pflegen Sie Kontakte und nutzen Sie sie für die gute Sache! Und vergessen Sie nicht, sich zu revanchieren. Netzwerken, wie es neudeutsch heißt, ist wichtig. Und erleichtert Ihnen übrigens auch die Suche nach Finanziers.

Förderer überzeugen oder: Es muss nicht immer Geld sein

Aufgrund seines Projektcharakters und seiner Öffentlichkeitswirksamkeit sowie der Tatsache, dass alle alles freiwillig machen, ist der Freiwilligentag eine vergleichsweise gute Möglichkeit, Förderer zu werben.

Zumindest was Dienstleistungen angeht - und die fallen ja beim Freiwilligentag zuhauf an: von Flyern und Plakaten für die Werbephase bis hin zum Finger food für die After-Work-Party.

Seien Sie kreativ - und denken Sie auch an ausgefallene Dinge. So konnte das Frankfurter „Büro Aktiv“ für den 2. Frankfurter Freiwilligentag den Grafiker Philip Waechter, Sohn des Karikaturisten F.K. Waechter, für eine Zeichnung gewinnen, die dann sämtliche Werbematerialien zierte (übrigens kam der Kontakt ganz unkompliziert über die persönliche Bekanntschaft mit einem Mitglied des Planungsteams zustande).

Allerdings gilt auch hier der alte Witz: Geld ist nicht alles - aber ohne Geld ist alles nichts! Ein schöner Flyer allein reicht nicht aus, und ein Freiwilligentag kostet immer auch Bares.

In wirtschaftlich flauen Zeiten gestaltet es sich grundsätzlich schwieriger, finanzielle Mittel zu akquirieren. Oft heißt es: Sachkosten ja, aber nicht die Struktur. Was im Klartext bedeutet, die Kosten für dieses oder jenes Produkt werden übernommen, aber die Arbeitszeit, die

von Ihrer Seite für die Organisation des Freiwilligentages notwendig ist, in der Regel nicht. Darüber hinaus fallen immer noch weitere Kosten an – von B wie Briefmarken bis T wie Telefongebühren.

Ich rate Ihnen also: Finden Sie einen Mäzen, am besten einen von der Sorte „großer Fisch“.

Bis Ihnen das gelungen ist, können Sie aber auch versuchen, Logo-Akquise zu betreiben. Sprich, dass Sie Firmen anbieten, mit deren Logo auf allen Werbematerialien zu erscheinen – gegen Rechnung (manche Firmen haben dafür einen eigenen Etat, Banken zum Beispiel). In Kassel waren wir damit erfolgreich.

Falls Sie Freiwilligentage für Unternehmen organisieren, können Sie Ihre eigene Dienstleistung verkaufen und quasi „Eintrittsgeld“ verlangen. Schließlich können Unternehmen von einem gemeinnützigen Einsatz Ihrer Mitarbeiter auf vielfältige Weise profitieren (s.u.). Mit der Finanzierung ihres Aufwands sind sowohl die Kölner Freiwilligenagentur (vgl. Interview mit Ulla Eberhard) erfolgreich als auch die Malteser in Frankfurt, die einen „social day“ für Firmenmitarbeiter organisieren.

Eine weitere Möglichkeit zu Geld zu kommen: Im Nachhinein die beteiligten Freiwilligen anschreiben. Die sind ja ein „heiße Adresse“, wie es so schön im Fundraising-Jargon lautet, da sie sich mit eigenen Augen von den Vorzügen des Freiwilligentages überzeugt haben. Und vielleicht ist ja einer darunter, der so betucht und begeistert ist, dass er die Idee auch finanziell unterstützt.

Der Schirmherr – mehr als warme Worte

Für die Suche nach einem Schirmherrn oder einer Schirmherrin gilt ähnliches wie für die Suche nach Förderern: Da die Freiwilligentags-Idee einfach gut ist, wird es nicht schwierig für Sie sein, eine geeignete Person zu finden. Ob Sie eine einflussreiche Persönlichkeit aus der Politik favorisieren, eine besonders engagierte Unternehmerin oder eine andere prominente (oder auch nicht-prominente) Sympathieträgerin, wissen Sie selbst am besten. Schauen Sie, wer Ihnen auch in Zukunft nutzen kann.

Ein festes Kriterium gibt es allerdings – jedenfalls in Kassel. Da am Freiwilligentag alle Beteiligten aktiv sind, sollte es auch der Schirmherr bzw. die Schirmherrin sein. Und aktiv sein heißt: selbst zur Schaufel oder zum Spaten greifen – und zwar nicht nur für die Fotografen, sondern wirklich mitmachen. Entsprechend früh muss angefragt werden, denn der Terminkalender wichtiger Personen im Stadtleben ist meist ziemlich schnell ziemlich voll.

Einen Slogan kreieren

... müssen Sie natürlich nicht. (Die meisten Freiwilligentage heißen „Freiwilligentag“.) Aber Sie sollten darüber nachdenken. Ein guter Slogan erzeugt mehr Aufmerksamkeit als die schlichte Bezeichnung – oder auch Identifikation. Deshalb steht der Kasseler Freiwilligentag jedes Jahr unter dem Motto „Freiwillig in Kassel!“. Das ist herrlich doppeldeutig und erweckt über sein augenzwinkerndes Bekenntnis zur Stadt auch die Aufmerksamkeit derer, die (noch) nicht freiwillig aktiv sind in Kassel, aber gern hier leben. Finden nicht nur wir, sondern ganz viele Leute, die uns darauf ansprechen (und uns damit auch die Gelegenheit geben, das Thema „Freiwilligkeit“ anzuschneiden).

Und deshalb zielt dieser Slogan mittlerweile T-Shirts, Tassen, Kugelschreiber, Regenschirme, Aufkleber und vieles mehr – alles schöne Dinge, die sich nicht nur gut verkaufen und verschenken lassen, sondern auch den Informationsstand des FreiwilligenZentrums zum Hingucker werden lassen.

Bestimmte Zielgruppen ansprechen

Der Freiwilligentag ist durch seine kompakten Mitmachaktionen nicht nur eine gute Möglichkeit für Einzelpersonen, ein zeitlich überschaubares Engagement auszuüben und

neue Organisationen kennen zu lernen. Er bietet durch seinen Projekte-Charakter auch ein ideales Einsatzfeld für Gruppen, die gemeinsam einen Tag lang Gutes tun wollen. Das kann bspw. eine Schulklasse sein, die eine Projektwoche zum Thema „Helfen lernen“ abschließt. Oder einer der Service-Clubs, die sich ja nicht nur das Spenden von Geld für wohltätige Zwecke zum Ziel gesetzt haben, sondern darüber hinaus auch immer ganz praktisch ehrenamtlich aktiv werden. Oder aber die Mitarbeiter einer Firma, die gemeinsam einen Tag lang etwas ganz anderes machen wollen als üblich, und mit einem solchen „alternativen Betriebsausflug“ das Zusammengehörigkeitsgefühl als Team stärken.

Will man solche Gruppen gezielt ansprechen, sollte man sie frühzeitig auf die Idee und den Zeitpunkt des Freiwilligentages aufmerksam machen, damit sie den Tag fest einplanen können. Häufig scheidet eine Teilnahme nämlich nicht am Wollen – sondern am Termin. Ein frühes Ansprechen ermöglicht darüber hinaus eine zweite Variante, nämlich dass ein Einsatzfeld passend zu dieser Gruppe kreiert werden kann.

Extra: Unternehmen als Zielgruppe

Dass Firmen sich tatkräftig mit ihrer Ressource Personal engagieren und damit soziale Verantwortung für ihr gesellschaftliches Umfeld übernehmen, ist in Deutschland unter dem amerikanischen Begriff „Corporate Volunteering“ in den vergangenen Jahren immer mehr in den Blickpunkt gerückt. Kampagnen wie „Engagiertes Unternehmen“ der Hessischen Landesregierung wollen Unternehmen durch fachliche Inputs und Wettbewerbe motivieren, sich als „guter Bürger“ und aktives Mitglied des Gemeinwesens zu betätigen.

Freiwilligenagenturen sind für die Zielgruppe „Unternehmen“ ein interessanter Partner: Sie verfügen über ein großes Netzwerk und das nötige Know-how in der Frage, wo sich Firmen sozial engagieren können. Sie sind kompetent, gemeinnützige Organisationen dahingehend zu beraten, wie sie den Boden für einen Firmeneinsatz am besten bereiten.

Freiwilligentage sind eine ideale Möglichkeit für Unternehmen, sich mit ihren Mitarbeitern einen Tag lang in einem Projekt zu engagieren. Diese Form des sozialen Engagements kann für Firmen und Betriebe aus verschiedenen Gründen interessant sein:

- Es stärkt Zusammengehörigkeitsgefühl und Teamgeist der Mitarbeiter
- Es ermöglicht den Mitarbeitern neue Erfahrungen, kann Neugier wecken und motivieren
- Es ist gut fürs Image, wenn ein Unternehmen sich nicht nur für den eigenen Profit einsetzt, sondern Verantwortung für das Gemeinwesen übernimmt. Das fördert übrigens auch den Stolz der Mitarbeiter auf die eigene Firma.

Dass das Unternehmen mit seinem Einsatz am Freiwilligentag in vielerlei Hinsicht gewinnt, macht die Sache auch für gemeinnützige Organisationen spannend: Sie begegnen ihrem „Partner für einen Tag“ auf Augenhöhe. Bieten die Organisationen doch ein gutes Projekt an, das nicht nur ihnen selbst, sondern auch dem Unternehmen „etwas bringt“. Und wer weiß, vielleicht ist das ja der Beginn einer wundervollen Freundschaft?!

Letzteres gilt übrigens nicht nur für die Organisationen, sondern auch für Sie und Ihre Freiwilligenagentur (bzw. diejenige Stelle, die den Freiwilligentag in Ihrer Stadt oder Gemeinde organisiert).

Von daher lohnt es sich, die entsprechenden Kontakte zu knüpfen und Firmen gezielt anzusprechen. Schließlich verkaufen Sie mit dem Freiwilligentag ein prima Produkt!

