

Wolfgang Krell

Freiwilligen-Agenturen – Entwicklungsagenturen für bürgerschaftliches Engagement

1. Einführung

Immer wieder hört man die Aussage, dass sich bürgerschaftliches Engagement verändert. Zwar werden viele dem zustimmen, aber wo genau und wie sich etwas verändert hat, das bleibt in der Regel offen.

Einerseits: Es hat sich etwas verändert, denn es gibt im Vergleich zu früher immer mehr projektbezogenes und kurzfristiges Engagement. Viele Vereine berichten außerdem von einer deutlich geringeren Bereitschaft sich für eine Führungsposition, zum Beispiel die eines Vorstandes zur Verfügung zu stellen.

Andererseits: Mehr als 90 Prozent der aktiven Bürgerinnen und Bürger engagieren sich mindestens einmal in der Woche und das im Durchschnitt seit über zehn Jahren. Vereine und Kirchengemeinden sind dabei weiterhin die wichtigsten Organisationsformen des Engagements. Aber die Bürgerinnen und Bürger wollen mehr Informationen über die Möglichkeit, sich zu engagieren und sie wünschen sich klare Rahmenbedingungen für ihr Engagement. Mehr Mitsprache, mehr Mitgestaltung und mehr Mitverantwortung sind außerdem wesentliche Wünsche der Bürgerinnen und Bürger (vgl. BMFSFJ 2010).

In den letzten Jahren wurde in der politischen Diskussion die „Bürgergesellschaft“ ein immer wichtiger werdender Begriff. Er ist übernommen aus dem Englischen von „civil society“, wird aber in Deutschland in vielen Varianten benutzt und ist deshalb nicht ganz eindeutig. Hier soll Bürgergesellschaft in einem Dreieck von Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft gesehen werden: „Bürgergesellschaft beschreibt das Ideal einer Gesellschaft, in der sich Bürgerinnen und Bürger aktiv einbringen und in den Teilfunktionen Staat, Markt und Zivilgesellschaft gestalterisch mitwirken. Zivilgesellschaft dagegen beschreibt eine durch Selbstermächtigung und Selbstorganisation definierte und insbesondere durch bürgerschaftliches Engagement geprägte gesellschaftliche Teilfunktion, die dem Staat und Markt gleichrangig ist“ (Strachwitz 2003, 23). Diese Definition kann auch auf die

Ebene der Kommunen übertragen werden, denn gerade die Kommunen gelten als der eigentliche Ort des bürgerschaftlichen Engagements.

Seit dem Internationalen Jahr der Freiwilligen 2001, der Enquête - Kommission des Deutschen Bundestages und dem inzwischen dreimal durchgeführten Freiwilligen survey haben sich Veränderungen in der öffentlichen Wahrnehmung von bürgerschaftlichem Engagement vollzogen. Sowohl in sozialen Einrichtungen wie auch bei Kommunen ist eine größere Offenheit für engagierte Bürgerinnen und Bürger zu verzeichnen. Von hauptamtlichen Mitarbeitern werden sie nicht mehr nur als Laien gesehen, die den beruflichen Arbeitsplatz gefährden. Für die Kommunen sind sie nicht mehr nur Kritiker von Verwaltung und Kommunalpolitik. In der Öffentlichkeit wird zunehmend das Engagement von Bürgerinnen und Bürgern positiv gewürdigt. Bürgerschaftliches Engagement in Verbänden und Vereinen, in Initiativen, in Projekten im Stadtteil oder im Dorf wird als ein wichtiger Faktor anerkannt, der dazu beiträgt das soziale Klima in der Kommune und der Region noch weiter zu verbessern.

Eine Bürgerkommune zu gestalten, heißt dabei nicht nur mehr Partizipation von Bürgerinnen und Bürgern zu ermöglichen. Für die Kommunen heißt dies vor allem, öffentliche Aufgaben neu zu bestimmen und neu auszuhandeln und das Engagementpotential der Bürgerinnen und Bürger systematisch einzubeziehen (vgl. Olk o.J., a). Dazu sind in den letzten Jahrzehnten sehr vielfältige Formen von so genannten „Infrastruktureinrichtungen der Förderung des bürgerschaftlichen Engagements“ entstanden.

2. Infrastruktureinrichtungen der Förderung des bürgerschaftlichen Engagements (BE)

Seit etwa 30 Jahren lässt sich in Deutschland die Entwicklung eines neuen Typs von Infrastruktur beobachten. Es handelt sich dabei um „Anlaufstellen zur Engagementförderung im lokalen Raum“, die sich „als Plattform und soziale Orte für engagierte und engagementinteressierte Bürger/-innen sowie für Organisationen, die mit Engagement befasst sind“ verstehen (Jakob, Röbbke 2010, 3).

