

Ulrike Traub

*Ehrenamtliche in der
Begleitung und Betreuung
von Menschen mit Demenz*



Alzheimer Gesellschaft
Baden-Württemberg e.V.
Selbsthilfe Demenz



Ulrike Traub *Ehrenamtliche in der Begleitung und Betreuung von Menschen mit Demenz*



Ehrenamtlich engagierte Menschen sind bei der Betreuung von Menschen mit Demenz und damit der Entlastung von Angehörigen unverzichtbar. Doch fallen Ehrenamtliche bekanntlich nicht vom Himmel und wachsen auch nicht auf Bäumen. Sie müssen gesucht, gefunden, für die Tätigkeit begeistert und in der Zeit ihres Engagements unterstützt und begleitet werden.

Wir wollen uns dem Thema **Ehrenamt** ausführlicher widmen. Fundierte Unterstützung erhalten wir dabei von *Ulrike Traub*, Sozialpädagogin, Ehrenamtskoordinatorin und ausgebildet im Strategischen Freiwilligenmanagement sowie Vorständin der Alzheimer Gesellschaft Baden-Württemberg, die von ihren Erfahrungen berichtet und Tipps gibt.

Ehrenamtliche gewinnen – aber wie?

Viele Träger und Anbieter von Betreuungsgruppen und Häuslichen Besuchsdiensten berichten, dass sich aktuell zahlreiche ehrenamtlich Engagierte aus dem Ehrenamt verabschieden. Mitteilungen wie »Die lange Pause, aber auch das Nachdenken und mein Alter (84) haben mich dazu geführt, alle meine Ehrenämter aufzugeben«, sind keine Seltenheit.

Auf der anderen Seite besteht ein großer Bedarf an Menschen, die sich ehrenamtlich engagieren, gleichzeitig dürfen Ehrenamtliche dies derzeit aber nur in reduzierter Form tun.

So gilt es, die bereits Engagierten »gut zu pflegen«, »bei Laune zu halten« und »die Kontakte trotz Kontaktverbot nicht abreißen zu lassen« – und Ehrenamt dort, wo es möglich ist, auch (wieder) stattfinden zu lassen. Und es wird wichtig sein, auch während und trotz dieser besonderen Zeit aktiv fürs Ehrenamt zu werben.

Einige Tipps, wie dies gut gelingen kann

Machen Sie sich Gedanken, für welche Aufgabe genau Sie Menschen suchen, und erstellen Sie ein Aufgabenprofil:

- 1 Formulieren Sie so konkret als möglich, welche Ziele erreicht und welche Aufgaben und Tätigkeiten vom Ehrenamtlichen übernommen werden sollen (*Ziele, Aufgaben/Tätigkeiten*).
- 2 Halten Sie fest, welche Aufgaben nicht dazu gehören und mit wem die Engagierten zusammenarbeiten werden (*Nicht-Aufgaben, Zusammenarbeit*).
- 3 Tragen Sie zusammen, welche Fähigkeiten und Ressourcen Menschen mitbringen sollten, die sich bei Ihnen engagieren möchten (*Gaben*).
- 4 Berechnen Sie den Zeitumfang und vergessen Sie dabei nicht die vorbereitenden Schulungen, Besprechungen, etc. (*Zeitaufwand*).
- 5 Dann darf auf keinen Fall fehlen, was Sie als Träger oder Anbieter dem gesuchten Ehrenamtlichen bieten können (*Ihre Attraktivität*). Denken Sie hier neben einer eventuellen Aufwandsentschädigung auch an die vorbereitende Schulung, Fortbildungstage, Feiern, die Möglichkeit, sich persönlich weiterzuentwickeln, Kontakte zu Gleichgesinnten etc.
- 6 Und dann kommt der schwierigste Schritt: Suchen Sie einen attraktiven Titel! Dann wird aus »Ehrenamtliche für die Betreuungsgruppe gesucht« vielleicht »Sportsmann für Rollstuhlausfahrten gesucht« oder »WSDS – Wir suchen den Superstar für...« oder »Zeit für leise Töne – Musiker für Betreuungsgruppe gesucht« oder »Talkshow mal anders – Gesprächspartner für die Betreuung gesucht«.

- 8 Für das Aufgabenprofil sollten Sie ebenfalls die besonderen Anforderungen hinsichtlich Corona klären, wie zum Beispiel »Interessierte sollten nicht zu einer Risikogruppe gehören« oder »Jugendliche ab 16 sein« oder »Menschen, die sich nur während der Pandemie engagieren möchten«, etc.
Toll wäre es, wenn Sie dies noch im Titel ansprechend formulieren können, zum Beispiel »Betreuungspartner/in auf Zeit gesucht« oder »Cooles Angebot für coole Typen« oder »Ehrenamt trotz(t) Corona«.

Die Aufgabenprofile bilden dann die Grundlage für Ihre Werbestrategie.

Vielleicht ist es hilfreich, ausscheidende Ehrenamtliche (bevor wir diese gut verabschieden, denn auch eine gute Abschiedskultur fördert Engagement) noch nach ihrer anfänglichen Motivation zu fragen. Dann erhalten Sie möglicherweise auch solche Nachrichten: »Ehrenamt macht Sinn. Zum einen, wenn einem Menschen wichtig sind und zum anderen, weil man mehr beschenkt wird, als man gibt. Wenn ich mich für Menschen einsetze, also ehrenamtlich tätig werde, erhalte ich auch das nötige Rüstzeug durch entsprechende Ausbildung, was wiederum mir zugutekommt. Und das nicht nur für die Tätigkeit, die ich ausübe, sondern auch für eine Weiterentwicklung meiner Person. Sinn macht im Ehrenamt das Miteinander.«



Teil 2_Werbestrategie

Grundsätzlich gibt es zwei Strategien zur Gewinnung von (weiteren) Ehrenamtlichen:

Zum einen können Sie die *organisationsinternen Möglichkeiten* prüfen, d.h. Sie prüfen,

- ob bereits Engagierte vielleicht noch für eine zusätzliche Aufgabe zu gewinnen sind,
- ob sich Mitglieder Ihres Vereins oder Nutzer/innen Ihres Angebotes (zum Beispiel ehemalige pflegende Angehörige) gewinnen lassen,
- ob Familienmitglieder und Freunde von Mitgliedern und Nutzer/innen, die bereits von Ihrem Angebot gehört haben, mehr darüber wissen möchten und über eine Mitarbeit nachdenken.

