

„Gemeinsam geht's einfacher“ – „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ und die Universität Greifswald arbeiten zusammen

Die Unterstützung und Wertschätzung des Ehrenamtes sind im Landkreis Vorpommern-Greifswald ein wichtiges Thema. Mit seinen insgesamt 138 Gemeinden und seiner enormen Fläche ist er der drittgrößte Landkreis Deutschlands.¹ Viele Menschen engagieren sich hier in den unterschiedlichen Bereichen der Gesellschaft und tragen maßgeblich dazu bei, dass das Leben im Landkreis von hoher Qualität ist und bleibt. Unter anderem, um diesem Engagement gerecht zu werden und Ehrenamtliche möglichst optimal unterstützen zu können, wird in unterschiedlichen Bereichen mit der Universität Greifswald zusammengearbeitet. Auf diese Weise ist es möglich, die Studierenden für das Thema zu sensibilisieren und ihnen die Bedeutung des Ehrenamtes zu vermitteln. Teilweise sind sie bereits ehrenamtlich engagiert oder können möglicherweise durch den Kontakt mit dem Thema dazu motiviert werden.

Im Sommersemester 2021 wurde daher gemeinsam mit dem Master of Arts der Organisationskommunikation ein Seminar realisiert. Die Teilnehmer untersuchten verschiedene Zielgruppen und analysierten deren Wünsche, Ziele und Bedürfnisse, um die Arbeit der Projektmitarbeiterinnen zu unterstützen. Am Ende der Vorlesungszeit präsentierten sie ihre Ergebnisse in einer Videokonferenz und stellten sie dem Landkreis im Anschluss zur Verfügung.

Die Zusammenarbeit mit der Universität Greifswald

In der Arbeit der einzelnen Verbundprojekte werden unterschiedliche Schwerpunkte in Bezug auf die Tätigkeit der Mitarbeiter gesetzt. Eine der Hauptaufgaben des Landkreises Vorpommern-Greifswald ist die Zusammenarbeit mit der Universität Greifswald. Wie bereits erwähnt wurde, ist die Sensibilisierung der Studenten für das Ehrenamt in der Region ein wichtiger Pfeiler der Zusammenarbeit mit der Universität Greifswald. Es wurden in diesem Zusammenhang bereits verschiedene Beiträge auf der Onlineplattform des „Nova Innovationscampus“², einer Initiative von Studenten bzw. ehemaligen Studenten der Universität Greifswald, gepostet. Im digitalen Bereich der studentischen Medien „moritz.medien“³, dem „webmoritz“³, wurden ebenfalls Artikel zur Arbeit der Ehrenamtskoordinatorinnen veröffentlicht. Weiterhin war es möglich, ein studentisches Praktikum zu realisieren und einer Stu-

Von Nele Hartleben,
Landkreis Vorpommern-Greifswald

dentin des Bachelor of Arts Kommunikationswissenschaft auf diese Weise Einblicke in das Berufsleben zu ermöglichen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt der Zusammenarbeit zwischen der Universität und dem Projekt war die Realisierung des gemeinsamen Seminars im Master of Arts Organisationskommunikation im Sommersemester 2021. Den Studenten wurde in diesem Studiengang u. a. ein umfangreiches Wissen über die unterschiedlichen Arten und Eigenheiten der Kommunikation verschiedener Organisationsformen vermittelt. Hierzu zählten auch Vereine, wie sie im Ehrenamt oft zu finden sind. Das Seminar wurde mit einer digitalen Präsentation der Ergebnisse abgeschlossen. Geleitet wurde es von zwei Dozentinnen.

Inhalte des Seminars

Zu Beginn des Projektes führten die Mitarbeiter eine Umfrage unter Ehrenamtlichen des Landkreises zu deren Bedürfnissen und Anliegen durch. An diese Ergebnisse wurde die weiterführende Arbeit angepasst, sodass entsprechend des vorliegenden Bedarfes vorgegangen werden konnte. Als ein für die Befragten wichtiges Thema stellte sich die Gewinnung von Mitgliedern heraus. Sowohl im Zuge der Befragung als auch in der täglichen Arbeit mit den Vereinen wurde den Ehrenamtskoordinatorinnen immer wieder über Probleme in Bezug auf die Gewinnung und den Erhalt von Engagierten berichtet.

Um Mitgliederzahlen erfolgreich steigern zu können, muss bekannt sein, was den Menschen, die erreicht werden sollen, wichtig ist und wo deren Bedürfnisse liegen. Eine zielgruppengerechte Ansprache kann den Erfolg dabei erhöhen und dazu führen, dass die Vereine wachsen. Zudem können die Ehrenamtskoordinatorinnen besser unterstützen, wenn sie wissen, was die jeweiligen Zielgruppen bewegt und wie sie zu einem Ehrenamt motiviert werden können.

Das gemeinsam mit der Universität Greifswald durchgeführte Seminar knüpfte an diese Erkenntnisse, Anforderungen und Bedarfe an. Die Ehrenamtskoordinatorinnen gaben den Studenten in einer Videokonferenz eine Einleitung in die Thematik sowie die Arbeit des Projektes. Im An-

schluss hieran bildeten die Teilnehmer drei Arbeitsgruppen zur Untersuchung der Zielgruppen Frauen, Jugendliche und junge Erwachsene sowie Vorruehständler und Rentner.

Dies sind für die Vereine im Landkreis wichtige Bezugsgruppen, weshalb eine Fokussierung auf sie erfolgte. Selbstverständlich bestehen neben ihnen weitere Zielgruppen wie zum Beispiel Menschen mit Migrationshintergrund.