Infrastruktureinrichtungen der BE-Förderung schaffen mit der Förderung, Sicherung und dem Ausbau von bürgerschaftlichem Engagement soziales Kapital (vgl. Seubert 2011, 40). Damit entsteht mehr soziale Bindung und lokale Gemeinschaft, was wiederum zu mehr Lebensqualität führt.

Aus der Praxis heraus oder aber durch Modellprogramme des Bundes haben sich in vielen Kommunen unterschiedliche Formen engagementfördernder Infrastruktureinrichtungen entwickelt. Deren übergreifendes Ziel ist die Förderung des bürgerschaftlichen Engagements. Sie unterscheiden sich aber hinsichtlich ihrer Adressatengruppen, ihres fachlichen Profils und ihres Entwicklungsstandes deutlich voneinander (vgl. Enquête-Kommission 2002,

298). Unter den Begriff dieser Infrastruktureinrichtungen fallen Freiwilligen-Agenturen, Seniorenbüros, Selbsthilfekontaktstellen, Lokale Bündnisse für Familie, Mehrgenerationenhäuser und Bürgerstiftungen. Es können aber auch kommunale Anlaufstellen, Stadtteilbüros, Nachbarschaftshäuser, Soziokulturelle Zentren, Lokale Agenda-21-Initiativen, Mütter-Zentren und Familien-Zentren sein. Es hat sich mittlerweile „eine vielfältige Landschaft“ dieser Infrastruktureinrichtungen „herausgebildet, die träger- und zielgruppenübergreifend tätig sind“ und die sich „je nach den lokalen Gegebenheiten und abhängig von finanziellen und personellen Rahmenbedingungen erheblich voneinander unterscheiden“ (Jakob, Röbbke 2010, 12–14). „Aufgabe der Infrastruktureinrichtungen (...) ist, Bürgerengagement und Bürgerbeteiligung anzuregen, zu fördern, zu koordinieren und zu vernetzen“ (Jakob, Röbbke 2010, 291).

3. Was ist eine Freiwilligen-Agentur?

Freiwilligen-Agenturen sind eine Form der Infrastruktureinrichtungen der BE-Förderung. Die Namen dieser Einrichtungen sind je nach Träger und Entstehen unterschiedlich, sie heißen auch Freiwilligen-Zentrum (vor allem im Caritasverband), Freiwilligenbörsen, Ehrenamtsagentur, Treffpunkt Ehrenamt, usw.

Sie unterscheiden sich von den anderen Infrastruktureinrichtungen in der Regel dadurch, dass sie

- ein umfassendes Leistungsspektrum zur Förderung des bürgerschaftlichen Engagements aufweisen,
- freiwilliges Engagement in allen Bevölkerungsgruppen (unabhängig von Alter und sozialer Herkunft) fördern,
- bereichsübergreifend in allen Gebieten bürgerschaftlichen Engagements aktiv sind und
- trägerneutral arbeiten (vgl. Ebert, Hartnuß, Rahn, Schaaf-Derichs 2002, 105).

Die Trägerschaft der Freiwilligen-Agenturen ist sehr unterschiedlich: Träger sind sowohl Kommunen, Landkreise, Wohlfahrtsverbände oder eigens gegründete Vereine.

Freiwilligen-Agenturen haben in der Zielsetzung der Bürgerkommune eine zentrale Stelle im Dreieck von Stadt, Wirtschaft und Bürgerschaft (Abbildung 1). Sie können hier eine vermittelnde Rolle einnehmen und die verschiedenen Positionen in diesem Dreieck zueinander in Beziehung setzen. Diese Zielsetzung entspricht einer sehr anspruchsvollen Aufgabenbeschreibung für eine Freiwilligen-Agentur, wobei es konkret um eine immer wieder neu auszutarierende Rolle in der Kommune geht. Notwendig dafür

sind eine entsprechende und gesicherte Ausstattung sowie die offene Kooperation mit allen Beteiligten. Dann können Freiwilligen-Agenturen „eine wichtige Rolle als Katalysatoren und Brückenbauer, die durch ihre Zusammenarbeit vor Ort Unternehmen, zivilgesellschaftliche Vereine und öffentlich Institutionen zu innovativen Projektkooperationen ermutigen und hierbei wichtige Aufgaben des Netzwerkmanagements übernehmen“, spielen (BBE 2007, 31).