Zum anderen können Sie sich auf die *Gewinnung außerhalb Ihrer Organisation* fokussieren. Für beide Strategien ist die Beantwortung folgender Fragen hilfreich:





Wer?

Benennen Sie genau die Gruppe von Ehrenamtlichen, die Sie ansprechen möchten (zum Beispiel Alter, Studierende/Berufstätige/Rentner/innen, Jugendliche, Männer oder Frauen) und informieren Sie sich darüber, wie die Lebenssituation, die Interessen und Motive Ihrer Zielgruppe sind. Lassen Sie ein genaues Bild Ihrer Zielgruppe entstehen. Wie ›tickt‹ diese?

Wofür?

Versetzen Sie sich in die Lage möglicher Interessenten und prüfen Sie Ihr Angebot aus deren Sicht: Ist es attraktiv und ansprechend? Passt es zu meinen Interessen? Was daran ist ansprechend und was nicht? Passt Ihr Angebot zu dieser Zielgruppe? Wenn nicht, dann stimmen Sie das Angebot besser auf die Zielgruppe ab oder wählen Sie eine andere Zielgruppe aus.

Wo?

Sammeln Sie typische Orte, an denen sich diese Zielgruppe aufhält. Wie sprechen Sie diese an? Gibt es Hürden, die überwunden werden müssen, um in Kontakt zu kommen? Wer könnte ein ›Türöffner‹ oder ›Vermittler‹ sein?

Wie?

Überlegen Sie, mit welchen Medien Sie Werbung für zukünftige Ehrenamtliche machen könnten. Die Auswahl ist abhängig von der gewünschten Zielgruppe sowie von den finanziellen Möglichkeiten Ihres Trägers oder Dienstes. Klären Sie zunächst diese Fragen und entwerfen Sie dann ein Werbekonzept.

Für die Gewinnung von Ehrenamtlichen können zusätzlich folgende drei Perspektiven dienlich sein:

1 Wer braucht jemanden für XYZ? Wer kann XYZ machen? Wo finden wir diese Person?

- *Aufgaben- bzw. bedarfsorientiert ansetzen*
Das wäre eine gezielte Werbung für Ehrenamtliche, die in den Betreuungsgruppen oder Häuslichen Betreuungsdiensten regelmäßig mithelfen sollen. Die meisten werden durch direkte Ansprache gewonnen! Zusätzlich eignen sich die klassischen Wege wie die Gemeindeblätter, Vorstellung der Engagementbereiche zum Beispiel bei Veranstaltungen oder im Gottesdienst, eine Serie über das Ehrenamt in der örtlichen Presse, Flyer, Website.

2 Welche Kompetenzen, Fähigkeiten und Gaben bringt jemand mit? Und wie können wir (neue) Beteiligungsmöglichkeiten schaffen?

- *Gaben- und ressourcenorientiert herangehen*
Für Menschen, die sich bei Ihnen melden, wird versucht, ein entsprechendes Ehrenamt zu finden. Dabei sollten Sie die Werbung so gestalten, dass Sie Freiräume für Talente, Ressourcen und Gaben anbieten, im Sinne von ›Sie genau brauchen wir‹. Dafür müssen Sie im Vorfeld klären, wo es weitere Beteiligungsmöglichkeiten bei Ihnen gibt, zum Beispiel für Ehrenamtliche, die
 - sich nur um die Tischdeko kümmern
 - nur die Fahrten begleiten
 - das Beschäftigungsmaterial aktuell und parat halten

- einen regelmäßigen Podcast zu ihrem Angebot erarbeiten und online stellen
- sich nur um die Gewinnung von ehrenamtlich Engagierten kümmern
- regelmäßig mit Angehörigen den Kontakt pflegen.



3 **Wie können wir auf Menschen zugehen, die sich bislang wenig bei uns engagieren?**

- *Zielgruppenorientiert handeln*

Es geht darum, wie wir zum Beispiel Männer, die im häuslichen Betreuungsdienst oder in der Betreuungsgruppe mitarbeiten möchten, erreichen.

Nutzen Sie die Orte, an denen sich die Zielgruppe aufhält. Vielleicht hilft ein Infostand über Ihr Angebot hinter der Kasse im Supermarkt. Je nach Uhrzeit erreichen Sie dort ganz unterschiedliche Gruppen.

Versuchen Sie es doch einmal zwischen 21 und 22 Uhr, wenn Sie Jugendliche erreichen wollen. Oder Sie gestalten einen Infostand in einem Autohaus beim verkaufsoffenen Sonntag.

Je nach Standort bietet sich auch eine vorbereitende Schulung für interessierte Studierende direkt an der Uni oder an der Hochschule an. Beachten Sie dabei, dass sich manche Zielgruppen nur für einen begrenzten Zeitraum zur Verfügung stellen wollen.

Vielleicht bitten Sie die bereits aktiven Ehrenamtlichen, an einem bestimmten Tag jemanden aus ihrem Bekanntenkreis zu einem Betreuungsnachmittag mitzubringen. So lernen ›Fremde‹ Ihr Angebot besser kennen, sprechen darüber und werben so für Sie.

