

Wie werbe ich Freiwillige?

Low-budget-Ideen für die Öffentlichkeitsarbeit

Anneke Gittermann

Es muss keine teure Plakatkampagne sein – Sie haben bereits etliche Trümpfe in puncto Öffentlichkeitsarbeit in der Hand, die Sie eigentlich nur auszuspielen brauchen!

Wie wäre es mit folgenden?

Der Gemeindebrief

Gern gelesen, auch von Menschen, die der Kirche nicht so eng verbunden sind. Planen Sie in Ihrem Gemeindebrief eine feste Rubrik ein: „Engagiert! Neues aus dem Ehrenamt“ – in der Sie über das Engagement in der Gemeinde regelmäßig berichten. Damit schlagen Sie gleich zwei Fliegen mit einer Klappe: Sie würdigen die gute Arbeit, die bereits geschieht. Gleichzeitig signalisieren Sie potenziellen neuen Freiwilligen, welche bunte Vielfalt an Möglichkeiten es gibt, sich in Ihrer Gemeinde aktiv einzubringen. Perfekt, wenn am Schluss ein Aufruf steht, dass Interessierte mit ihren Ideen und Lust am Mitmachen immer willkommen sind. Garniert wird das Ganze mit den Kontaktdaten des/der zuständigen Ansprechpartner/in, die natürlich – das versteht sich – auf Anfragen auch zeitnah reagieren muss! Übrigens: Das alles funktioniert natürlich auch in jedem anderen Printmedium – oder Ihrem Newsletter.

Der Schaukasten

Jede Gemeinde hat ihn, aber nicht alle nutzen ihn optimal. Der Schaukasten bietet sich auch für die Suche nach Engagierten an, weil viele Menschen daran vorbeilaufen – und, so er in Wort und Bild schön gestaltet und regelmäßig aktualisiert wird, und gerne hineinschauen. Für die Suche von Ehrenamtlichen empfiehlt sich ein nett gestalteter Aufruf „Mitmachen erwünscht!“ ergänzt um kleine Aufgabenbeschreibungen, die die Bandbreite der Engagement-Möglichkeiten zeigen. Ansprechpartner dazu und – voilà! Wieder eine Chance genutzt!

Ihre Homepage

Die Homepage ist die Visitenkarte der Gemeinde oder Einrichtung im Internet. Gut also, wenn BesucherInnen gleich auf der Startseite erfahren, dass ehrenamtliche Mitarbeit bei Ihnen selbstverständlich und hoch erwünscht ist! Wie wäre es mit einem Menüpunkt „Gutes tun“? Wenn man den anklickt, kommt man zu einem Überblick anhand dessen man gleich erfahren kann, wo man sich überall engagieren kann. Die Kür: wenn diese Tätigkeiten zeitlich überschaubar konzipiert sind – und auch gleich so anschaulich beschrieben werden, dass Interessierte sich ein konkretes Bild davon machen können. Das senkt die Hemmschwelle, Kontakt aufzunehmen. Garantiert!

Ein E-Mail-Anbinder

ist eine kleine, unkomplizierte Möglichkeit, auf Mitmachmöglichkeiten hinzuweisen. Wussten Sie, dass das PS in einem Brief immer ganz besondere Aufmerksamkeit erzeugt (ein „Trick“ im Fundraising, achten

Sie mal drauf!). Warum nicht auch mit einem solchen PS in der E-Mail auf aktuelle Engagementangebote eingehen? Das könnte dann so aussehen:

*Herzliche Grüße
Ihre Pfarrerin Schäfchenhirt*

PS: Fürs diesjährige Krippenspiel suchen wir noch zwei Freiwillige – einen Erzengel für den Satz „Fürchte dich nicht!“ und jemanden mit einem Händchen für die Gestaltung des Einladungs-Plakates. Sollten Sie jemanden kennen, der/die Lust auf eines dieser Kurzzeit-Engagements haben könnte, geben Sie die Information gern weiter!

Der Gottesdienst

Im Gottesdienst nicht nur Ihre Freude über Geldspenden kundzutun (Kollektenankündigung), sondern auch auf die Möglichkeit von *Zeitspenden* hinzuweisen (und das nicht als Allgemeinplatz, sondern so konkret wie möglich!), ist ebenfalls eine gute Möglichkeit, fürs Engagement zu werben. Denn mit den Gottesdienstbesuchern erreichen Sie Menschen, die sich der Kirche verbunden fühlen – sogenannte „warme Kontakte“, wie man im Fundraising sagt. Und der ein oder die andere ist nicht nur selbst potenziell zum Engagement bereit, sondern kennt wieder ganz viele weitere Menschen, für die eine – überschaubare! – Aufgabe durchaus eine Bereicherung sein könnte. Sie sollten diesen MultiplikatorInnen-Pool keinesfalls unterschätzen.

Apropos Schätzen: Klar, dass immer auch ein Danke an all jene, die sich bereits engagieren, dazu gehört!

Persönliche Begegnungen

Studien haben ergeben, dass der Engagement-Grund Nummer 1 nach wie vor lautet: „Ich bin gefragt worden!“. Die persönliche Ansprache ist also am wirkungsvollsten. Wichtig ist es natürlich, nicht drängelnd zu sein – niemand sollte sich zu einem Ehrenamt gezwungen fühlen! Ein Mitmachen aber als *Option* zu eröffnen und zu sagen, „Vielleicht wäre das etwas für Sie? Wir würden uns freuen!“ ist legitim – und wertschätzend. Darüber hinaus ist es sinnvoll, auch im Rahmen normaler Alltagsbegegnungen seine Talente-Antennen aufzustellen – und Menschen mit ihren Begabungen wahrzunehmen und zu entdecken. Ein gutes Signal: Wir sind offen für neue Gesichter und Ideen! Jede/r kann, keine/r muss.

Glückliche Freiwillige – das Ah und Oh

Wenn Sie eine einladende Freiwilligenarbeit machen, das Drumherum stimmig und wertschätzend ist und die Ehrenamtlichen merken, dass sie mit ihrem Engagement etwas Sinnvolles bewegen und gestalten können – ja, dann haben Sie zufriedene Freiwillige, die das auch weiter tragen und erzählen! Das wirkt wie ein Magnet auch auf andere. Etwas Besseres kann Ihnen in Ihrer Einrichtung oder Gemeinde nicht passieren!