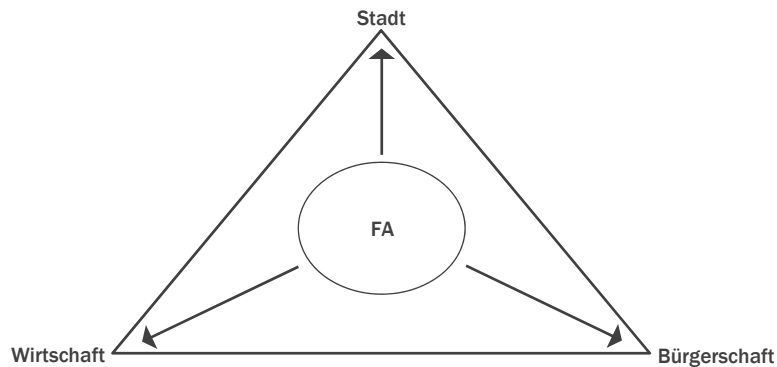


Abb. 1: Freiwilligen-Agentur (FA) in der Bürgerkommune;
Quelle: eigene Darstellung

Freiwilligen-Agenturen sollten ein Abbild des Spannungsdreiecks der Bürgerkommune sein und müssen immer wieder versuchen, sich in der Mitte zu positionieren. Dies gilt für die Zusammenarbeit mit den jeweiligen Partnern aus allen drei Bereichen, aber auch für die Finanzierung von Freiwilligen-Agenturen und die jeweiligen Zielperspektiven in den einzelnen Projekten.

In den Diskussionen um die „Bürgergesellschaft“ wurde in den letzten Jahren deutlich, dass es viele gesellschaftliche Probleme gibt, bei denen Staat und/oder Wirtschaft allein keine befriedigende Lösung finden. Insbesondere im sozialen Bereich verstärkte sich auch der Ruf nach Empowerment, Betroffenenbeteiligung und Sozialraumorientierung, das heißt hier wurde auch ein sozialer Innovationsbedarf aufgrund der Fachdiskussion festgestellt. Die Forderung geht hin zu einer Ko-Produktion im sozialen Bereich, bei der Stadtverwaltung, Wirtschaft und freie Träger als Dienstleistungsunternehmen, aber eben auch Initiativen von und engagierte Bürgerinnen und Bürger selbst beteiligt sind. In vielen konkreten Projekten lässt sich belegen, dass dieser Gemeinwohlmix bessere Lösungen schafft als eine rein kommunale Problembearbeitung und eine reine dienstleistungsbezogene Übertragung auf andere Träger.

Gerade die Vernetzung der verschiedenen Beteiligten im konkreten Sozialraum ist ein entscheidendes Moment für einen neuen Ansatz zur Lösung

von gesellschaftlichen Problemen. Dahinter steht der Gedanke der Bürgergesellschaft, mit einer neuen Kooperation von Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft (vgl. Olk o. J., b).

4. Entstehungsgeschichte von Freiwilligen-Agenturen

Das erste Freiwilligen-Büro („Bureau of Volunteer Service“) wurde bereits 1919 in Minneapolis in USA gegründet, um die Menschen wiedereinzugliedern, die aus dem Kriegsdienst zurückkamen (Points of Light, o. J., 2). 1933 existierten in den USA bereits 28 dieser Freiwilligen-Büros und 1950 konnten in USA und Kanada insgesamt 81 solcher Einrichtungen festgelegt werden. Ein nationaler Verband der Freiwilligen-Büros wurde in den USA 1951 gegründet (Ellis, 1989,1). Die englische Bezeichnung „Volunteer Center“ wurde in den 1970er Jahren eingeführt und setzte sich dann im Lauf der 1980er Jahr durch (Points of Light, o.J.,5).

In Europa entstanden die ersten Einrichtungen dieser Art in England (1964) und später dann in den Niederlanden (1972). Beide Länder gelten als die Vorreiter für die Arbeit der Freiwilligen-Agenturen in Europa (Van den Bos 2008, 5).

Freiwilligen-Agenturen sind in Deutschland eine „relativ junge Organisationsform“ (Backhaus-Maul, Speck 2011, 302). Die erste Freiwilligen-Agentur wurde 1980 in München eröffnet und hieß damals noch „Münchener Helfer Information“. Sie wurde von der Stadt München nach dem Vorbild eines Volunteer Centres in der Partnerstadt Edinburgh aufgebaut. Unter dem jetzigen Namen „Freiwilligen-Agentur Tatendrang“ besteht sie weiterhin als älteste Freiwilligen-Agentur Deutschlands. 1988 folgte die Berliner Freiwilligen-Agentur „Treffpunkt Hilfsbereitschaft“. Der Gründungsboom der Freiwilligen-Agenturen begann erst Mitte der 1990er Jahre, als auch durch die Wohlfahrtsverbände Freiwilligen-Agenturen aufgebaut wurden. Daraufhin entstanden sehr schnell sehr viele Freiwilligen-Agenturen in ganz Deutschland (vgl. Kamlage 2008, 7f.).