Der 5. Dezember ist jedes Jahr der *Internationale Tag des Ehrenamtes* und der 21. September der *Welt-Alzheimertag*. Vielleicht können Sie ein solches Datum zum Anlass nehmen?

Aktuell erschwert die Pandemie die Gewinnung von Ehrenamtlichen erheblich. Kontaktverbot und AHA-Regeln machen persönliche Kontakte, Gespräche, ein ›Reinschnuppern‹ schwierig. Vielleicht ist

jetzt aber eine gute Zeit, ein eigenes Werbekonzept (auf Grundlage Ihrer Aufgabenprofile) zu erarbeiten und Werbeaktionen vorzubereiten. Viele Menschen möchten sich aktuell gerne engagieren und sind auf der Suche nach einem für sie passenden Ehrenamt. Und viele bereits ehrenamtlich Aktive müssen derzeit pausieren und hätten Zeit, mit Ihnen gemeinsam eine passende Strategie zu entwickeln.

Generell gilt es, Werbung ansprechend zu gestalten. Dies gelingt, wenn sie

- Aufmerksamkeit erregt
- überrascht und andere unerwartet erreicht
- klare Ansagen enthält
- emotional unterlegt wird
- lebendig und kreativ präsentiert ist und
- auf den entsprechenden Kommunikationswegen Ihrer Zielgruppe verbreitet wird.

Für Interessierte, die sich für ein ehrenamtliches Engagement bei Ihnen entschieden haben, braucht es dann eine ansprechende Willkommenskultur.



Teil 3_Willkommenskultur



Wenn Sie ehrenamtlich Engagierte für die Mitarbeit in Betreuungsgruppen oder Häuslichen Betreuungsdiensten suchen, ist es hilfreich, zunächst Ihren Bedarf als Träger und Anbieter zu erfassen und Aufgabenprofile zu erstellen. Dann wissen Sie, für welche Aufgaben genau Sie Ehrenamtliche suchen und gewinnen möchten. Und Sie haben Klarheit darüber, wie die Aufgaben im Detail aussehen und welche Anforderungen an die Ehrenamtlichen gestellt werden. Diese Aufgabenprofile bilden die Grundlage für Ihre Werbestrategie.

Waren Sie damit erfolgreich, stellt sich die Frage, wie Interessierte so willkommen geheißen werden können, dass diese sich für ein Engagement bei Ihnen entscheiden.

Spätestens für die eigene Werbestrategie sollte eine Ansprechperson oder ein/e Verantwortliche/r für das Ehrenamt benannt sein. Sie/Er bietet professionelle Unterstützung in der Zusammenarbeit an und ist gleichsam Mittler/in zwischen den Ehrenamtlichen, den Hauptamtlichen, der Leitung und den Nutzer/innen des Angebotes.

Interessierte, die sich durch Ihre Werbung angesprochen fühlen, haben die Möglichkeit, direkt mit der/dem dafür zuständigen Mitarbeiter/in Kontakt aufzunehmen. Menschen, die sich auf die Suche nach einem Ehrenamt machen, nehmen in der Regel nicht

mehrfach Kontakt auf. So sollte der Weg zum Erstkontakt im Vorfeld geebnet werden, d.h. prüfen Sie alle Möglichkeiten, über die Interessierte zu Ihnen Kontakt aufnehmen könnten und klären Sie intern, wie diese dann zur richtigen Ansprechperson gelangen können. Auskünfte wie »Rufen Sie bitte nächste Woche noch einmal an« oder »Ich weiß gar nicht, wer dafür zuständig ist bei uns« schaffen keine Verbindlichkeit. Auch wenn Zuständige gerade nicht erreichbar sind, sind ein Dankeschön für die Kontaktaufnahme und die Zusage für einen zeitnahen Rückruf möglich. Der erste Schritt ist für beide Seiten bedeutsam und Grundlage für eine spätere Zusammenarbeit.

Menschen, die Interesse an einem Ehrenamt bei Ihnen signalisiert haben, sollten zu einem **Erstgespräch** eingeladen werden. Dabei findet ein gegenseitiges Kennenlernen statt, und es wird geprüft, ob Erwartungen zueinander passen. Interessierte bringen individuelle Wünsche, Fähigkeiten und Kompetenzen mit, und von Trägerseite gibt es konkrete Rahmenbedingungen. All dies muss besprochen werden. Daher empfiehlt es sich, einen Gesprächsleitfaden zu haben. Empfohlene Inhalte sind:

1 Die eigene Organisation vorstellen

Informieren Sie über wichtige Aspekte, Werte und Bereiche Ihrer Organisation und klären Sie offene Fragen. Ein Rundgang durch die Räumlichkeiten darf gerne eingeplant werden.

2 Motive erfragen

Denkbare Fragen hierzu könnten sein: Was reizt Sie an einem Ehrenamt bei uns? Woher kam für Sie der Anstoß, sich bei uns zu melden? Welche Hoffnungen verbinden Sie damit?

Für Sie als Träger ist es hilfreich zu wissen, über welchen Weg Interessierte den Weg zu Ihnen gefunden haben. Fragen Sie danach! Gegebenenfalls können Sie Ihre Werbestrategie daran anpassen.

3 Einsatzbereiche und Aufgaben vorstellen

Anhand des zuvor erarbeiteten Aufgabenprofils können Sie konkret und umfassend alle Möglichkeiten für ein Engagement beschreiben. Es ist hilfreich, Wahlmöglichkeiten zu haben.