In Kassel haben wir mehrere Firmen gewinnen können, denen Idee und Praxis des Freiwilligentages so gut gefallen, dass sie immer wieder dabei sind und sich mittlerweile schon lange im Vorfeld nach dem Termin fürs nächste Mal erkundigen. Dass wir auf diese Weise gut ins Gerede kommen, ist für uns natürlich ein unschlagbares Pfund.



Wie aber kann man Firmen am ehesten für eine Teilnahme am Freiwilligentag motivieren? Ulla Eberhard von der Kölner Freiwilligenagentur organisiert seit 2003 Freiwilligentage speziell für Unternehmen. Und ist damit sehr erfolgreich.

Ulla Eberhard, wie kann ich eine Firma für einen Einsatz beim Freiwilligentag gewinnen?

Eberhard: Um ein Unternehmen für ein Engagement zu gewinnen, halte ich zwei Dinge für ganz wichtig: Als erstes brauchen wir einen Türöffner. In der Regel ist das jemand, der im Unternehmen arbeitet und sich für die Idee des Freiwilligentages begeistern lässt. Um den Fuß in die Tür zu kriegen, muss also jemand Feuer fangen. Damit diese Begeisterung aber kein Strohfeuer bleibt, muss in einem zweiten Schritt die Bedeutung von Corporate Volunteering auch auf der Führungsebene Gehör finden. Ob diejenigen, die letztendlich über ein Engagement ihrer Firma entscheiden, sich durch die entsprechenden Argumente auf dem Marketingohr oder auf dem Personalentwicklungsohr überzeugen lassen, ist eigentlich zweitrangig. Wichtig ist lediglich, dass Corporate Volunteering zu einem festen Bestandteil der Unternehmensstrategie und -philosophie wird. Nur so kann die Begeisterung für bürgerschaftliches Engagement erhalten bleiben, auch wenn Einzelne das Unternehmen verlassen.

Wie kommt die Kölner Freiwilligenagentur an die Türöffner heran?

Eberhard: Das geschieht auf unterschiedlichen Wegen: Zum einen durch persönliche Kontakte sowohl der Hauptamtlichen als auch der Ehrenamtlichen, die bei uns mitarbeiten. Da kennt jemand jemanden, der in einer Firma arbeitet und schafft es, ihn oder sie zu begeistern. Zum anderen halten wir immer die Augen und Ohren auf, welche Firmen sich in Köln hervortun durch ihr soziales Engagement. Die sprechen wir dann gezielt an. Ja, und dann gibt es noch die sogenannte Kaltakquise, also ein Anschreiben an Firmen, die wir nicht kennen oder auf die wir noch nicht aufmerksam geworden sind. Aber am vielversprechendsten ist auf jeden Fall der persönliche Kontakt.

Was hindert Firmen am Engagement? Wo liegen die Stolpersteine?

Eberhard: Oh, da gibt es verschiedene Gründe: Wenn die Führungsebene kein Feuer fängt, sondern nur ein Mitarbeiter; wenn unvorhergesehene Dinge passieren - seien es Fusionen, der Verkauf der Firma oder aber schlichte Umstrukturierungen - also all das, was das Thema soziales Engagement in seiner aktuellen Wichtigkeit erst mal auf einen der hinteren Plätze verweist. Oder eben, wenn die Bedeutung von Corporate Volunteering im und für das Unternehmen nicht erkannt wird. Deshalb finden wir als Freiwilligenagentur es wichtig, auch jenseits von Freiwilligentagen immer wieder Öffentlichkeitsarbeit für das soziale Engagement von Unternehmen zu machen.

Die Vorbereitung, Organisation und Vermittlung im Rahmen des Kölner Freiwilligentages lässt sich die Kölner Freiwilligenagentur von den Unternehmen als Dienstleistung bezahlen. Ist das mittlerweile eine Selbstverständlichkeit - oder sagen sich manche Firmen, wozu noch Geld investieren, wenn wir doch unsere Arbeitsleistung für die gute Sache zur Verfügung stellen?

Eberhard: Sicherlich ist das ein Punkt bei einigen Unternehmen, jedenfalls bei denjenigen, die „nur“ Gutes tun wollen am Freiwilligentag. Für diejenigen jedoch, die Corporate Volunteering strategisch begreifen, scheint das überhaupt kein Thema zu sein. Wenn Corporate Volunteering als Marketinginstrument erkannt und eingesetzt wird, zahlt eine Firma genau so selbstverständlich wie für andere Marketingprodukte auch.

4. PHASE 2. ES WIRD KONKRETER

Workshop für Organisationen

Der Workshop für die am Freiwilligentag beteiligten Organisationen im Vorfeld des Freiwilligentages dient dazu, alle Kooperationspartner auf den gleichen Informationsstand zu bringen und wichtige Fragen zu klären.

Auch hier ist übrigens das Netzwerken, also das Knüpfen von Kontakten und die gegenseitige Unterstützung, ein elementarer Bestandteil: Jede Organisation stellt Ihr Projekt vor und kann mit Tipps und guten Ideen bzw. Kontaktadressen von den anderen rechnen (oder teilt sie aus). Darüber hinaus werden beim Workshop verbindliche Absprachen getroffen, damit am Freiwilligentag keine Pannen passieren.

Am Ende des Workshops kennen Sie die Mitmachaktionen vor Ort im Detail und haben Ihre MitstreiterInnen eingeschworen.

Zum Freiwilligentag gehört ein gutes Freiwilligenmanagement, das sich dadurch auszeichnet, dass die Freiwilligen sich willkommen fühlen, ihr Arbeitseinsatz auf gute Rahmenbedingungen trifft und ihr Engagement wertgeschätzt wird, kurzum: dass sie, die sie heute unentgeltlich schufteten, merken, dass man sich im Gegenzug für sie wirklich Mühe gegeben hat.

Schließlich präsentiert sich die jeweilige Organisation am Freiwilligentag der Öffentlichkeit. Und nicht nur deshalb, weil die Presse eventuell genau über ihr Einsatzfeld berichtet. Sondern weil sich die Einrichtung für (neue) Freiwillige öffnet, die sich an diesem einen Tag ein Urteil über die Organisation bilden - und je nachdem, wie es ausfällt, begeistert, wohlwollend, gut über die Einrichtung reden werden (oder - im schlimmsten Fall - eben schlecht und skeptisch).

Die Freiwilligen des Freiwilligentages fungieren als Multiplikatoren: Finden sie ein freundliches, sympathisches und gut vorbereitetes Einsatzfeld vor, werden sie auch zukünftig mit Wohlwollen auf die Arbeit der Organisation blicken (und anderen davon erzählen). Vielleicht weiterhin aufgeschlossen sein für freiwillige Unterstützung. Oder sogar für eine Geldspende.

Den Organisationen die Chance, die in einem professionellen Umgang mit den Freiwilligen liegt, zu verdeutlichen, ist wirklich wichtig. Und Rückmeldungen zeigen, dass gerade diejenigen Einrichtungen, die zum ersten Mal am Freiwilligentag teilnehmen, nach dem Workshop die Vorbereitung auf den Freiwilligentag noch einmal ernster nehmen.

Zur Durchführung des Freiwilligentages gehören klare Standards.

Damit die gewährleistet sind, bekommen die Organisationen beim Workshop eine Checkliste (siehe Anhang). An dieser Checkliste können sie sich im Vorfeld des Freiwilligentages entlanghangeln und Punkt für Punkt abhaken.

Extra: Was macht ein Einsatzfeld für Freiwillige interessant?

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops merken ja in der Vorstellungsrunde selbst, dass es Mitmachaktionen gibt, die attraktiv sind und neugierig machen und solche, bei denen die Ansprechpartnerin in der Organisation mit den Schultern zuckt und murmelt, „ich weiß selbst, dass das nicht so doll klingt, wir brauchen das aber“.

Beim Workshop zum 4. Kasseler Freiwilligentag bemerkte eine Teilnehmerin, „Frau Gittermann, Sie scheinen ja eine ausgeprägte Aversion gegen Renovierungsprojekte zu haben!“. Die Frau hat recht. Ich muss gestehen, dass ich Wände weißeln nicht unbedingt für ein attraktives Einsatzfeld halte, und zwar schlicht und ergreifend deshalb, weil das jede/r von uns in seinem Leben zigfach tun muss (und dabei die meisten nicht unbedingt guter Laune sind). Aber selbstverständlich ist es eine Projektmöglichkeit für den Freiwilligentag.

Und noch nicht mal eine schlechte. Aber! Erstens weiß ich aus der Erfahrung von vier Freiwilligentagen, dass viele Organisationen gern frisch gestrichene Wände haben. Und zweitens (ein kontraproduktives Moment), dass sich leider sehr wenige Freiwillige melden, die sagen: „Juchhu, genau DAS wollte ich schon immer machen!“ Der Köder muss dem Fisch schmecken – und nicht dem Angler, lautet ein Sprichwort. Von daher lege ich beim Workshop Wert darauf, dass sich die Organisationen mit der Frage befassen: Warum sollte sich ein Freiwilliger am Freiwilligentag für uns engagieren? (Schließlich gibt es noch viele andere Mitmachaktionen, die womöglich um Längen interessanter sind.)

Wenn man merkt, dass das eigene Einsatzfeld nicht unbedingt ein Knüller ist, muss man dafür sorgen, das sogenannte USP herauszuarbeiten und ihm mit einfachen Mitteln ein Häubchen der Schönheit aufzusetzen.

Als USP (= Unique Selling Proposition) bezeichnet man das „einzigartige Verkaufsversprechen“, das „Alleinstellungsmerkmal“.

Wenn Organisationen attraktiv sein wollen für Freiwillige, müssen sie sich übrigens nicht nur am Freiwilligentag fragen, was sie einzigartig macht und auszeichnet. Was unterscheidet mein Renovierungsprojekt von dem der anderen drei Organisationen, die auch freiwillige Malerinnen und Maler suchen? Was haben die Freiwilligen davon?