Die Entwicklung ist jedoch in den einzelnen Bundesländern sehr unterschiedlich verlaufen. Auch mussten einige Freiwilligen-Agenturen aufgrund von Finanzierungsproblemen wieder schließen. Für die Pioniere unter den Freiwilligen-Agenturen war „die Auseinandersetzung mit etablierten Organisationen und trägen Institutionen ein zentrales Gründungsmotiv“ (Backhaus-Maul, Speck 2011b, 302 ff). 1998 gründete sich die Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligen-Agenturen „bagfa“ und seitdem gibt es auch Landesarbeitsgemeinschaften der Freiwilligen-Agenturen, so genannte „lagfas“.

Auch wenn die Freiwilligen-Agenturen – im Gegensatz zu anderen Infrastruktureinrichtungen der BE-Förderung – bisher noch durch kein Bundesmodellprogramm gefördert wurden, haben sie sich seit dieser Zeit kontinuierlich weiterentwickelt und ihre Zahl ist weiterhin gewachsen. Derzeit

bestehen in Deutschland ca. 400 Freiwilligen-Agenturen. In einzelnen Bundesländern wird in den nächsten Jahren wohl eine Flächendeckung bei den kreisfreien Kommunen und Landkreisen erreicht werden.

Die aktuelle Lage ist gekennzeichnet von einem weiterhin stetigen Wachstum an Freiwilligen-Agenturen, aber auch von einer bei vielen dieser Einrichtungen mangelnden Ausstattung an Ressourcen. Die Heterogenität zeigt sich sowohl bei der Finanz- wie auch bei der Personalausstattung (vgl. Backhaus-Maul, Speck 2011a, 305).

Wenn die Freiwilligen-Agenturen die anspruchsvolle Rolle ausfüllen wollen, die sie sich selber setzen und die ihnen auch von anderen vorgegeben wird, dann muss auch die Ausstattung mit Personal und Finanzen entsprechend vollzogen werden. Eine gemeinsame Basisfinanzierung durch Bund, Länder und Kommune ist bereits seit langem eine bisher nicht erfüllte Forderung der Netzwerke der Freiwilligen-Agenturen. Den Freiwilligen-Agenturen „gelingt es trotz ... ihrer defizitären Ressourcenausstattung sowie der restriktiven institutionellen Rahmenbedingungen“ ihr „Potenzial ... bisweilen wirkungsvoll zur Geltung zu bringen“ (Backhaus-Maul, Speck 2011b, 287/288). Deshalb bleibt deren Zukunft in Deutschland „auf jeden Fall riskant“ (Backhaus-Maul, Speck 2011b, 288), aber auch spannend.

5. Aufgaben und Angebote einer Freiwilligen-Agentur

In den letzten Jahren hat sich das Profil von Aufgaben und Angeboten einer Freiwilligen-Agentur deutlich entwickelt. Ob die jeweilige örtliche Freiwilligen-Agentur dieses Profil auch ausfüllen kann, ist abhängig von der Ausstattung an Personal und Finanzen wie auch davon, wie lange eine Freiwilligen-Agentur schon besteht und welchen Grad an lokaler Vernetzung sie schon erarbeiten konnte.

Grundsätzlich ist das Profil einer Freiwilligen-Agentur wesentlich breiter angelegt als nur die Vermittlung von interessierten Bürgerinnen und Bürgern in ein freiwilliges Engagement („Vermittlungsagentur“). Die Aufgabe einer Freiwilligen-Agentur besteht vielmehr in der Arbeit als „Entwicklungsagentur und Kompetenzzentrum für bürgerschaftliches Engagement“.

Abbildung 2 zeigt auf, in welchen Bereichen Freiwilligen-Agenturen aktiv sind. Die Aufgaben von Freiwilligen-Agenturen lassen sich mit den folgenden Stichpunkten beschreiben:

- Engagementberatung
- Beratung von Organisationen
- Fortbildung
- Projektarbeit
- Qualitätsentwicklung
- Lobbyarbeit

Als konkrete Arbeitsformen sind daneben die Öffentlichkeitsarbeit und die Netzwerkarbeit zu benennen, die in allen sechs Arbeitsbereichen die Arbeit von Freiwilligen-Agenturen unterstützen und ermöglichen.