4 Konkrete Rahmenbedingungen benennen

Beschreiben Sie die für das Engagement wichtigen Rahmenbedingungen, wie zum Beispiel vorbereitende Schulungen, Aufwandsentschädigungen, Zeitrahmen insgesamt, Schweigepflicht und Datenschutz, Versicherungsschutz, Möglichkeit zum Schnuppern etc. Vielleicht ist es hilfreich, wenn Sie Informationen zum Nachlesen mitgeben. Unterstreichen Sie gerne noch einmal den Gewinn eines Ehrenamtes!

Auf jeden Fall sollten Sie das Erstgespräch protokollieren. Dafür eignet sich am besten eine **Checkliste**. Hier sollten auch festgehalten werden:

- die Kontaktdaten
- Fähigkeiten, Beruf, Qualifikationen, Kompetenzen
- Infos zum Engagement (Motivation, Zielgruppe, bisherige Erfahrungen)
- Zeitressourcen der/des Interessenten
- weitere Vereinbarungen

Um sich überzeugt für ein Ehrenamt zu entscheiden, ist es hilfreich, die Aufgabe und die Zielgruppe selbst kennenzulernen. Ein **Schnuppertag** oder eine Hospitationsmöglichkeit sind eine gute Entscheidungsgrundlage. Bitte klären Sie vorab, wer sich in dieser Zeit wie um die Interessierten kümmert, ihnen was genau erklärt und zeigt, die anderen Engagierten vorstellt und vor allem für eine ehrenamtliche Mitarbeit begeistern kann. Auch hierfür kann eine Checkliste hilfreich sein.

Nach der Reflexion dieser Eindrücke steht ein Ja oder Nein für das Engagement bei Ihnen an. Nehmen Sie sich Zeit und hören Sie gut zu. Geben Sie Rückmel-



Gemeinsam lachen, sich austauschen und bewegen – das bereichert den Alltag aller Beteiligten.

dungen! Vielleicht braucht es noch kleine Anpassungen, informative Erklärungen oder Ergänzungen oder auch Ermunterungen.

Immer häufiger schließen Organisationen mit den Ehrenamtlichen eine **Engagementvereinbarung**. Darin sollten beide das vereinbarte Engagement sowie dessen Beginn und eventuell Dauer beschreiben. Gerne können Sie dort alles auflisten, was Sie bieten. Die Zustimmung der Ehrenamtlichen zu Schweigepflicht, Datenschutz sowie die Bereitschaft zur Teilnahme an Fortbildungen oder Supervisionen u. Ä. können ebenfalls fixiert werden.

»Auch fühlen sich manche Ehrenamtliche nach so langer Corona-Zeit ohne Ehrenamt einsam. Gerne würden sie aktiv für andere da sein, dürfen dies jedoch aktuell nicht oder nur sehr eingeschränkt«, so sagte mir eine Seniorenkreisleiterin. »Manche schauen sich bereits um, ob sie sich nicht woanders engagieren sollen (dort, wo das erlaubt ist).« Vielleicht ruft eine/r davon ja bei Ihnen an?

»Eine Kultur des Willkommens ist keine Technik – vielmehr ist sie eine Haltung«, so schreibt es der Kirchenkreis Teltow-Zehlendorf. Es ist die Haltung, sich des unbekanntes Gesichtes, des vielleicht anders Denkenden, des Fremden freundlich anzunehmen. Manchem Interessierten genügt zu Beginn diese Zugewandtheit, andere brauchen deutlichere ›Mach bei uns mit‹-Signale und ›Bleib‘ bei uns‹-Einladungen. Wünsche und Erwartungen sind individuell. Und Willkommenskultur braucht Fingerspitzengefühl. Das wünsche ich allen Beteiligten!



Teil 4_Einarbeitung

Wenn Sie ehrenamtlich Engagierte für die Mitarbeit in Betreuungsgruppen oder Häuslichen Betreuungsdiensten suchen, ist es hilfreich, zunächst Ihren **Bedarf** als Träger und Anbieter zu **erfassen** und **Aufgabenprofile** zu **erstellen**. Diese bilden die Grundlage für Ihre **Werbestrategie**. Waren Sie damit erfolgreich, stellt sich die Frage nach Ihrer **Willkommenskultur**.

Gibt es nach dem **Erstgespräch** und einem **Schnuppertag** von beiden Seiten ein Ja zur Mitarbeit, brauchen die ›Neuen‹ in Ihrer Organisation oder Ihrem Dienst für ihren Start zunächst Möglichkeiten, sich zu orientieren und anzukommen. Dazu trägt eine **Einarbeitung auf drei Ebenen** bei:

Das Ziel für die **inhaltliche Einarbeitung** ist es, den

›Neuen‹ einen Überblick über die eigene Organisation zu geben, d.h., sie erhalten alle engagementbezogenen Informationen und können bei Bedarf Kontakt zu den relevanten Ansprechpersonen aufnehmen. Hilfreich kann dafür eine Informationsmappe mit den benötigten Unterlagen sein (Flyer über das Angebot, das Leitbild, Telefon- und Adresslisten, Hausordnung, Flucht- und Notfallpläne, Infos zum Versicherungsschutz, Formulare für wichtige Abläufe wie Kostenerstattung, Schlüsselübergabe etc.).



Die **organisatorische Einführung** macht die neuen ehrenamtlich Engagierten mit ihren Aufgaben so vertraut, dass sie diese problemlos ausüben können. Hierzu gehören die Einführung in die Räumlichkeiten bzw. den Einsatzort inklusive der benötigten Geräte und Materialien; ebenso die Klärung der Einsatzzeiten sowie der Absage- und Vertretungsregeln. Auch sollten die Kommunikations- und Informationswege für Anregungen, Fragen und Beschwerden besprochen werden. Ebenso wichtig sind Hinweise auf evtl. verpflichtende Fortbildungen, Teambesprechungen und Supervisionen.