Ein gutes Beispiel dafür, wie man ein grundsätzlich eher langweiliges Einsatzfeld attraktiver machen kann, ist die Renovierung des Café März im Rahmen des 1. Kasseler Freiwilligentages. Das Café März, ein Treffpunkt für psychisch Kranke, wird betrieben von vielen Ehrenamtlichen – und von Sylvia Shlomoviz. Sie ist die hauptamtliche Sozialarbeiterin und übrigens einer der Gründe dafür, warum viele Freiwillige besonders gern im Café arbeiten. Denn aus ihrer langjährigen Erfahrung als Freiwilligenmanagerin weiß sie genau, dass man Freiwilligen für ihr Engagement auch etwas „bieten“ muss. Kurz und gut: Statt einfach für getünchte Wände warb Shlomoviz mit dem Zusatz „Toskana-Flair auch für Zuhause“. Unter der fachlichen Anleitung eines Malers konnten die Freiwilligen am Freiwilligentag eine neue Wischtechnik erlernen. Am Abend erstrahlte das Café März in warmen Terracotta-Tönen – und die Freiwilligen waren stolz und in der Lage, das Erlernte auch in den eigenen vier Wänden umzusetzen. Alle hatten an diesem Tag profitiert.



Nicht nur das Erwerben neuer Fertigkeiten kann ein Alleinstellungsmerkmal sein. Auch der Mittagsimbiss mit dem besonderen Etwas oder die besondere Notwendigkeit gerade dieses Projektes kann Freiwillige anziehen und zufrieden am Abend nach Hause gehen lassen. Wichtig ist es bei jeder Art von Freiwilligenarbeit, den Blickpunkt zu wechseln, indem Organisationen nicht nur darauf schauen, was haben WIR von den Freiwilligen – sondern sich in gleichem Maße gezielt mit der Frage befassen, was haben die Freiwilligen VON UNS?

Ansprechende Werbematerialien erstellen

Die interessanten Details, die Sie im Workshop mit den Organisationen herausgearbeitet haben, helfen Ihnen bei der Erstellung von Werbematerialien. Sie kennen jetzt das „gewisse Etwas“ jedes Einsatzfeldes und können dies in ansprechende Kurztexte einfließen lassen.

Mal ehrlich, was klingt verlockender:

im Gesundheitszentrum
einen Steingarten anlegen

oder

Alpines Flair ...
... entsteht, wenn Freiwillige fürs Gesundheitszentrum Marbachshöhe einen Steingarten mit Bachlauf anlegen und mit Enzian, Felsenmargerite, Moossteinbrech und zottigem Mannschild bepflanzen.

Das fensterlose Rondell (ehemalige Pulverkammer des Stadtschlusses) vom Hochwasserschutt befreien und für Kunstaktionen nutzbar machen	oder	Bergarbeiter-Feeling gibt's garantiert für diejenigen Freiwilligen, die das Innere des Rondells für die Bastion Kunst e.V. mit Hacke und Spaten vom Fulda-Schlutt befreien. Ein Einsatzfeld für Unerschrockene!
Wasserspieleanlage für die Kita Kunterbunt bauen	oder	Wasser marsch heißt es für die Kleinsten im Kindergarten Kunterbunt, wenn Pumpe, Wasserlauf und Matschplatz aufgebaut sind.

Diese Kurzbeschreibungen werden im Flyer unter bestimmten Rubriken zusammengefasst, damit Interessierte sich schneller orientieren und je nach eigenem Talent entscheiden können: Soll es nun etwas aus der Sparte „Pinsel & Farbe“ oder eher „Schippe & Spaten“ oder doch lieber „Kunst & Kultur“ sein?

Neben den Mitmachaktionen müssen alle wichtigen Informationen im Flyer enthalten sein. Dazu gehören die Einsatzzeiten, wo man sich wie anmeldet, ob bestimmte Einsatzfelder besondere Anforderungen stellen (wir hatten mal eines „für kräftige Frühaufsteher“) und natürlich, wer das Ganze organisiert. Vergessen Sie auch nicht, den Förderern ein Plätzchen mit Logo einzuräumen. Und einen ganz kurzen aufmunternden Aufruf des Schirmherrn oder der Schirmherrin abzudrucken. Fertig.

Die Formulierung der einzelnen Mitmach-Aktionen auf einem Flyer und/oder im Internet sollte das Minimum der Kommunikation nach außen sein. Eigentlich gehören auch Plakate dazu, die auf den Freiwilligentag aufmerksam machen. Wir in Kassel haben das Glück, von Anfang an fantastische Unterstützer bei der Werbung für den Freiwilligentag zu haben: eine Werbeagentur, die pro bono unsere Texte layoutet, eine Druckerei, die uns den Druck sponsert und die DeutscheStädteMedien, die uns einen Freiaushang an Kasseler Litfasssäulen ermöglicht.

Gute Erfahrungen haben wir mit Postkarten gemacht, die in der Gastronomie verteilt werden, sogenannte City oder Edgar Cards. Der Slogan „FREIWILLIG IN KASSEL!“ schlicht gedruckt in weißen Buchstaben auf rotem Grund erwies sich als Renner auch bei denjenigen, die sonst mit Freiwilligentag oder FreiwilligenZentrum gar nichts zu tun hatten. Auf der Rückseite ist genügend Platz, die wesentlichen Informationen (Verweis auf die Mitmach-Aktionen plus Internetadresse) abzudrucken und damit ganz neue Zielgruppen zu erschließen.

Tipp: Der Text auf der Rückseite der Postkarte sollte so layoutet sein, dass noch genügend Platz bleibt, etwas zu schreiben. Nur so taugt die Karte zum Verschicken – und erregt Aufmerksamkeit über Ihre Stadt oder Gemeinde hinaus. FREIWILLIG IN KASSEL!-Postkarten sind sehr beliebt als Umzugskarten, werden jedoch auch gern an jene wenigen verschickt, die Kassel irrtümlicherweise als „öden Ort“ bezeichnen.

Damit alle Werbematerialien punktgenau fertig gestellt sind, müssen Sie eine sehr genaue Zeitplanung haben und einhalten. Werbeagentur und Druckerei sollten jeweils ca. eine Woche Vorlauf haben; und wenn Sie Plakate hängen wollen oder Postkarten verteilen, gibt es auch dafür bestimmte Termine, die Sie frühzeitig erfragen sollten.

Wollen Sie einen Monat vor dem Freiwilligentag mit der Werbung beginnen, müssen Sie entsprechend zurückrechnen, wann die Texte und Vorlagen fertig sein müssen.



Das Fest planen

Vielleicht planen Sie ja statt einer After-Work-Party etwas ganz anderes für „Ihre“ Freiwilligen: Eine kostenlose Theatervorstellung oder ein Konzert, für das alle, die am Tag aktiv waren, eine Freikarte erhalten.

Ich persönlich finde die Idee eines Abschlussfestes deshalb so gut, weil der Gemeinschaftsgedanke, der ja den ganzen Freiwilligentag prägt, hier noch einmal besonders zum Tragen kommt: man erfährt, was die anderen am Tag gemacht haben, isst und trinkt gemeinsam und kommt miteinander in Kontakt.

Jede/r von Ihnen hat schon einmal ein Fest organisiert. Egal, ob Sie selbst gut darin sind oder nicht: geben Sie die Verantwortung dafür auf jeden Fall ab. Denn das Abschlussfest des Freiwilligentages ist ein Kapitel für sich und Sie werden angesichts der Arbeit, die so ein Freiwilligentag macht, heilfroh sein, wenn Sie die Festorganisation jemand anderem, am besten einem ganzen Team, überlassen können.

Ein paar Sachen gibt es, die Sie unbedingt bedenken müssen: Ein Raum, der groß genug ist für ca. 2/3 bis 3/4 der am Tag aktiven Freiwilligen (Sie können davon ausgehen, dass nicht alle Freiwilligen zum Fest kommen), Essen und Trinken und natürlich eine Dankeschön-Rede. Das ist das Minimum.

Die Kür zeichnet sich dadurch aus, dass Sie ein hübsches Rahmenprogramm auf die Beine stellen, dabei aber noch genügend Zeit lassen, in netter Atmosphäre (Deko und Musik bedenken) zu essen und zu klönen (vgl. Kapitel 7).

Bei den Kasseler Freiwilligentags-Parties gab es als Highlights im Rahmenprogramm einen Puppenspieler (mit einem Kassel-Lovesong), einen Zauberer, vier Feuerspucker, ein Musik-Duo, Shiatsu-Massagen für verspannte Freiwillige, einen Clown und vieles mehr. Übrigens traten, wie es sich an einem Freiwilligentag geziemt, alle ohne Gage auf. Auch hier gilt: Damit terminlich alles passt, sprechen Sie Künstler oder Gruppen so früh wie möglich an.

Gute Feste kommen entweder dadurch zustande, dass die richtigen Personen mit von der Partie sind, oder aber durch die Liebe zum Detail. (Kommt beides zusammen - perfekt!). Machen Sie das Fest zu dem, was es sein soll: Ein Dankeschön an alle, die zum Gelingen des Freiwilligentages beigetragen haben.



5. HEISSE PHASE 3. NERVEN BEHALTEN

Die Werbung beginnt.

Nun halten Sie sie in der Hand – strahlend und druckfrisch: die Materialien, mit denen Sie für den Freiwilligentag werben wollen. Flyer in hübscher Aufmachung mit einladenden Texten, Plakate, die auf den Termin mit großen Lettern hinweisen, womöglich Postkarten oder Aufkleber – eben all das, was Lust darauf macht, sich zu engagieren (und was Sie ohne große Zusatzkosten haben finanzieren können).

Was für ein Wohnegefühl! Gönnen Sie sich und Ihren KollegInnen einen Moment des Stolzes ... – und setzen Sie dann alles daran, die Dinger wieder loszuwerden!

Flyer – zu schade für den Papierkorb

Bei der Verteilung von Flyern und Plakaten binden wir in Kassel die am Freiwilligentag beteiligten Organisationen gezielt ein. Das ist eine glückliche Arbeitsteilung, die gewährleistet, dass die Informationen breit in der Stadt gestreut werden. So macht jeder für jeden Werbung und die Arbeit verteilt sich auf vielen Schultern. Pi mal Daumen bekommt jede Organisation drei Plakate und 100 Flyer.

Sprechen Sie mit den jeweiligen ProjektleiterInnen unbedingt ab, dass die Flyer nicht lediglich als Packen in eine Ecke der Einrichtung (neben hunderten anderer Infomaterialien) gelegt werden und dort verkümmern – sondern exakt an verschiedenen Orten platziert werden, wo sie mit Sicherheit zur Geltung kommen. Noch besser ist es, die Flyer aktiv und mit ein paar freundlichen Worten potenziellen Interessierten direkt in die Hand zu drücken.