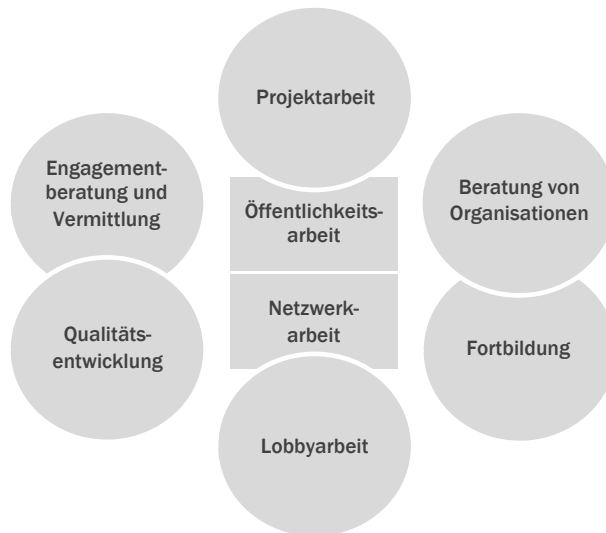


Abb. 2: Aufgaben einer Freiwilligen-Agentur; Quelle: lagfa bayern 2008, 39

5.1 Engagementberatung

Freiwilligen-Agenturen informieren und beraten auf neutrale Weise interessierte Bürger/innen über Engagementmöglichkeiten im lokalen Umfeld. Bei einem persönlichen Gespräch werden die Wünsche und Möglichkeiten der Interessierten ausgelotet wie auch die verschiedenen Engagementmöglichkeiten dargestellt. Die Bürger/innen werden dann in eine passende Einsatzstelle vermittelt, wo sie im Rahmen der dortigen Freiwilligen-Koordination begleitet werden. Die Interessierten erhalten außerdem Informationen über Rahmenbedingungen für ihren Einsatz als Freiwillige. Die lokalen Einsatzstellen sind in Form eines Verzeichnisses oder einer Datenbank in der Freiwilligen-Agentur gespeichert und können für die Engagementberatung abgerufen werden.

5.2 Beratung von Organisationen

Die Initiativen und Organisationen, die in der Regel gemeinnützige oder gemeinwohlorientiert sein müssen, bilden das Gegenüber der Engagementberatung. Diese Organisationen, die mit Freiwilligen arbeiten oder an deren

Einsatz interessiert sind, können sich zuallererst als mögliche Einsatzstelle für die Engagementberatung bei der Freiwilligen-Agentur melden und erhalten dann Interessierte vermittelt, die sich ein Engagement in genau ihrer Organisation vorstellen können.

Freiwilligen-Agenturen unterstützen diese Initiativen und Organisationen aber auch bei einer effektiven Freiwilligen-Koordination, denn sie haben natürlich Interesse daran, dass die vermittelten Freiwilligen dort auch gut aufgehoben sind. Im Umgang mit Freiwilligen, den notwendigen Rahmenbedingungen für bürgerschaftliches Engagement und in der Freiwilligen-Koordination beraten die Freiwilligen-Agenturen die Initiativen und Organisationen und begleiten die in den letzten Jahren immer mehr vorhandenen Freiwilligen-Koordinator/innen. Wenn neue Initiativen entstehen oder Organisationen erstmalig darangehen, mit Freiwilligen zu arbeiten, vermitteln Freiwilligen-Agenturen das notwendige Rüstzeug für die Freiwilligen-Koordination. Bürger/innen, die neue Ideen umsetzen wollen, werden in der Projektplanung und -umsetzung unterstützt.

5.3 Projektarbeit

Neue Ideen und Ansätze, die lokale Problemlagen bearbeiten, werden von den Freiwilligen-Agenturen gemeinsam mit Freiwilligen und lokalen Partnern umgesetzt und innovative Projekte gestartet.

Dabei werden einerseits – im Sinne von Bürgerstadt – bewusst neue Formen der Kooperation von Kommune, Wirtschaft und Bürgerschaft geschaffen. Dazu gehört die Kooperation mit der Wirtschaft wie zum Beispiel *Soziale Tage für Unternehmen* oder der *Marktplatz Gute Geschäfte*. Es werden aber auch Patenprojekte organisiert, wie zum Beispiel Schülerpaten, die Hauptschüler/innen bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz unterstützen (Kooperation Schule – Ausbildungsbetriebe – Bürgerschaft) oder Sozialpaten, die Menschen in finanziellen Notlagen helfen (Kooperation Schuldnerberatung – Sozialamt – Bürgerschaft).

Andererseits werden neue Zielgruppen in den Blick genommen, wie zum Beispiel Jugendliche, Menschen mit Behinderung, Senioren oder neue Formate des bürgerschaftlichen Engagements wie der Freiwilligendienst aller Generationen umgesetzt.

5.4 Qualitätsentwicklung

Mit ihrer Arbeit fördern die Freiwilligen-Agenturen die Qualität von bürgerschaftlichem Engagement. Sie informieren und beraten über die notwendigen Rahmenbedingungen für bürgerschaftliches Engagement. Sie diskutieren Standards im Bereich des Engagements sowohl für die Freiwil-

ligen wie auch für die Organisationen. Sie sammeln bewährte Erfahrungen im bürgerschaftlichen Engagement und informieren ihre Partner dazu. Gemeinsam mit den Freiwilligen und Organisationen, die mit Freiwilligen arbeiten, wollen die Freiwilligen-Agenturen die Bedingungen für das Engagement ständig verbessern.