Neue Mitstreiter*innen lernen in der **persönlichen Einarbeitung** die Ansprechpartner*innen vor Ort und die anderen Engagierten kennen. Überlegen Sie im Vorfeld, wer von den bereits Aktiven für die begleitende Einarbeitung in Form einer Patenschaft oder als Mentor*in geeignet sein könnte. Gemeinsam mit der fachlichen Ansprechperson vor Ort kann dann ein guter Start gelingen. Ausreichend Zeit und die Möglichkeit, in die Aufgabe langsam hineinzuwachsen, sind dabei von zentraler Bedeutung. Rückfragen und Wiederholungen, Zweifel und Unterstützung, Mitgehen und Schauen, von anderen lernen und selbst ausprobieren, Ängste und Freude, Wundern und Gemeinschaft – alles darf sein.

Daher sind gerade zu Beginn Einzelgespräche mit Neueinsteiger*innen wichtig. Nur so können Sie als fachliche Ansprechperson vor Ort nachhaltig anleiten und Engagierte binden.

Für alle drei Einarbeitungsbereiche können Sie eine Checkliste mit den einzelnen Punkten und den dafür verantwortlichen Personen anlegen und so die Einarbeitung dokumentieren.

Manche Träger und Dienste führen neue Engagierte mit einem Ritual ein, zum Beispiel mit der Vorstellung der ›Neuen‹ in der haus- oder diensteigenen



Zeitung, am schwarzen Brett oder auf der Website, im Einführungsgottesdienst, mit einem Begrüßungsblumenstrauß oder der Übergabe eines Symbols oder Zeichens. Schön ist auch eine besondere Vorstellung bei den Gästen der Betreuungsgruppe oder die Begleitung bei den ersten Einsätzen in der Häuslichkeit.

Es gilt, die neuen Engagierten willkommen zu heißen und sie mit all ihren Ressourcen in das bestehende Angebot zu integrieren. Machen Sie ihnen Mut, trauen Sie ihnen etwas zu und vergessen Sie nicht: Aller Anfang ist schwer!



Teil 5_Begleitung und Anerkennung

Dieses Mal stehen die langfristige Begleitung der Engagierten und die angemessene Anerkennung ihres Engagements im Fokus. Menschen, die sich ehrenamtlich engagieren möchten, müssen nicht nur gewonnen, sondern auch gehalten werden. Dafür braucht es eine kontinuierliche Begleitung, die sich in Form einer spür- und sichtbaren Anerkennungskultur zeigt. Ziel ist es, Engagierte an die eigene Organisation zu binden und so Engagement nachhaltig zu gestalten.

Die Anerkennungskultur lässt sich in vier Bereichen konkretisieren:

1 Wertschätzung

*Engagierte erfahren Wertschätzung **persönlich***

- durch geäußertes Lob und gezeigte Dankbarkeit. Oftmals ist die Dankbarkeit der Menschen, für die sich jemand engagiert, die größte Motivation, aber die ›meiner‹ Ansprechperson ist ebenso wichtig! Dabei sollte Lob persönlich übermittelt, individuell passend, konkret, zeitnah, ehrlich und authentisch, kreativ und überraschend sein und, wenn es für den/die Engagierte*n in Ordnung ist, auch öffentlich sichtbar werden.
- durch einen respektvollen Umgang mit ihnen und zum Beispiel ihrer Zeit.
- dadurch, dass ihnen genau zugehört wird.
- durch ein qualifiziertes Feedback, welches ihnen zur Verfügung gestellt wird.
- durch kleine, unerwartete Aufmerksamkeiten.



Engagierte erfahren Wertschätzung öffentlich durch

- Aufwandsentschädigungen
- Auszeichnungen
- Ehrenmitgliedschaften
- Berichterstattungen in öffentlichen Medien
- die Zurverfügungstellung von Räumlichkeiten, Materialien oder Finanzmitteln
- Auslagererstattung
- kostenlose Verpflegung

2 Begleitung

Engagierte brauchen

- feste Ansprechpartner*innen, die sie aktiv begleiten.
- Möglichkeiten für den Austausch mit anderen.
- feste Termine, an denen Informationen weitergegeben werden können.
- ein offenes Ohr bei Konflikten.

3 Beteiligung

Engagement gelingt auf Dauer, wenn

- Engagierte regelmäßig informiert werden.
- sie Gestaltungsspielräume haben und zum Beispiel mitwirken beim Programm, bei der Dekoration und vielem mehr.
- ihnen ein Mitspracherecht eingeräumt wird, zum Beispiel hinsichtlich der Frage, wie sie die Gäste erleben und was diese brauchen oder wie die Zeiten der häuslichen Betreuung inhaltlich gefüllt werden können.
- sie selbst Verantwortung übernehmen dürfen, zum Beispiel für Teile des Betreuungsnachmittages oder die Kontaktpflege zu Angehörigen.
- sie von Seiten der Hauptamtlichen immer wieder die Bereitschaft zur Kooperation erfahren, zum Beispiel durch einen situativen Führungsstil.

4 Karriere im Ehrenamt

Im ehrenamtlichen Engagement stecken immer auch Entwicklungschancen. Daher ist es wichtig, sich der Bedeutung des Entwicklungspotenzials auf beiden Seiten bewusst zu sein. Machen Sie sich als Organisation klar, welche Engagementmöglichkeiten es bei Ihnen über die gerade angefragten oder angebotenen hinaus gibt.

Achten Sie auf die Entwicklung der ehrenamtlich Engagierten und lassen sie diese zu. Im besten Fall fördern Sie sie. Für die sogenannte Freiwilligen-Karriere sind Fortbildungen, Supervision, Kompetenznachweise und Empfehlungsschreiben hilfreich. Informelle Lernmöglichkeiten wie Hospitationen oder Teilnahme an Sitzungen oder Schulungen zu angrenzenden Arbeits- und Themenfeldern können dabei hilfreich sein.