Tip: Falls Sie darüber hinaus die Postkartenvariante mit Aushang in der Gastronomie gewählt haben, fragen Sie, ob gleichzeitig kostenlos ein Stapel Flyer mitverteilt werden kann. Wenn erst mal die Postkarte Aufmerksamkeit erzeugt hat, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass die Neugier siegt und der Flyer ebenfalls mitgeht.

Internet – fix und bequem

Das Internet ist eine schnelle und effektive Möglichkeit, den Freiwilligentag mit seinen Mitmach-Aktionen zu kommunizieren. Entweder Sie verschicken eine Gruppen-E-Mail an alle, die sich im Vorfeld interessiert gezeigt haben (bzw. diejenigen, die es grundsätzlich interessieren könnte) sowie in leicht modifizierter Form an Ihre Kooperationspartner und potenziellen Multiplikatoren – mit der Bitte um Weitergabe.

Oder Sie setzen in Ihrer E-Mail einen entsprechenden Link auf (so Sie eine haben) Ihre Homepage, die weitere Informationen und eine Auflistung der Freiwilligentags-Aktionen enthält.

In Kassel haben wir neben unserer „normalen“ FreiwilligenZentrums-Homepage auch eine spezielle für den Freiwilligentag, die wir Jahr für Jahr ergänzen und erweitern. Unter www.freiwillig-in-kassel.de finden Interessierte nicht nur die aktuellen Projekte, sondern auch einen Überblick über das, was an den vergangenen Freiwilligentagen passiert ist.

Eine gesonderte Anmeldefunktion erlaubt es den Freiwilligen, sich selbst nächstens um vier beim Surfen im world-wide-web für ihr Lieblingsprojekt zu entscheiden.

Presse & Co

Ihr Ziel ist es, dass so viel wie möglich über den Freiwilligentag berichtet wird – und zwar nicht nur, wenn er erfolgreich über die Bühne gegangen ist, sondern auch schon in der Werbephase. Mit einer guten Berichterstattung im Vorfeld erwischen Sie potenzielle Freiwillige am Frühstückstisch, in der Mittagspause, ja, sogar abends auf dem Sofa.

Erspart Arbeit: Bauen Sie sich einen Medienverteiler auf, aktualisieren Sie ihn regelmäßig und pflegen Sie Ihre Kontakte zu Journalisten. Das macht sich nicht nur am Freiwilligentag bezahlt.

Wie komm' ich in die Zeitung?

Ganz einfach! Sie schreiben eine Pressemitteilung! Aber: eine Pressemitteilung schreiben ist eine Sache - zu gewährleisten, dass sie tatsächlich gelesen wird (und die Redakteurin oder den Redakteur zu Taten anregt), eine ganz andere. Meint Irene Graefe. Und die muss es wissen. Denn als langjährige Chefin einer Lokalredaktion sind Tag für Tag jede Menge Pressemitteilungen über ihren Tisch gewandert. Mittlerweile betreibt Irene Graefe ein gut funktionierendes Journalistenbüro in Kassel und bietet Fortbildungen an, wie man bei der Presse die entsprechende Aufmerksamkeit erzielt. Für Organisationen, die mit einer guten Meldung in die Zeitung kommen wollen, hält sie kurz zusammengefasst folgende Tipps bereit:

Wichtig sind:

- Eine kurze informative Überschrift und gleich zu Beginn des Textes die wichtigsten Informationen. So kann sich ein Journalist zügig ein Bild machen und sich schnell für den Text und die Sache entscheiden.
- Überlegen Sie, was das Besondere, das Neue Ihrer Nachricht ist - also der Aufhänger und sortieren Sie die einzelnen Informationen nach ihrer Wichtigkeit.
- Hangeln Sie sich beim Schreiben dann an den W-Fragen entlang: Wer? Was? Wann? Wo? Warum? Woher? Wie? Gehen Sie dann immer weiter ins Detail, in der Reihenfolge der Wichtigkeit der Informationen, denn die werden womöglich von hinten weggekürzt.
- Vergessen Sie nicht die Sachinformationen zum Schluss in komprimierter Form: Termin, Veranstaltungsort, Adresse, Kontakt und garnieren Sie das Ganze mit einem „Anbinder“, damit sich der Empfänger ein Bild von Ihrer Institution und oder dem Projekt machen kann.
- Verwenden Sie klares, sachliches Deutsch ohne Schachtelsätze, vermeiden Sie Füllwörter und benutzen Sie möglichst keine Fachausdrücke. So gehen Sie sicher, dass Ihr Anliegen gut verstanden wird.
- Ein gutes Foto, das der Journalist in seinem Medium verwenden kann, muss nicht sein, aber es „verkauft“ Ihre Pressemitteilung einfach besser - und die Leserin bzw. der Leser guckt ebenfalls genauer hin.

Tipp: Denken Sie auch an Anzeigenblätter. Vielleicht lässt sich dort eine kostenlose Füllanzeige platzieren, die auf den Freiwilligentag hinweist.

Die Zeitung kommt zu Ihnen

Wenn Sie Glück haben, wird Ihre Pressemitteilung nicht nur so abgedruckt, wie Sie sie geschrieben haben. Sondern ein Redakteur „beißt an“ und sagt: „Da machen was Größeres draus“. Kommt dann selbst oder entsendet einen Mitarbeiter/eine Mitarbeiterin - und einen Fotografen. Fantastisch! Wir in Kassel hatten solches Glück. Unsere hiesige Lokalzeitung fand die Idee des Freiwilligentages so gewinnend, dass sie uns seit Anbeginn mit einer umfassenden Berichterstattung unterstützt. Im ersten Jahr mit einem großen Interview im Vorfeld, in den folgenden Jahren sogar jeweils mit einer ganzen Artikelreihe im Lokalteil: einem Auftaktartikel und vier bis fünf weiteren Artikeln, in denen die einzelnen Mitmach-Aktionen vorgestellt wurden, wieso und warum, Infos über die Organisation - und alles mit Foto! Das große Los, ehrlich.

Warum machen die das? Heißt es im Journalistenjargon nicht immer „Only bad news are good news“? Dass nicht nur Katastrophenmeldungen, sondern durchaus auch gute Nachrichten in die Zeitung kommen, darüber habe ich mit der Journalistin Sabine Wilms von der Hessisch-Niedersächsischen Allgemeinen, HNA, gesprochen.

Frau Wilms, mit der Idee des Freiwilligentages sind Sie wohlvertraut. Schließlich berichten Sie seit den Anfängen des Kasseler Freiwilligentages jedes Jahr aufs Neue darüber. Was hat Sie an diesem Thema gereizt?

Wilms: Den Freiwilligentag finde ich aus verschiedenen Gründen spannend. Anfangs war es bei mir als Berichterstatteerin wohl die Neugier: Geht das überhaupt? Dann waren es die Freude und das Staunen darüber, dass es wirklich klappt und dass sich viele Leute kurzzeitig motivieren lassen und an einem Tag so viel gemeinsam „rucken“ können. Und seitdem ich den Tag als Journalistin begleite, war es auch der Wunsch, auf meine Weise „mitzurucken“. Also: So viel Berichterstattung, wie irgend möglich, um Leute zum Freiwilligentag zu bringen.

Eigentlich spukt doch der Gedanke in den Köpfen der Leute, dass nur echte Schocker-Meldungen die Chance haben, die Aufmerksamkeit der Leser - und vorab die der Redakteure - zu erregen. Wie schafft es dann aber eine gute Nachricht wie das freiwillige Engagement auf die Titelseiten?

Wilms: Dass es nur Schockermeldungen auf die Titelseiten „schaffen“, ist ein Missverständnis. Ich weiß, dass Redakteure viel lieber öfter positive Nachrichten bringen würden. Aber es gibt seit ein paar Jahren (Jahrzehnten?) sehr wenig davon. Das hat mit dem Zustand der Gesellschaft zu tun, aber auch mit dem Zustand der Politik. Wer darüber berichtet, schreibt notgedrungen über Missstände und nicht über Positives. Freiwilliges Engagement schafft es leider viel zu selten auf die Titelseiten. Bei „Ehrenamt“ denken immer noch zu viele Leute - und eben auch Redakteure - an langweilige Jahreshauptversammlungen und an die Reden vom zweiten Kassenwart, der danach wieder ein Jahr lang schweigt. Dass ehrenamtliches Engagement keine staubtrockene Sache sein muss, sondern spannend und erfrischend sein kann, kommt selten rüber. Der Freiwilligentag ist so eine seltene Gelegenheit, das Ehrenamt aus dem Staub zu holen. Deshalb schafft dieser Tag es auf die Titelseiten. Was auch schon wieder eine zweischneidige Sache ist - weil nämlich jenseits des Effekts „Freiwilligentag“ das langjährige, dauerhafte, zuverlässige und nicht minder spannende ehrenamtliche Engagement in der Berichterstattung sozusagen hinten runter fällt. Das finde ich als Journalistin nach wie vor unbefriedigend und ich nehme mir für jeden neuen Freiwilligentag vor, auch die „lebenslänglich Ehrenamtlichen“ zu würdigen.

Wie kann man es auch andernorts schaffen, den Freiwilligentag in den Medien groß rauszubringen? Gibt's da irgendwelche Tricks und Kniffe?

Wilms: Weil der Freiwilligentag an sich eine spannende, neue Sache ist, dürfte es nicht schwer fallen, eine Lokalredaktion dafür zu interessieren. Wichtig ist sicher, darum zu bitten, dass die Redaktion einen Ansprechpartner stellt, der die Vorbereitungen und den Tag mitbegleitet. Wichtig ist es auch, Kontakte herzustellen (Namen, Telefonnummern!), zwischen Mitmachern und Redakteur, zwischen Projektbetreuern und Redakteur. Gut ist auch eine langfristige Planung - also rechtzeitig Bescheid sagen, denn Berichte über Projekte brauchen manchmal etwas Vorlaufzeit, zumal, wenn es um Artikelserien geht. Dann nämlich haben Redakteure gerne schon die ersten drei bis fünf Geschichten „auf Halde“, bevor die Serie startet. Hilfreich ist es auch, Berichterstattung zum selben Thema aus anderen Zeitungen vorzulegen, nach dem Motto: So liebe sich das umsetzen, oder auch: Vielleicht könnt ihr das noch besser.