5.5 Fortbildung

Freiwilligen-Agenturen bieten Fortbildungen für Freiwillige an, wobei dies Einführungskurse in das Engagement, Schulungen für bestimmte Projekte (zum Beispiel Lesepaten, Familienpaten) oder auch zu speziellen Themen wie zum Beispiel Kompetenzbilanzen im Engagement sein können. Informationen zu Rahmenbedingungen des Engagements (zum Beispiel Versicherung, Steuerfragen) werden sowohl für Freiwillige wie auch für Verantwortliche in Organisationen angeboten. Eine besondere Zielgruppe der Freiwilligen-Agenturen sind auch die beruflichen oder freiwilligen Freiwilligen-Koordinator/innen in den Initiativen und Organisationen. Sie sind die engen Partner in den Einsatzstellen und gemeinsam mit ihnen werden der Erfahrungsaustausch und die Kompetenzvermittlung zu diesem Arbeitsfeld vorgebracht.

5.6 Lobbyarbeit

Freiwilligen-Agenturen treten öffentlich für bürgerschaftliches Engagement ein. Sie steigern die öffentliche Aufmerksamkeit und Anerkennung für bürgerschaftliches Engagement. Sie mischen sich in die öffentliche und (kommunal-)politische Diskussion ein und vertreten die Interessen von freiwillig engagierten Bürger/innen. Sie treten dafür ein, dass sich die Rahmenbedingungen für das Engagement in einer Kommune verbessern. Gemeinsam mit ihren Partnern aus der Zivilgesellschaft, den Initiativen, Verbänden und Organisationen und der Kommune organisieren sie Aktionen, die sowohl Information über Engagementmöglichkeiten anbieten wie auch die Leistungen von Freiwilligen aufzeigen. Beispiele dafür sind Freiwilligen-Messen, Freiwilligentage und Engagementbörsen. Gerade auch von kleineren Organisationen wird das Angebot der Zusammenarbeit mit den Freiwilligen-Agenturen genützt, da sie alleine solche Aktionen nicht durchführen könnten.

5.7 Öffentlichkeitsarbeit

Um die benannten Aufgaben zu erfüllen, ist Öffentlichkeitsarbeit eine ganz wesentliche Funktion in einer Freiwilligen-Agentur. Information über Engagementmöglichkeiten, Werbung für freiwilliges Engagement, Berichterstattung über die unterschiedlichen Projekte und den damit gewonnenen Erfahrungen sind Teil dieses Arbeitsbereiches.

Dazu gehören die klassische Medienarbeit mit Presse, Rundfunk und (Lokal-)Fernsehen wie auch Aktionen zur öffentlichen Darstellung von bürgerschaftlichen Engagement und zur Anerkennung für die Freiwilligen. Das Internet wird immer mehr genutzt, so dass hier die Information über Engagementmöglichkeiten und die Aktionen auch veröffentlicht werden muss. Dabei entsteht ein Bezug zu neuen Formen des „Online-Volunteering“, des freiwilligen Engagements über das Internet.

5.8 Netzwerkarbeit

Die Freiwilligen-Agentur ist Partner der Bürgerinnen und Bürger, der Verbände und Initiativen, des lokalen Netzwerkes und der Kommune bzw. Region zu allen Fragen des bürgerschaftlichen Engagements. In der Netzwerkarbeit bringen Freiwilligen-Agenturen unterschiedliche Partner aus Kommune, Wirtschaft und Bürgerschaft zusammen und organisieren gemeinsam den Austausch und die Kommunikation untereinander. Dabei respektieren sie die unterschiedlichen Kompetenzen und Zuständigkeiten ihrer Partner. Die Förderung des bürgerschaftlichen Engagements bildet dabei immer das Ziel der Zusammenarbeit. Ohne Hierarchie und in Offenheit für neue Netzwerk-Partner schaffen die Freiwilligen-Agenturen damit eine lokale Plattform, um gemeinsam neue Projekte, neue Aktionsformen und neue Kooperationen zwischen den Partnern und unter Einbezug von engagierten Bürger/innen zu organisieren. Damit gelingt es sozialräumliche und lebensnahe Lösungen für lokale Probleme gemeinsam zu erarbeiten. Dieses breite Aufgabenprofil stellt besondere Anforderungen an die freiwilligen und beruflichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einer Freiwilligen-Agentur. Aufgrund der Vielfältigkeit gibt es keine Profession, die von vorneherein prädestiniert ist für die Arbeit in einer Freiwilligen-Agentur. Im Bereich Beratung ist sozialarbeiterisches Wissen notwendig, in anderen Feldern wie Öffentlichkeitsarbeit oder der Kooperation mit der Wirtschaft kommen eher andere Interessenten mit Abschlüssen aus dem Medien- und Kommunikationsbereich, aus Wirtschaft oder Sozialwirtschaft zum Zuge. Ohne freiwillige Mitarbeiter/innen ist eine Freiwilligen-Agentur - auch aus dem eigenen Selbstverständnis heraus - nicht vorstellbar. Deshalb werden die vielfältigen Anforderungen zum Teil nicht allein von beruflichen Mitarbeiter/innen erfüllt, sondern eben auch von Freiwilligen mit ihren spezifischen Kompetenzen.