Es gilt eventuell auch, Aufgabenprofile anzupassen oder zu erweitern. Auf diesem Weg haben schon manche Engagierte den Weg in eine Leitungsaufgabe gefunden.

Eine gelebte, transparente Anerkennungskultur ist von großer Bedeutung für die Gewinnung und das Halten von Engagierten. Sie braucht eine wertschätzende Haltung und Ansprechpartner*innen, die ehrenamtlich Engagierten nicht nur bei Fragen und Problemen zur Verfügung stehen, sondern sich ihnen einfach zuwenden!

Die Diakonie Rheinland-Westfalen-Lippe stellt in einem *Selbsttest zur Anerkennung und Wertschätzung meines Ehrenamtes* folgende Fragen:

1. Was bekomme ich?
2. Was gebe ich?
3. Gehöre ich dazu?
4. Wie können wir gemeinsam vorankommen?

Dies ist eine wunderbare Grundlage für Hauptamtliche, aus der Perspektive von ehrenamtlich Engagierten die Bedeutung von Begleitung und Anerkennung zu überdenken.



Teil 6_Verabschiedung von ehrenamtlich Engagierten



Wer erfolgreich ehrenamtlich Engagierte für die Mitarbeit in Betreuungsgruppen oder Häuslichen Betreuungsdiensten gewinnen und halten möchte, der sollte nach einer *Bedarfsermittlung*, der Erstellung von *Aufgabenprofilen*, der Entwicklung und Umsetzung einer passenden *Werbestrategie*, der Gestaltung einer *Willkommenskultur*, sowie der qualifizierten *Begleitung und Anerkennung* von Engagierten auch einmal den Focus auf die Frage richten: *Wie können wir Ehrenamtliche gut verabschieden?*

Die Diakonie Hessen bietet in ihrer Broschüre *Damit Helfen wieder gut tut* folgende Reflexion an:

- Wenn ich an mein Ehrenamt denke,
- stellt sich überwiegend ein Wohlgefühl ein.
 - stehen Zeit für berufliche Arbeit, freie Zeit und Zeit im Ehrenamt meist in einer stimmigen Balance.
 - spüre ich meist Lust und Ansporn dafür.
 - geht mir ein Lächeln über die Lippen, wenn ich daran denke.
 - fallen mir kleine Glücksmomente ein.

Doch manchmal fühlen sich Engagierte nicht mehr so richtig wohl bei dem, was sie tun, oder die Zeit für das Ehrenamt ist knapper geworden, weil der Beruf mehr Zeit fordert. Für manche bremst eine eigene Erkrankung oder das Alter den Engagementwunsch aus. Bei anderen ist vielleicht die Lust genau an diesem Ehren-

amt verlorengegangen, weil sich die Menschen, die betreut werden, oder die Gruppe der Mitstreiter*innen verändert haben. Auch bringen manche Lebensumstände neue Aufgaben mit sich und ein bislang erfüllendes Ehrenamt tritt in den Hintergrund.

Wenn Ehrenamtliche ihr Engagement beenden, sollte ihr Abschied gut gestaltet werden – unabhängig davon, ob die Zusammenarbeit konfliktbehaftet war. Schließlich tragen ehemalige Engagierte zum Ruf der eigenen Organisation bzw. Ihres Dienstes bei.

Es können fünf Anlässe unterschieden werden, wenn es um den Abschied aus dem Ehrenamt geht:

1 Ehrenamtliche möchten eine zeitlich befristete Auszeit nehmen.

Ohne die Möglichkeit, eine Auszeit vom Ehrenamt nehmen zu können, würden sich viele Ehrenamtliche nicht mehr regelmäßig für andere einsetzen. Daher sollte es für Sie in Ordnung sein, wenn Ehrenamtliche eine Auszeit ankündigen, auch wenn dabei die Sorge auftaucht, dass er oder sie danach ganz abspringt.

2 Die Mitarbeit endet, da eine zeitliche Befristung bereits zu Beginn vereinbart war.

Der Wandel im Ehrenamt zeigt sich an der Zunahme von projektbezogenem Engagement, das zeitlich befristet ist.

3 Der/die Ehrenamtliche möchte von sich aus das Engagement beenden.

Ehrenamtliche signalisieren zum Beispiel aufgrund von Veränderungen im familiären oder beruflichen Umfeld sowie von Krankheit oder Alter das Ende ihres Engagements. Dieses wird meist mit zeitlichem Vorlauf angekündigt. Manche nehmen auch den Einstieg neuer Ehrenamtlicher zum Anlass, ihren Ausstieg zu vollziehen. Sie können so ohne schlechtes Gewissen gehen, da die Lücke, die sie hinterlassen, zeitnah gefüllt werden kann.



4 Ehrenamtliche und die Ansprechperson des Trägers kommen überein, das Engagement zu beenden.

Manches Engagement nimmt im Laufe der Zeit ab oder verebbt ganz. Immer wieder berichten Hauptamtliche von Ehrenamtlichen, die nur noch auf dem Papier dabei sind. Hier kann es irgendwann sinnvoll sein, im gegenseitigen Einvernehmen die Zusammenarbeit zu beenden. So kann ein Herausschleichen verhindert und ein gemeinsamer Abschluss gefunden werden.

5 Die Hauptamtlichen des Trägers möchten die Zusammenarbeit beenden.

In Ausnahmefällen kann sich ein Träger von einem/r Ehrenamtlichen trennen, wenn diese/r nicht oder nicht mehr zu ihm passt. Hierfür ist es wichtig, alle Beteiligten anzuhören. Besteht bei den Verantwortlichen Einigkeit darüber, dass man die Zusammenarbeit nicht weiterführen kann oder möchte, sollte diese bewusst und zeitnah beendet werden.