Da meldet sich jemand! Das Anmeldeverfahren.

Die Werbung ist verteilt, Sie sitzen im Büro, das Telefon klingelt. Dran ist Herr Müller, der beim Kindergarten „100 Flöhe“ einen Hasenstall bauen will oder Frau Meier, die irgendwo aktiv werden will, „ganz egal, Hauptsache, meine Kinder können mitmachen!“

Jetzt ist es von Vorteil, dass unser Büro in der Anmeldephase des Freiwilligentages aussieht wie ... ja wie eigentlich?

Die (Pin-)Wände sind gepflastert mit DINA4-Bögen, und zwar für jedes Projekt einer. Die Reihenfolge der Anmeldebögen entsprechen der Reihenfolge auf dem Flyer und jeder Bogen enthält eine ganz genaue Beschreibung: WAS wird gemacht, WO trifft man sich WANN, gibt es fürs Mitmachen besondere Anforderungen, sind Kinder willkommen etc.pp. Der Bogen enthält darüber hinaus Platz für die Namen und Adressen der Freiwilligen, die

sich anmelden - und zwar in Form einer Tabelle von 1 - x, wobei x der maximalen Zahl von Freiwilligen entspricht, die sich im Projekt engagieren können (vgl. Muster Anmeldebogen im Anhang). So ist gewährleistet, dass einerseits kein Projekt überbucht ist und wir andererseits sofort erkennen, wo wir noch einmal ausdrücklich die Werbetrommel rühren müssen, weil sich bei einer Mitmachaktion weniger Freiwillige als minimal erforderlich angemeldet haben.

Ist die Höchstzahl erreicht, wird das Projekt geschlossen und im Internet als ausgebucht vermerkt. Fertig.

Auch diejenigen MitarbeiterInnen des FreiwilligenZentrums, die nur einmal pro Woche Bürodienst machen, erkennen also auf einen Blick, welches Projekt noch „zu haben“ ist und können die entsprechenden Informationen an den Interessenten weitergeben. Und den oder die Neue sofort für die jeweilige Lieblingsaktion eintragen.

Das Entgegennehmen der Anmeldungen folgt ebenfalls einem festgelegten Schema. Ein schriftlich fixierter Telefonleitfaden garantiert, dass jede/r, der oder die im FreiwilligenZentrum Bürodienst macht, die entsprechenden Fragen stellt und die entscheidenden Informationen gibt.

In der heißen Anmeldephase ist es wichtig, den Kontakt zwischen Ihrer Agentur und den Organisationen zu halten und einen verbindlichen Rückmeldemodus zu vereinbaren. Schließlich müssen Sie, um Doppelvermittlungen zu vermeiden, sofort erfahren, wenn der Jugendclub „Coole Teens“ eine Malerfirma fürs Renovierungsprojekt aufgetan hat und der Bedarf an Freiwilligen damit gedeckt ist.

Der Treffpunkt Hilfsbereitschaft, der den Berliner Freiwilligentag organisiert, hat es übrigens ganz anders gemacht. Er gibt die Verantwortung für die Anmeldungen an die Organisationen weiter. Auf dem Flyer und im Internet finden sich also neben einer Beschreibung der Mitmachaktionen auch Adresse und Telefonnummer der jeweiligen Ansprechpartner, bei denen man sich melden kann.

In Kassel haben wir das ebenfalls diskutiert, uns jedoch dafür entschieden, die Anmeldungen weiterhin zu koordinieren, weil wir den Kontakt zu den Freiwilligen aus verschiedenen Gründen für wichtig halten: Zum einen lernen sie das FreiwilligenZentrum kennen und werden, falls sie das möchten, über unser Beratungsangebot bezüglich kontinuierlicher Engagementmöglichkeiten informiert. Zum anderen können wir denjenigen Freiwilligen, deren Lieblingsprojekt am Freiwilligentag schon ausgebucht ist, im selben Atemzug die Alternativen vorstellen.

Aber entscheiden Sie selbst!

Interessantes Detail: Beim Hamburger AKTIVOLI-Freiwilligentag war ein Freiwilliger im Vorfeld für Anmeldungen Tag und Nacht über ein Extra-Freiwilligentags-Handy erreichbar.

Nur nicht nervös werden!

Der Anmeldeschluss naht, und es sind noch große Lücken auf Ihren Anmeldebögen? Jetzt nur nicht nervös werden. Wie beruhigte mich ein Freund, der bei der Caritas arbeitet, vorm 1. Kasseler Freiwilligentag so schön? Beim Christival mit 12.000 Teilnehmern hätten sich bis zum Anmeldeschluss erst 2000 Personen angemeldet. Am Tag des Anmeldeschlusses kam die Welle erst ins Rollen und nach dem Anmeldeschluss der große Run. Anscheinend markiert der Anmeldeschluss bei vielen so etwas wie ein Wiedervorlage-Datum - danach klingelt das Telefon unaufhörlich.

Also: ruhig Blut bewahren und gegebenenfalls eine Hotline am Tag selbst einrichten bzw. über die Presse Last-minute-Engagements ausloben. Und seien Sie gewiss: Wenn Sie erst mal den allerersten Freiwilligentag erfolgreich hinter sich gebracht haben, melden sich viele InteressentInnen für den nächsten bereits im Vorfeld.

6. DER TAG SELBST

Tatatata! Jetzt ist er da, der Tag, auf den Sie und Ihre Mitstreiter so lange und mit viel Engagement hingearbeitet haben! Ein Blick zum Himmel – strahlender Sonnenschein, nur ein paar kleine Quellwölkchen (in der Regel ist das Wetter an Freiwilligentagen gut) – atmen Sie tief durch und denken Sie daran, wie gut Sie sich fühlen werden heute abend, wenn Sie auf einen erfolgreichen Tag zurückblicken werden.

Wie die Organisationen diesen Tag gestalten sollten.

Auch für die Organisationen wird es jetzt ernst, denn sie haben darauf hingearbeitet, dass am Freiwilligentag alles reibungslos klappt. Sylvia Shlomoviz, Freiwilligenkoordinatorin bei der Sozialtherapie Kassel e.V., war schon von Anfang an beim Kasseler Freiwilligentag dabei und beschreibt aus ihrer Erfahrung, wie eine Organisation den Tag idealerweise gestalten sollte und worauf sie persönlich besonders achtet.

Die Sozialtherapie ist beim Kasseler Freiwilligentag von Anfang an dabei. Tritt da so etwas wie Routine ein?

Shlomoviz: Erfahrung ja, Routine im Sinn von Langeweile nein. Ich empfinde den Tag immer noch als ein Highlight im Jahresablauf. Zugleich ist es nach wie vor ein wenig aufregend: Wer wird kommen, klappt alles gut, haben wir an alles gedacht? Letztlich werden diese Fragen erst am Abend beantwortet werden können.

Hat sich in den vergangenen Jahren ein bestimmter Ablauf eingespielt oder bewährt? Was kommt positiv bei den Freiwilligen an?

Shlomoviz: Im Prinzip versuche ich den Freiwilligentag so zu gestalten wie eine gut durchorganisierte Familienfeier. Alle Freiwilligen freuen sich, wenn sie am Morgen von netten Menschen mit Kaffee, Tee und einem Gebäckstück empfangen werden. In der Regel möchten sie etwas über die Organisation erfahren, für die sie ihre Zeit zur Verfügung stellen. Sie können zu Beginn ihre Einrichtung vorstellen oder die erste Pause dazu nutzen. (Dann sind auch eventuelle Nachzügler da.) Manche Interessierte nehmen auch gern schriftliches Informationsmaterial mit nach Hause. Wenn alle da sind, gibt es eine kurze! Vorstellungsrunde. Dann werden der Tagesablauf und das geplante Projekt besprochen, die Arbeit wird verteilt.

Müssen Organisationen bei der Umsetzung ihres Freiwilligentagsprojektes irgendetwas besonders beachten?

Shlomoviz: Oh ja! Zum einen, dass am besten mehrere Kollegen am Tag selbst die Organisation vertreten. Während der Durchführung des Projektes sollte immer ein Verantwortlicher mitarbeiten und gleichzeitig als Ansprechpartner zur Verfügung stehen. Andere Hauptamtliche (oder auch Freiwillige, die schon länger in der Organisation arbeiten) kümmern sich derweil um das leibliche Wohl. Falls eine Organisation keine Küche zur Verfügung hat, kann sie für das Mittagessen auch etwas bestellen. Auf jeden Fall ist ein warmes Mittagessen ein Muss und hierfür übernimmt selbstredend der Veranstalter die Kosten. Und die Organisation muss unbedingt darauf achten, dass das geplante Projekt auch wirklich abgeschlossen werden kann, denn garantiert werden die Freiwilligen nicht zufrieden sein, wenn die Arbeit nur fast fertig wird. Deshalb muss genügend Werkzeug und Material vorhanden sein und lieber sollte man eine Stunde früher anfangen, wenn man das Gefühl hat, die Zeit könnte zu knapp bemessen sein.

Es ist geschafft – gibt es so etwas wie ein Abschiedsritual?

Shlomoviz: Ja, obwohl natürlich auch alle Freiwilligen zur großen After-Work-Party eingeladen sind, ist es wichtig, auch in der eigenen Einrichtung einen würdigen Abschluss für die geleistete Arbeit zu zelebrieren. Wenn nach einem langen Arbeitstag alles fertig und aufgeräumt ist, wird natürlich das vollendete Werk von allen gemeinsam noch einmal angeschaut und bewundert. Wir setzen alles daran, dass unsere Teilnehmer trotz Müdigkeit begeistert



von uns und unserer Organisation nach Hause gehen. Bei uns gibt es deshalb immer eine Abschlussrunde mit selbst gebackenem Kuchen. Eine schönes Forum, um letzte Fragen zu beantworten, ein Dankeschön an alle Beteiligten auszusprechen und den Tag gemütlich ausklingen zu lassen. Und es gibt für jede und jeden ein kleines Abschiedsgeschenk: etwas Bleibendes, das sie als Erinnerung an diesen Tag mit nach Hause nehmen können.

Gibt es noch einen besonderen Tipp für Organisationen?