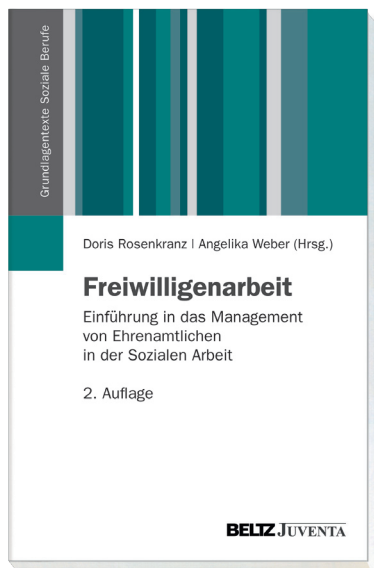
6. Was kann ich von einer Freiwilligen-Agentur erwarten?

- **Als Bürger/in.** Sie erhalten aktuelle Information und Beratung zu den lokalen Möglichkeiten des Engagements. Außerdem berät und unterstützt Sie die Freiwilligen-Agentur in Fragen des Projektmanagements, wenn sie eigene Ideen verwirklichen wollen. Von der Freiwilligen-Agentur erhalten Sie außerdem aktuelle Informationen zu Fortbildungsangeboten, zu Aktionen und Veranstaltungen zur Information und Anerkennung von bürgerschaftlichem Engagement.
- **Als Organisation.** Wenn Sie Ihre Organisation als Einsatzstelle in der Freiwilligen-Agentur gemeldet haben, bekommen Sie interessierte Bürger/innen für einen Einsatz vermittelt, die sich besonders von den Zielen und Aufgaben Ihrer Organisation angesprochen fühlen. Diese Freiwilligen sind bereits informiert über Ihre Organisation und haben sich bewusst für Sie entschieden.
Die Freiwilligen-Agentur unterstützt Sie bei der Freiwilligen-Koordination in Ihrer Organisation und berät Sie zu Vorgehensweisen bei Gewinnung, Auswahl, Ausbildung und Fortbildung, Begleitung, Anerkennung und Verabschiedung von Freiwilligen.
Sie können sich gemeinsam mit der Freiwilligen-Agentur mit anderen Fach-Kolleg/innen vernetzen und austauschen und können bei gemeinsam organisierten Projekten und Aktionen mitmachen. Dadurch können Sie neue Kontakte zu anderen Organisationen, zur Kommune und zu Wirtschaftsunternehmen erhalten.
- **Als Kommune.** Freiwilligen-Agenturen bieten der kommunalen Verwaltung die Vernetzung mit gemeinnützigen Organisationen und Einrichtungen, mit neuen Initiativen und mit engagierten Bürger/innen. Gemeinsam mit diesen Partnern und der Kommune können aktuelle Problemlagen bearbeitet werden – unter Einbezug von bürgerschaftlichem Engagement. Kommunen erhalten außerdem Unterstützung bei der Öffnung der Verwaltung, um mehr Bürgerengagement und Bürgerbeteiligung zu ermöglichen. Aus ihrer Erfahrung mit bürgerschaftlichem Engagement unterstützen sie die Kommunen bei der lokalen Engagementpolitik und der Anerkennung des bürgerschaftlichen Engagements.

7. Fazit

Freiwilligen-Agenturen sind in Deutschland noch eine relativ junge Einrichtungsform. Ständig werden weitere Freiwilligen-Agenturen gegründet und die bestehenden entwickeln ihr fachliches Profil weiter. Die finanzielle

Ausstattung viele Freiwilligen-Agenturen ist an vielen Orten noch sehr prekär, doch zeigen sie in den Kommunen beispielhaft mit vielfältigen Projekten und Aktionen, wie sinnvoll und sinnstiftend bürgerschaftliches Engagement ist. Freiwilligen-Agenturen haben als Entwicklungsagenturen und als Kompetenzzentren für bürgerschaftliches Engagement einen wesentlichen Anteil an der zukünftigen Gestaltung der Bürgergesellschaft und der nachhaltigen Bürgerkommune.