In allen fünf beschriebenen Situationen sollten Sie anerkennen, dass die Zeit des Abschieds gekommen ist. Ermöglichen Sie sich und der/dem Engagierten in einem Gespräch einen Rückblick auf die freiwillige Tätigkeit, werten sie gemeinsam aus, danken Sie und wagen Sie einen Ausblick auf das, was kommt.

Zeigen Sie Perspektiven auf für eine eventuell spätere Wiederaufnahme des Ehrenamtes oder ein Engagement an anderer Stelle innerhalb Ihrer Organisation. Vielleicht wäre zum Beispiel ein Wechsel von der Betreuungsgruppe hin zum Häuslichen Betreuungsdienst (oder umgekehrt) denkbar? Fragen Sie danach, was der/die scheidende Engagierte Ihnen, der Organisation und Interessierten mit auf den Weg geben möchte. Hilfreich für dieses Gespräch könnte eine Checkliste mit Reflexionsfragen sein.

Wie der Abschied darüber hinaus gestaltet werden kann, hängt immer auch von den Wünschen der/des Abschiednehmenden, der aktuellen Situation vor Ort sowie von Ihrer gelebten Abschiedskultur ab:

- Gibt es ein bestimmtes Ritual, eine gemeinsame Veranstaltung, in deren Rahmen Ehrenamtliche offiziell verabschiedet werden?
- Gibt es ein Geschenk oder eine Dankeskarte?
- Wie wird der Abschied innerhalb der Betreuungsgruppe und/oder dem Häuslichen Betreuungsdienst kommuniziert?
- Stellen Sie eine Bescheinigung, einen Tätigkeits- oder Engagementnachweis aus?
In Baden-Württemberg lohnt sich dazu ein Blick auf die Seite des Ministeriums für Soziales, Gesundheit und Integration unter www.engagementnachweis-bw.de
- Wie kann der Kontakt vielleicht auch zukünftig gehalten werden, etwa über einen Newsletter, die Teilnahme an einem Fest, den Besuch des Ehemaligen-Stammtisches, etc.?

Für Sie als hauptamtlich Verantwortliche gibt es darüber hinaus strukturelle Möglichkeiten, das Thema *Abschied aus dem Engagement* im Blick zu behalten:

- Formulieren Sie in der Engagementvereinbarung eine zeitliche Befristung des Engagements (Altersbegrenzung).
- Sprechen Sie schon im Erstgespräch die Möglichkeit an, ein Ehrenamt auch wieder zu beenden.
- Führen Sie regelmäßige Auswertungsgespräche, um von Abschieden nicht überrascht zu werden.
- Machen Sie flexible Engagementangebote, wie zum Beispiel
 - Mitarbeit während eines inhaltlich abgeschlossenen Zyklus (Schwerpunktthema Musik/Theater/Sport/Kunst/etc. für die Betreuungsgruppe während eines Jahres)
 - Bildung von Tandems in der Häuslichen Betreuung, so dass Urlaubs- oder Auszeiten für die Nutzer*innen abgedeckt werden können.

Dann kann es besser gelingen, Ehrenamtliche so zu verabschieden, dass sie entweder gerne einmal wiederkommen oder in ihrem Umfeld Werbeträger fürs Ehrenamt im besten Sinne werden.



Teil 7_Feste Ansprech- personen für ehrenamtlich Engagierte

Zur erfolgreichen Gewinnung ehrenamtlich Engagierter für die Mitarbeit in Betreuungsgruppen oder Häuslichen Betreuungsdiensten wurden bisher die Themen *Bedarfsermittlung*, Erstellung von *Aufgabenprofilen*, Entwicklung und Umsetzung einer passenden *Werbestrategie*, Gestaltung einer *Willkommenskultur*, qualifizierte *Begleitung und Anerkennung* sowie *Verabschiedung von Engagierten* beleuchtet.

Damit dies gut gelingen kann, braucht es vor allem *feste, verlässliche Ansprechpersonen*. Menschen, die sich nach einem Ehrenamt umschauen, wünschen sich gleich für den ersten Versuch, dass sie kompetent und freundlich Gehör finden für ihr Anliegen. Dafür sind folgende Dinge wichtig:



- Ansprechpersonen für das Thema Ehrenamt (Koordinator*in Ehrenamt) sollten gut ersichtlich in Flyern, Anzeigen, Presstexten, auf der Träger-Homepage und über die sozialen Medien erkennbar und auffindbar sein.
- Eine interne Klärung, wie mit Anfragen umgegangen wird, ist hilfreich. Nicht immer ist die zuständige Ansprechperson gerade erreichbar.

Umso wichtiger ist es dann, dass trotzdem eine möglichst hohe Verbindlichkeit hergestellt wird. Statt den/die Anrufer*in um einen erneuten Anruf zu einer anderen Zeit zu bitten, ist es besser, die Telefonnummer zu erfragen und einen Rückruf zuzusichern, zu



Eine verlässliche, freundliche Kommunikation ist das A und O bei der Gewinnung von ehrenamtlich Engagierten.

gruppe oder der Einsatzleitung des Häuslichen Betreuungsdienstes im Vordergrund steht, ist der regelmäßige Kontakt zum/zur Koordinator*in Ehrenamt bedeutsam, nicht nur bei Krisen oder Konflikten. Gemeinsam mit den Leitungen hat sie/er das Angebot im Ganzen mit allen beschrie-

klären, ob die Zusendung von Infomaterial erwünscht ist. Für Zeiten, in denen niemand persönlich erreichbar ist, sollte eine freundlich werbende Ansage auf dem eigenen Anrufbeantworter installiert sein.