Shlomoviz: Wir machen immer viele Fotos vom Einsatz der Freiwilligen an diesem Tag - vorher, mittendrin und nachher mit allen Beteiligten. Dann notieren wir uns die Adressen der Freiwilligen, um ihnen später ein Erinnerungsfoto und unseren Newsletter mit Bildern vom Freiwilligentag zu schicken. Das finden die meisten ganz toll.

Das Pressegespräch. Wo bitte gibt's die beste Story?

Die Einladung zum Pressegespräch haben Sie bereits eine Woche vor dem Termin verschickt - dort, wo es geht, mit persönlicher Ansprache, ansonsten an die jeweilige Redaktion. Die Einladung haben Sie ähnlich formuliert wie eine Pressemitteilung: Sie haben die wichtigsten Fakten genannt, ein paar Appetizer eingestreut und das Ganze mit einer neugierigerweckenden Überschrift versehen. Aber: Sie haben noch nicht *alle* Einzelheiten preisgegeben - denn dann bräuchte ja kein Journalist mehr zum Termin selbst zu kommen. Ganz klar muss aus der Einladung hervorgehen, warum es sich für Medienvertreter lohnt, zum Pressegespräch zu erscheinen: etwa weil sie mit dem Schirmherrn reden können oder weil sie beim Pressegespräch erfahren, wann und wo die besten Bilder und die heißesten Stories zu bekommen sind.

Das Büro Aktiv in Frankfurt konnte im Vorfeld zum 1. Frankfurter Freiwilligentag über einen persönlichen Kontakt zwei Weltmeisterinnen der Fussball-Nationalelf für das Pressegespräch gewinnen: Die beiden Kickerinnen Steffi Jones und Sandra Smisek sorgten für viel Medienrummel und waren damit fantastische Botschafterinnen für die Freiwilligentagsidee.

Wenn Sie das Pressegespräch am Freiwilligentag selbst veranstalten (in Kassel findet es immer am Morgen statt), empfiehlt es sich, als Treffpunkt eine der Organisationen zu wählen, die am Freiwilligentag beteiligt ist. Das sorgt erstens dafür, dass die Journalisten mit eigenen Augen sehen, was beim Freiwilligentag passiert und zweitens diejenigen, die es eilig und viele Termine haben sofort die Gelegenheit nutzen können, ein gutes Foto mit aktiven Freiwilligen zu schießen.

Bitten Sie die Organisation, Kaffee und einen kleinen Snack bereitzuhalten, dann müssen Sie sich nicht mehr darum kümmern.

Sie selbst haben für das Pressegespräch eine Pressemappe vorbereitet, die folgende Schmuckstücke enthält:

- eine Pressemitteilung (und zwar so geschrieben, als wäre es bereits Abend)
- den Flyer
- Kurzinformationen zu Ihrer Freiwilligenagentur
- Ihre Erreichbarkeit für Rückfragen
- eine Übersicht über alle Mitmachaktionen, die am Freiwilligentag stattfinden.

Die Übersicht dient dazu, dem oder der Journalist/in die Arbeit so leicht wie möglich zu machen. Er oder sie findet darin Angaben...

- was wo passiert (mit Adresse der Organisation und gegebenenfalls einer Wegbeschreibung - halten Sie für Fragen unbedingt einen Stadtplan bereit),
- wann die besten Bilder gemacht werden können (ein planierter Erdhaufen ist nicht so attraktiv abzulichten, wie eine fast fertig gebaute Rutsche) - die voraussichtlich beste Uhrzeit fürs Fotoshooting im Vorfeld bei den Organisationen erfragen
- und ergänzen Sie diese Liste mit interessanten Detail-Informationen.



Interessant ist alles, was irgendwie besonders oder ungewöhnlich ist: Zum Beispiel, weil sich jemand sehr Wichtiges engagiert oder eine ganze Familie (Oma, Opa, Mutter, Vater, zwei Kinder und ein sprechender Wellensittich) bzw. eine Firma. Oder weil es in einem Einsatzfeld ein Gummibärchenorakel gibt. (Das ist keineswegs erfunden – die Bahnmissionsmission ergänzte ihre Mitmach-Aktion um eine freiwillige Wahrsagerin – welche die Zukunft der Reisenden aus Gummibärwürfen heraus las – nur gute Prognosen, versteht sich.) Oder weil sich in einem Einsatzfeld ganz, ganz viele Freiwillige tummeln. Listen Sie all das auf, was irgendwie auffällt oder das Herz erwärmt. So kann sich jede/r Journalist/in seine bzw. ihre persönliche Rosine herauspicken.

Man (er)kennt sich – Pins und mehr

Sei es das Plakat an der Eingangstür, welches in jeder der beteiligten Organisationen auf den Freiwilligentag hinweist, das T-Shirt mit Logo oder Slogan des Freiwilligentages, das die Verantwortlichen in den Einrichtungen tragen oder aber der Button am Revers jedes Freiwilligen ... solcherart Erkennungszeichen dienen nicht nur der Orientierung, sondern fördern auch ein Gefühl von Gemeinschaft und Verbundenheit. Darüber hinaus sind Pins eine schöne Form der Anerkennung und Erinnerung. In Kassel dienen sie außerdem als Eintrittskarte zum abendlichen Fest.

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte ... Dokumentation



Der Freiwilligentag mit seinen vielfältigen Einsatzfeldern ist eine wunderbare Möglichkeit, Bilder einzufangen. Die werden Ihnen auch noch von Nutzen sein, wenn der Tag selbst schon längst vorbei ist. Seien es der Jahresbericht, Fotos für Ihre Homepage oder auch Bildmaterial für zukünftige Überzeugungsarbeit (auch im nächsten Jahr wollen wieder Förderer gewonnen werden) – es macht sich auf jeden Fall bezahlt, die Dokumentation des Freiwilligentages gut zu planen und genügend Leute zu motivieren, Sie dabei zu unterstützen. Da ein Bild bekanntlich mehr als tausend Worte sagt, haben wir beim Kasseler Freiwilligentag gleich zwei Mitmachaktionen konzipiert: In Zusammenarbeit mit dem Offenen Kanal Kassel filmen „rasende Reporter“ das Geschehen mit der Kamera, schneiden das Material am Nachmittag, und präsentieren eine erste Version bereits beim abendlichen Fest. (Eine zweite Version wird dann ein paar Tage später als Reportage im Offenen Kanal ausgestrahlt.)

Beim „Foto, Foto“-Projekt klappern Freiwillige mit Talent zum Fotografieren die einzelnen Projekte ab – häufig sogar mehrmals, damit auch die Fortschritte vom Hasenstallbau im Kindergarten oder vom Anlegen der Kräuterspirale auf Zelluloid gebannt werden. Apropos Zelluloid: Mittlerweile wird ausschließlich mit der Digitalkamera fotografiert. Zum einen erleichtert es die Bildbearbeitung, zum anderen kann so eine Auswahl der Bilder des Tages ratzfatz und per Beamer beim abendlichen Fest gezeigt werden.



Auch wenn Schnappschüsse durchaus vergnüglich sein können – beim Freiwilligentag sollten Sie sich nicht darauf verlassen. „Gestellte“ Fotos sind schöner! Mein Kollege im FreiwilligenZentrum, Frank Gerhold, ist leidenschaftlicher Fotograf, seit er eine Kamera in den Händen halten kann. Er leitet das „Foto, Foto“-Projekt fachlich an, und hat für die Tages-Fotografen eine Checkliste (siehe Anhang) zusammengestellt, damit Aktionen und Freiwillige besonders gut zur Geltung kommen.

Machen Sie sich ein Stimmungsbild

Was für Bilder gilt, trifft gleichermaßen für Stimmungen zu – Sie sollten sie einfangen! Weil viele Menschen zusammenkommen, die etwas Gutes tun wollen und ein gemeinsames Ziel haben (das Bällchenbad für die Aller kleinsten zu zimmern beispielsweise oder den Biogarten fürs Stadtteilzentrum anzulegen), ist die Atmosphäre am Freiwilligentag erfahrungsgemäß so produktiv und energiegeladen, dass Sie sich unbedingt vor Ort ein (Stimmungs-)Bild

machen sollten. Nur so können Sie später darüber berichten. Eine weitere Möglichkeit, an O-Töne heranzukommen ist das abendliche Fest: Ein Feedback per Kartenabfrage ist nicht jedermanns Sache, aber ein Gästebuch sollten Sie auf jeden Fall am Eingang auslegen. Oder befragen Sie im Nachklapp die Ansprechpartner in den Organisationen nach Anekdoten oder Besonderheiten (auf diese Weise wurden wir auf den Mann aufmerksam, der mit Tüten beladen vom Einkaufen zufällig Zeuge des Tipi-Baus wurde und sich spontan entschied mitzuhelfen, die Taschen wurden derweil verwahrt). Alle diese kleinen Begebenheiten können Sie in der Folge nutzen, um die „nackten Fakten“ des Freiwilligentages mit Leben zu füllen, anschaulicher zu machen - und damit noch mehr Menschen zum Engagement zu motivieren.

7. EIN WÜRDIGER ABSCHLUSS - DAS FEST

Wie auch immer Sie das Fest gestalten, es soll einen würdigen Abschluss für alle Aktiven des Tages darstellen. Kein Fest ist wie das andere, aber so unterschiedlich die Freiwilligentags-Feste in verschiedenen Städten oder in verschiedenen Jahren auch ausfallen mögen, es gibt fünf Dinge, die es meiner Meinung nach grundsätzlich zu beachten gilt.

Zeit zum Umziehen

Da die Einsatzorte des Freiwilligentag in der ganzen Stadt verteilt liegen und manche Projekte unvorhergesehenerweise doch eine Viertelstunde länger brauchen, weil sie nur noch ein Handgriff von der Vollendung trennt, haben wir einen Zeitpuffer von zwei Stunden zwischen dem offiziellen Arbeitsschluss und dem Beginn des Festes eingebaut. So bleibt den Freiwilligen noch Zeit zum Umziehen. Obwohl ich auch die Idee einer Come-as-you-are-Party, wie sie beim „Greater DC Cares Servathon“ in Washington üblich ist, irgendwie charmant finde.