Doris Rosenkranz / Angelika Weber (Hrsg.)

Freiwilligenarbeit

Einführung in das Management von Ehrenamtlichen in der Sozialen Arbeit

Grundlagentexte Soziale Berufe

2., aktualisierte Auflage 2012

296 Seiten, broschiert

€ 26,95

ISBN 978-3-7799-1959-9

Immer mehr Menschen möchten sich ehrenamtlich engagieren und mit ihrem Wissen und Können zum Gemeinwohl beitragen. Gleichzeitig erlebt das Ehrenamt zurzeit einen grundlegenden Wandel, auf den Soziale Dienste und Einrichtungen, die mit Ehrenamtlichen arbeiten (möchten), engagieren müssen. Die professionelle Gestaltung der Integration von Freiwilligen wird damit zu einer zentralen Aufgabe für die Soziale Arbeit.

Damit es zu einer gelingenden Zusammenarbeit von Hauptamtlichen und Ehrenamtlichen kommen kann, sind umfassende Kenntnisse und angemessenes Handwerkszeug zum Freiwilligenmanagement notwendig.

Das vorliegende Buch greift zentrale Ansätze für praxisorientierte Lösungen auf und bietet Instrumente insbesondere für die Verantwortlichen in der Sozialen Arbeit.

Aus dem Inhalt:

Freiwilligenarbeit in der Sozialen Arbeit zwischen Tradition, Homöopathie und Zukunftsaufgabe

Freiwilligenmanagement zwischen Engagementpolitik und Praxis vor Ort
Das Ehrenamt und die Freie Wohlfahrtspflege

Management der Freiwilligenarbeit

Wie entsteht soziales Engagement und wie wird es aufrechterhalten?
Die Notwendigkeit einer gezielten Engagementplanung in der Wohlfahrtspflege

Freiwilligen-Management

Perspektive Strategisches Freiwilligenmanagement

Freiwilligen-Agenturen – Entwicklungsagenturen für bürgerschaftliches Engagement

Gezielte Öffentlichkeitsarbeit im Ehrenamt

Chancen für social media in der Freiwilligenarbeit

Freiwilligenmanagement und Qualitätssicherung

Evaluation im Freiwilligenmanagement

Konfliktpotenziale und erfolgreiches Konfliktmanagement

Rechtsfragen des Ehrenamts

Bürgerstiftungen und Ehrenamt

Neue Formen der Vernetzung zwischen Unternehmen und Gemeinwohlorganisationen

Die Organisation in der Praxis

Die Praxis des Corporate Volunteering

Engagementförderung und Freiwilligenmanagement im kommunalen Aufgabenfeld

Warum es im Bürgerschaftlichen Engagement ohne Netzwerkarbeit nicht geht
Gruppendiskussionen als professionelle Methode im Freiwilligenmanagement

Studierende engagieren sich im gemeinnützigen Bereich

Ein Praxismodell ehrenamtlicher Sozialarbeit in der Jugendhilfe

Volunteers in der Hospizarbeit

Volunteerism in Europe

Freiwillige in der Sozialen Arbeit – Volunteering in den USA



Bestellcoupon

Ich/wir bestellen von Beltz Juventa

___ Expl. Doris Rosenkranz / Angelika Weber (Hrsg.)
Freiwilligenarbeit
2. Auflage; € 26,95; ISBN 978-3-7799-1959-9

Bitte senden Sie mir regelmäßig Informationen über neue Beltz Juventa-Bücher per E-Mail

Meine Anschrift:

.....
.....

E-Mail:

X

Datum/Unterschrift

Mit Beiträgen von:

- Kaspar Apfelböck
- Gabriele Bartsch
- Thomas Beyer
- Christiane Biedermann
- Hans-Werner Bierhoff
- Andreas Bönnte
- Steffen Deeg
- Egon Endres
- Patricia Fischer-Martin
- Uli Glaser
- Edmund Görtler
- Thomas Kegel
- Wolfgang Krell
- Burkhard Küstermann
- Brigitte Limbeck
- Ralf Nachtmann
- Matthias Naleppa
- Josef Raischl
- Erika Regnet
- Thomas Röbbke
- Doris Rosenkranz
- Piotr Sadowski
- Michael Thiess
- Angelika Weber
- Bud A. Willim
- Gerlinde Wouters



Bitte richten Sie Ihre Bestellung an

RML Rhenus Medien Logistik GmbH & Co. KG
Justuts-von-Liebig-Str. 1
86899 Landberg am Lech
Tel. 08191/97000-622
Fax: 08191/97000-405
E-Mail: bestellung@beltz.de