- Antworten Sie zeitnah und nehmen Sie sich Zeit für den Erstkontakt, denn für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance!
 - Wenn Menschen wissen, wer Sie sind und wie sie Sie erreichen, nehmen sie auch Kontakt auf. Sie kommen allerdings nicht auf Sie zu, wenn nur einer dieser Punkte nicht erfüllt ist. Dann ist es an der Zeit zu prüfen, über welche Wege Interessierte zu Ihnen kommen und ob diese Wege verbessert werden können. (Welche Kontaktmöglichkeiten gibt es? Welche Kanäle nutzt meine Zielgruppe? Welche Kanäle passen zu mir? Welche Schilder weisen den Weg zu uns?)
 - Für Menschen, die sich bereits engagieren, ist eine feste Ansprechperson ebenfalls wichtig. Durch den Erstkontakt und das Erstgespräch entsteht eine besondere Verbindung, die die Basis für ein Ehrenamt bildet. So gibt es durch die Verantwortung der Ansprechperson für all die o.g. Themen immer wieder Kontakt- und Austauschmöglichkeiten, was als fachliche Begleitung beschrieben werden kann. Auch wenn im Alltag die direkte Zusammenarbeit mit der Leitung der Betreuungs-
- gruppe oder der Einsatzleitung des Häuslichen Betreuungsdienstes im Vordergrund steht, ist der regelmäßige Kontakt zum/zur Koordinator*in Ehrenamt bedeutsam, nicht nur bei Krisen oder Konflikten. Gemeinsam mit den Leitungen hat sie/er das Angebot im Ganzen mit allen beschriebenen Themen im Blick und trägt auf Dauer die Verantwortung für den Bestand des Angebotes u.a. durch eine verlässliche, transparente Engagementförderung. Dafür braucht es Begeisterung für das Angebot, denn wenn es der Ansprechperson nicht gelingt, überzeugt und begeistert zu sein, weshalb sollten es dann andere sein und sich ehrenamtlich bei Ihnen engagieren?
 - Die/der Koordinator*in Ehrenamt hat auch die Öffentlichkeitsarbeit im Blick. Hier gilt es u.a., das Angebot für die Zielgruppe sichtbar zu machen sowie an einer Mitarbeit Interessierte zu gewinnen. Oftmals lohnt sich auch ein Blick ins Leitbild, um Bedeutung und Haltung sowie ansprechende Formulierungen zum Thema Ehrenamt zu finden.
 - Den Start in ein befriedigendes Ehrenamt in der Betreuung durch die geforderte Basisqualifikation empfinden manche Interessierte attraktiv, andere als abschreckend. Versuchen Sie, die Vorteile dieser Voraussetzung (Neues kennenlernen ist immer ein Gewinn, Sicherheit gewinnen, eigene Überzeugungen reflektieren, aktuelles Wissen erhalten, u.v.m.) hervorzuheben und sich hinsichtlich der zeitlichen Planung an den Interessierten zu orientieren.
 - »Der Dialog ist ein Abenteuer! Nichts ist bereichernder, aber auch aufregender, als die Begegnung mit anderen Menschen und ihren Gedanken.«
(Kardinal Franz König)

In diesem Sinne noch drei Anmerkungen zu Themen, die immer wieder auftauchen:

- Eine besondere Herausforderung ist es, wenn neue Ehrenamtliche in bestehende Betreuungsgruppen dazukommen. Es ist immer wieder überraschend, aber Gruppendynamik lässt sich nicht aufhalten. Sie ist der Gruppe innewohnend. Begleiten Sie den Prozess fachlich und unaufgeregt.
- Schließen Sie sich mit anderen Trägern vor Ort zusammen und bieten Sie die Basisschulung im jährlichen Wechsel an. Das spart Ressourcen.
- Egal, für welche Form der Anerkennung des Ehrenamtes Sie sich entschieden haben, das Thema Monetarisierung erfordert meines Erachtens nach vor allem Transparenz.

Zum Schluss noch einige Links zum Thema:

- **Freiwilligensurvey** | Bundesministerium für Familien, Senioren, Familien und Jugendliche: www.bmfsfj.de → Themen → Engagement und Gesellschaft → Engagement stärken → Freiwilligensurveys
- **Freiwilliges Engagement** stärkt unsere Gesellschaft: www.sozialministerium.baden-wuerttemberg.de → Soziales → Bürgerengagement
- **Serviceportal** Baden-Württemberg – Bürgerschaftliches Engagement: www.service-bw.de → Hilfe in allen Lebenslagen → Lebensabend → Altersvorsorge und Ruhestand → Bürgerschaftliches Engagement
- Verein für **soziales Leben** e.V.: www.ehrenamt-deutschland.org/baden-wuerttemberg
- **Stadtpass** Ehrenamt: www.service-bw.de/zufi/leistungen/6001633

- **Caritas-Konferenzen** Deutschland e.V.: www.ckd-netzwerk.de → Praxis → Besuchsdienst → Fachbeiträge → Auftrag angenommen
- **Diakonie** – Freiwilliges Engagement: www.diakonie.de → Hilfeportal → Ich möchte helfen
- Hilfe für gute **Werbe-Slogans** (Werbespruch-generator): www.shopify.de → Informationen → Kostenlose Tools → Slogan-Finder
- Unterstützung zum Thema **Anerkennung von Engagement**: www.fokus-ehrenamt.de → Anerkennungskultur
- Hilfreiches zur **interkulturellen Zusammenarbeit**, auch im Ehrenamt: https://brainworker.at/wp-content/uploads/brainworker-Whitepaper_Interkultureller_Methodenkoffer.pdf

Ulrike Traub

Kontakt:

ulrike.traub@ulriketraub.de
www.ulriketraub.de



Alzheimer Gesellschaft
Baden-Württemberg e.V.
Selbsthilfe Demenz

Friedrichstraße 10 | 70174 Stuttgart
www.alzheimer-bw.de