Lange Reden unerwünscht

Wer kennt sie nicht, diese feierlichen Anlässe, bei denen ein Grußwort dem anderen folgt, ein Redner dem nächsten das Mikrophon in die Hand drückt und die Gäste - nach einer gebührenden Zeitspanne - in den Stand-by-Modus schalten? Um das zu vermeiden, sollten Sie nur wenige Redebeiträge auf die Tagesordnung setzen - und diese nicht nur zeitlich beschränken (5 Minuten), sondern auch inhaltlich eingrenzen.

Statt lang(weilig)er Grußworte bietet sich ein kurzweiliges Rahmenprogramm an. Was nicht heißt, dass Sie jede Minute verplanen müssen - 20 bis 30 Minuten „Input“ sollten reichen. Schließlich haben sich heute viele neue Leute kennengelernt, die die Gelegenheit, bei leiser Hintergrundmusik zu plaudern, sicher gerne nutzen werden.

Ein Häppchen in Ehren ...

... kann niemand verwehren; Essen hält Leib und Seele zusammen; wer viel arbeitet, soll auch gut essen ... viele deutsche Sprichworte drücken aus, wie wichtig Essen (und Trinken) fürs Wohlbefinden ist. Und für die Gemeinschaft. Das gilt auch für den Freiwilligentag. Was genau bei Ihrer Party serviert wird, entscheiden Sie - oder vielleicht der Besitzer eines Catering-Service, der Ihre Party sponsert und gerade eine besondere Vorliebe für caribbean food hat. Wenn Sie keinen Sponsor finden, können Sie die Zubereitung des Essens zu einem Freiwilligentags-Projekt machen und einen Koch gewinnen, die fachliche Anleitung dafür zu übernehmen. Auf jeden Fall sollten Sie, falls es ein warm(zuhaltend)es Menü gibt, auf den richtigen Zeitpunkt der Anlieferung achten. Da kann nämlich bei einem üppigeren Rahmenprogramm einiges über dem Rechaud nach- und damit verkochen. Bedenken Sie dabei auch, dass sich der Beginn der Feier in der Regel verzögert, weil die Freiwilligen nach und nach eintrudeln, erst noch etwas trinken und erzählen.



Und was haben die anderen gemacht?

Darauf sollten Sie beim Fest auf gar keinen Fall verzichten: Dank neuester Technik bereits zwei Stunden nach dem Geschehen den Freiwilligentag via Beamer Revue passieren lassen. Natürlich gibt es Menschen, die pfui bäh und oh je rufen, wenn sie sich selbst auf Bildern sehen. Die meisten von uns sind jedoch eher narzisstisch veranlagt und freuen sich darüber, sich selbst auf einem Foto zu entdecken. Noch dazu in Aktion. Diesen Effekt sollten Sie sich zunutze machen. Das aber nur nebenbei gesagt.

Denn eigentlich geht es bei der Bildpräsentation darum, dass ein Freiwilligentag ja erst dadurch zum Freiwilligentag wird, dass viele gemeinsam anpacken, buddeln, hämmern, pflanzen, bauen. Und sich dadurch als Teil einer großen engagierten Gruppe fühlen können. Deshalb ist es eines der Highlights, wenn am Abend beim Fest die Bilder des Tages zu sehen sind. So wird sichtbar, dass das eigene Projekt Teil eines Ganzen war und was es sonst noch so gibt in der bunten Landschaft des Engagements.

Tipp:

Bereiten Sie vor dem Freiwilligentag eine Power-Point-Präsentation vor – jede Mitmachaktion bekommt eine Seite und wird beschriftet mit einem Satz, was in diesem Projekt passiert ist. So müssen Sie am Tag selbst nur noch je ein bis zwei Fotos pro Aktion einfügen. Eine vorbereitete Präsentation bietet zudem den Vorteil, dass Sie darauf „Danke“ sagen können, indem Sie die einzelnen Förderer sowie die Mitglieder Ihres Planungsteams namentlich erwähnen.

Feiern Sie sich selbst!

Es kann (und sollte) vielleicht besser im Geheimen geschehen, aber trotzdem: es muss an dieser Stelle mal erwähnt werden. Schließlich war an verschiedenen Stellen in diesem Buch von nötiger Anerkennung und Würdigung von Engagement die Rede. Warten Sie also, bis der offizielle Teil vorbei ist, die Technik abgebaut und die Festhalle gefegt ist. Und dann: scharen Sie die Menschen um sich, mit denen Sie am liebsten zusammen sind, die Ihre Anspannung der vergangenen Tage mitbekommen und sie unterstützt haben – und feiern Sie! Ob nun mit einer Flasche Sekt aus dem Rucksack oder einem Cocktail mit viel Ananas in der Waikiki-Bar, egal: Setzen Sie einen Punkt und seien Sie stolz darauf, dass sich Ihr Engagement und das Ihrer MitstreiterInnen gelohnt hat. Heute abend ist weder Kritik (und sei sie noch so konstruktiv) angesagt, noch eine Begutachtung dessen, was gut und was schlecht gelaufen ist. Damit beginnen Sie noch früh genug am nächsten Tag – und im folgenden Kapitel.

8. NACH DEM FREIWILLIGENTAG IST VOR DEM FREIWILLIGENTAG!

Sich bedanken

Bei den Freiwilligen haben Sie sich schon beim Fest bedankt – für den Dank an die Förderer sollten Sie sich nach dem Freiwilligentag noch einmal Zeit nehmen und per Brief, E-Mail oder Karte deren Engagement würdigen. Geben Sie ihnen einen kleinen Rückblick über die kleinen und großen Erfolge des Freiwilligentages, aber vor allem: benennen Sie so konkret wie möglich, was mit der Unterstützung gerade dieses Sponsors möglich geworden ist. Wenn Sie bereits wissen, dass Sie im nächsten Jahr einen weiteren Freiwilligentag durchführen werden, schreiben Sie es. Ein Zeitungsartikel, aber besser noch ein Erinnerungstück wie Foto oder Pin runden Ihr Dankeschön ab.

Wichtig: Es ist leichter, einen überzeugten Förderer zu halten, als neue zu gewinnen. Das setzt aber voraus, dass Sie ihn auch pflegen. Halten Sie den Kontakt und rufen Sie sich ab und zu gut in Erinnerung, durch eine Weihnachtskarte, Ihren Newsletter, eine Einladung oder ähnliches.

Adressen sammeln

Beim ersten Kasseler Freiwilligentag haben wir es noch nicht getan, weil wir dachten, dass man damit eine Art Verpflichtung über das Ein-Tages-Engagement hinaus suggeriert. Alles Humbug! Die Adressen der Freiwilligen zu sammeln, um sie auf den nächsten Freiwilligentag aufmerksam zu machen, hat sich bewährt. „Schön, dass Ihr wieder an mich gedacht habt“, heißt es, oder auch: „Schade, da bin ich im Urlaub, aber informieren Sie mich bitte auch im nächsten Jahr wieder“. Also legen Sie einen extra Adressverteiler an und – so sie die E-Mail-Adressen bei der Anmeldung ebenfalls aufgenommen haben – im Outlook einen neuen Gruppenkontakt. So können Sie sich zwei bis vier Wochen nach dem Freiwilligentag mit einer Rundmail (garniert mit ein bis zwei netten Fotos) bei den Freiwilligen noch einmal positiv in Erinnerung bringen.

Manöverkritik veranstalten

Kurze Zeit nach dem Freiwilligentag ist es an der Zeit, sich noch einmal mit dem Planungsteam zu einem Brainstorming zusammzusetzen. Listen Sie auf, was am Freiwilligentag und im Vorfeld gut gelaufen ist, und was besser hätte laufen können, welche Strategie sich bewährt hat und was beim nächsten Mal anders angegangen werden muss. Nehmen Sie sich ausreichend Zeit und gehen Sie Punkt für Punkt die einzelnen Bereiche durch: Öffentlichkeitsarbeit, Anmeldungen, der Ablauf in den Organisationen, das Fest, das Fundraising (z.B. welcher potenzielle Förderer hat für dieses Jahr abgesagt, aber Interesse fürs nächste Jahr oder eine andere Aktion signalisiert – notieren!) etc.. Fixieren Sie die einzelnen Punkte schriftlich, und machen Sie gleich eine To-do-Liste daraus, die Sie in Ihren nächsten Zeit- und Maßnahmeplan einfließen lassen.

Dokumentation erstellen

Bilder gucken, hach! Das ist eine Arbeit, die wirklich Spaß macht. Und notwendig ist. Denn mit den Fotos verhält es sich wie mit der Piemont-Kirsche: Nur die besten kommen in die engere Auswahl. Und das nicht nur für den Jahresbericht.

Am praktischsten ist eine Dokumentation der einzelnen Aktionen im Internet. Hier können nicht nur Freiwillige, sondern auch Organisationen, Förderer und sonstige Interessierte unkompliziert gucken, was am Freiwilligentag Gutes getan wurde.

Wenn Sie die Mittel zur Verfügung haben oder Fördermittel dafür beantragen können, ist es natürlich eine tolle Sache, eine grafisch gut aufgemachte Dokumentation Ihres Freiwilligentages in schriftlicher Form zu haben. Gedrucktes überzeugt – und macht sich nicht nur gut als Referenz zu einem Förderer-Anschreiben sondern auch auf einem Infotisch zum Durchblättern.

Last not least gibt es da noch die Foto-CD. Unkompliziert in der Herstellung bekommt sie jede Organisation, die beim Freiwilligentag dabei war, als Erinnerung und Dankeschön. Darüber hinaus eignet sich die Foto-CD auch sehr gut für die eigene Öffentlichkeitsarbeit. Wir lassen sie, wenn wir Infostände machen, einfach auf dem Laptop in einer Endlosschleife durchlaufen. Und machen damit auch neuen Leuten Lust aufs Engagement.

Einen neuen Termin festlegen

Vielleicht war es Ihnen bereits von Anfang an klar, möglicherweise nimmt der Gedanke aber auch erst Gestalt an, nachdem Sie den Freiwilligentag haben Revue passieren lassen und sich einen Moment der Erholung gegönnt haben: Ein solches Ereignis soll es unbedingt wieder geben! Ich kann es Ihnen nur wärmstens empfehlen. Schließlich haben Sie die Feuerprobe bestanden und wissen um die positiven Effekte – aber auch darum, was Sie in Zukunft verbessern können. Sie haben im letzten halben Jahr Kooperationspartner gefunden, die es zu halten gilt, und Unterstützer, die Ihrem Freiwilligentag auch beim nächsten Mal wohlgesonnen sein werden. Also nutzen Sie die Möglichkeit und betreten Sie mit einem großen Maß an Erfahrung und – dank Ihres neuen Freiwilligentagsnetzwerkes – geballter Power den Ring. Nur Mut! Denken Sie daran, dass es bei einem Freiwilligentag nur Gewinner gibt. Und dann: zücken Sie den Kalender fürs nächste Jahr und – wagen Sie es!

SCHLUSSWORT: UND DIE MORAL ...?

Sie wurde in diesem Handbuch an mehreren Stellen als Vorteil genannt: Die große Öffentlichkeitswirksamkeit, die ein Freiwilligentag erzielt.

In einem Kommentar zu einem Artikel über das FreiwilligenZentrum Kassel² und die Idee des Freiwilligentages mit seinen Kurzzeitengagements verwies der damalige Politikwissenschaftsstudent Tobias Weishaupt auf die Gefahr, dass sich „... freiwilliges soziales Engagement langfristig in ein „Konsumgut“ verwandeln könnte: Einmal im Jahr kann jeder sein Gewissen beruhigen, wie es ihm am besten passt“. Und stellte dem gegenüber fest, dass der Einsatz langfristig engagierter Ehrenamtlicher, die die Stütze des sozialen Lebens in der bürgerlichen Gemeinschaft seien, vielfach unbeachtet bliebe.

Weishaupt brachte uns damit ganz schön ins Nachdenken. Denn natürlich hatten wir uns auch schon die Frage nach der Gerechtigkeit gestellt. Ist es gerecht (und moralisch einwandfrei), dass ein Engagement, lediglich weil es an einem Tag und von vielen gleichzeitig ausgeübt wird, dermaßen viel Aufmerksamkeit bekommt, während langfristiges Engagement wenig Öffentlichkeit erzeugt?!

Aber erstens: Gutes, das an einem Tag getan wird, ist trotzdem gut. Punkt.

Zweitens: es geht nicht ums Abwägen, was ist besser, was ist schlechter oder was ist traditionell und was „en vogue“. Beide Formen von Engagement haben ihre Berechtigung und eins kann vom anderen profitieren.

Überschaubares, projektorientiertes Engagement macht für viele das Thema „Ehrenamt“ überhaupt erst vorstellbar und motiviert für einen längerfristigen Einsatz. Kontinuierliche ehrenamtliche Arbeit hingegen kann vom Freiwilligentagskonzept lernen, wie sie abwechslungsreicher und motivierender gestaltet werden kann.

So unterschiedlich die Freiwilligen von heute sind, so vielfältig sind die Wege, bürgerschaftliches Engagement zu befördern. Die Palette reicht von „Heute ein Engel!“ bis hin zu „Ein Leben für die gute Sache“.

Und drittens kann - und sollte - der Freiwilligentag mit seinem „spektakulären“ Charakter immer auch dazu dienen, das große Ganze in den Blick zu nehmen - und das sichtbar zu machen, was tagtäglich und meist im Verborgenen geschieht: tausendfaches kontinuierliches Engagement.

² „Das Beste dabei ist: Alle Beteiligten gewinnen. Das FreiwilligenZentrum Kassel.“ In: Kasseler Hospital 3 (2003)

CHECKLISTE FÜR ORGANISATIONEN

- Klärung Versicherungsschutz
- Wie viele Freiwillige werden benötigt, um das Projekt in der vorgesehenen Zeit umzusetzen (min - max)?
- Welche Freiwilligen aus der eigenen Organisation haben Lust mitzumachen?
- Wie gewinne ich Freiwillige aus meiner Nachbarschaft?
- Gibt es eine Firma in meinem Umfeld, die ich für eine Mitarbeit beim Freiwilligentag begeistern kann?
- Wer leitet die Arbeiten (fachlich) an?
- Muss ich Sicherheitsvorkehrungen treffen (Helme o.ä.)?
- Sind alle Materialien vorhanden?
- Ist ausreichend Werkzeug da entsprechend der maximalen Anzahl von Teilnehmern?
- Wetterlage bedenken
- Ist für Essen und Trinken gesorgt?
- Gibt es ein Kinderbetreuungsangebot oder Mitmachmöglichkeiten für Kinder, damit sich auch Familien engagieren können?
- Adäquate Begrüßung der Freiwilligen garantieren
- Dankeschön und netter Abschied (auch für die, die nicht am Fest teilnehmen können)
- Aktionen dokumentieren (Foto, Video ...)
- Statistik führen (wie viele Freiwillige haben sich beteiligt? Männer/Frauen? Altersgruppen?)
- Interne Öffentlichkeitsarbeit gewährleisten

Muster Anmeldebogen

Handwerk-1

Biene Maja kann Urlaub machen ...

... wenn Freiwillige im Internationalen Frauengarten aus Holz, Stroh und Lehm ein Insektenhotel errichtet haben.

Kinder sind willkommen und können ein kleines Insektenhotel zum Mitnehmen bauen

Bau eines Insektenhotels	Einsatzort:	Ansprechpartnerin:
Einsatzzeit: 10 - 16 Uhr	Internationaler Frauengarten Kassel-Waldau	Petra Kaltenstein Diakonisches Werk
Vorkenntnisse nötig? Nein	Berghäuser Straße ggü. der Kirche führt ein kleiner Trampelpfad zum Gartengrundstück	Telefonnummer für Rückfragen: 12345

Verbindliche Anmeldungen (Minimum 4 Freiwillige, Maximum 8 Freiwillige)

Lfd. Nr.	Name, Adresse, Telefonnummer, ggf. E-mail-Adresse
1.	
2.	
3.	
4.	

5.	
6.	
7.	
8.	

Checkliste für Fotografinnen und Fotografen

Was für Bilder werden benötigt?

- Sehr wichtig bei den Aufnahmen ist, dass der Fortschritt der Aktionen dokumentiert wird (Vorher-, Während-, Nachher-Bilder) Dabei sind besonders die einzelnen Projektthemen zu beachten (z.B. Stelzenbau, Stelzenlaufen)
- Wichtig ist auch das Surrounding (das Drum-Herum). Die Lage, wichtige Besucher, auf einem Bauernhof z.B. die Tiere, Essen und Trinken etc.
- Promis müssen immer (möglichst gut) fotografiert werden.

Agieren Sie nicht nur als außenstehender Beobachter und Prozessdokumentator.

Greifen Sie aktiv in das Geschehen ein!

- Machen Sie möglichst viele „gestellte“ Fotos. Bauen Sie aussagekräftige Bilder auf. Überlassen Sie das bitte nicht nur dem Zufall.
- Achten Sie auf spannungsgeladene Fotos.
- Gestalten Sie die Fotos schon beim Fotografieren. Denken Sie an den goldenen Schnitt, das Spiel mit Kontrasten, mit Blitzlicht, variablen Brennweiten oder unterschiedlichen Schärfeebenen (Tiefenschärfe).
- Es ist wichtig, dass Sie in das Bildgeschehen mit eingreifen.
- Sagen Sie den Leuten genau, welche Bilder Sie benötigen und was die Menschen dafür tun sollen (Bsp.: Bitte kommen Sie mal alle zusammen, nehmen Sie ihre Werkzeuge und arbeiten Sie zu mir hin. Unterhalten Sie sich und lächeln dabei).

Gebraucht werden:		Besonders zu beachten!
Totale	Gesamtüberblick über die Aktion. Möglichst viele Gesichter der Freiwilligen sollten erkennbar.	Ab 5 Personen brauchen wir keine Zustimmung zur Veröffentlichung der Bilder. Bei Gruppe bis zu 10 Leuten brauchen wir die Namen der abgebildeten Personen.
Halbtotale	Halbportraitfotos, besondere aussagekräftige Aktionen	Zur Veröffentlichung brauchen wir eine Bildfreigabe und die Namen der Abgebildeten. Promis können fotografiert und veröffentlicht werden ohne ausdrückliche Bildfreigabe.
Close-up (Nahaufnahmen)	Portraits, schmutzige Hände, leckeres Essen, schwitzende Gesichter, aussagekräftige Details	Kinderportraits kommen immer gut an, aber wir benötigen die Bildfreigabe durch die Erziehungsberechtigten und natürlich die Namen der Kinder.

Freiwilligentage sind eine neue und innovative Form, Menschen zum Engagement zu motivieren und sinnvolle gemeinnützige Projekte konzentriert und energiegeladen umzusetzen. Warum auch Sie in Ihrer Stadt einen solchen Aktionstag initiieren sollten, welchen Nutzen alle Beteiligten davon haben und wie man einen Freiwilligentag Punkt für Punkt organisiert, darüber informiert dieses Handbuch. Mit Argumenten, Tipps und Checklisten. Aus der Praxis für die Praxis.



Die Autorin: Anneke Gittermann, Jahrgang 1968, Diplom-Pädagogin mit Schwerpunkt Erwachsenenbildung, zwei Kinder. Als hauptamtliche Mitarbeiterin im FreiwilligenZentrum Kassel beschäftigt sie sich seit 1998 mit dem Thema Engagementförderung und hat mit der Organisation des 1. Kasseler Freiwilligentages 2002 die Freiwilligentagsidee nach Hessen geholt. In ihrer Arbeit als Projektleiterin entdeckt sie seitdem immer neue, spannende Facetten und findet, dass eigentlich jede Stadt einen Freiwilligentag haben sollte.

Impressum

Herausgeber	Hessische Landesregierung im Rahmen der Landesehrenamtskampagne
Verantwortlich	Dirk Metz, Staatssekretär Sprecher der Landesregierung
Konzept, Redaktion und Texte	© Anneke Gittermann i. A. der Hessischen Landesregierung
Gestaltungskonzept & Artwork	Nina Faber de.sign, Wiesbaden Der Abdruck der Fotos erfolgte mit freundlicher Genehmigung durch das FreiwilligenZentrum Kassel.
Druck	mww.druckundso..., Mainz-Kastel



HESSEN



Hessische Landesregierung

Georg-August-Zinn-Str. 1
65183 Wiesbaden

www.hessen.de