Um Ergebnisse erzielen zu können, welche bestmöglich zur Arbeit der Ehrenamtskoordinatorinnen passen, nahmen die Studenten in ihren Untersuchungen die Perspektive der Mitarbeiterinnen ein.

Durchführung der Untersuchungen

Nachdem die zu untersuchenden Zielgruppen bekannt und die Arbeitsgruppen aufgeteilt waren, begann die Arbeit der Studenten.

Im weiteren Verlauf des Semesters wendeten sie neben der Recherche in wissenschaftlicher Literatur verschiedene Methoden an, um ihre jeweiligen Zielgruppen zu untersuchen und ihre Feldstudien durchzuführen. Es fanden u. a. Experteninterviews statt und es wurden Fragebögen entwickelt, um sowohl Personen der Zielgruppen als auch Vereine zu befragen. Innerhalb der Mitglieder der Zielgruppen wurde teilweise nochmals unterteilt, sodass sowohl bereits ehrenamtlich Engagierte als auch solche Personen befragt wurden, die noch kein Ehrenamt ausübten. Anhand der vorangegangenen Literaturrecherche und der Einschätzungen der Experten konnten für die Zielgruppen und Vereine angepasste Fragebögen entwickelt werden. Als Experte wurde z. B. ein Vertreter der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt herangezogen.

Die als Grundlage fungierende Befragung vom Start des Projektes „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ im Landkreis wies lediglich eine geringe Anzahl an Rückläufern auf. Aus diesem Grund und aufgrund der anhaltenden Corona-Pandemie sowie des durch die Kurslaufzeit begrenzten Zeitraums wurde auch durch die Studenten nur eine kleine Anzahl von Personen befragt oder interviewt. Dies führte dazu, dass die erhaltenen Ergebnisse nicht als repräsentativ angesehen werden konnten. Nichtsdesto-

¹ Siehe: <https://www.kreis-vg.de/Landkreis>.

² <https://nova-campus.de/>.

³ <https://webmoritz.de/>.

trotz gaben sie gute Anknüpfungspunkte und bildeten Tendenzen ab. Anhand dieser war es den Studenten möglich, auf ihre Ergebnisse und somit die jeweilige Zielgruppe abgestimmte Kommunikationskonzepte zu entwickeln.

Ergebnisse der Zielgruppenanalysen

Was bewegt nun also die Zielgruppen? Wie können sie am besten erreicht werden und was ist ihnen wichtig? Wie zu erwarten war, unterscheiden sich die Personengruppen teilweise. Die folgenden Abschnitte geben einen Einblick in die Ergebnisse und die daraus entwickelten Kommunikationsmaßnahmen der Studenten.

Was bewegt die Senioren?

Den befragten Senioren sind die Anerkennung und die Wertschätzung des Ehrenamtes auf allen Ebenen der Gesellschaft ein wichtiges Anliegen. In ihren Augen geschieht dies aktuell noch zu wenig. Dieses Feedback können die Mitarbeiterinnen aus persönlichen Gesprächen mit Ehrenamtlichen dieser, aber auch mit anderen Altersgruppen bestätigen. Viele der Befragten engagierten sich in der Vergangenheit, können oder wollen nun aber aus verschiedenen Gründen kein Ehrenamt mehr bekleiden. In der täglichen Arbeit im Projekt lässt sich dies allerdings nicht bestätigen. Hier wurde die Erfahrung gesammelt, dass die Gruppe der Senioren im Ehrenamt sehr aktiv ist und sich in unterschiedlichen Bereichen wie der Kultur oder dem Sport engagiert. Diese Erkenntnis passt zu den von den Studenten ermittelten Motivationen der Zielgruppe, hierzu zählen Gemeinschaft, Spaß, Hilfe für andere und Abwechslung. Die Befragten der Zielgruppe haben zudem das Gefühl, nicht ausreichend über ihre Möglichkeiten informiert zu sein und möchten gern über traditionelle Medien wie die Zeitung informiert werden. Viele der aktuellen Informationsangebote sind heutzutage digital über das Internet abzurufen, sodass an dieser Stelle möglicherweise darüber nachgedacht werden muss, auch die traditionellen Medien wieder vermehrt zur Verbreitung von Informationen zu nutzen.

Die Studenten entwickelten für diese Zielgruppe die Idee einer Art Messe, die einen Raum für Begegnungen zwischen Vereinen und Senioren bietet. Vorgesehen ist, eine solche Veranstaltung in unterschiedlichen Medien inklusive der Gestaltung von Plakaten zu bewerben. Auf diese Weise gehen sie auf die Bedürfnisse der von ihnen untersuchten Zielgruppe ein.

Worauf achten Jugendliche und junge Erwachsene?

Die Befragten dieser Personengruppe fühlen sich ebenso wie die Senioren nicht ausreichend informiert. Sie favorisierten hierfür allerdings die sozialen Medien und

das Internet. Neben diesen Kanälen möchten sie aber auch direkt dort angesprochen werden, wo sie sich regelmäßig aufhalten – in der Schule oder der Universität. Dieser Wunsch konnte auch aus der Projektarbeit und dem damit verbundenen Austausch im Verbund bestätigt werden. Eine solche Vernetzung von Vereinen und der Zielgruppe war allerdings in Zeiten der Corona-Pandemie nicht oder nur sehr begrenzt möglich.

Neben diesen Formen der Ansprache und Information können auch Plakate für die Befragten eine gute Möglichkeit darstellen, um in ihrer Altersgruppe mehr Aufmerksamkeit für das Ehrenamt zu gewinnen.

Die Motivation für ein Engagement in dieser Gruppe der Befragten ist groß und sie nennen dabei sowohl den Antrieb des „Spaßhabens“ als auch den Wunsch „Gutes zu tun“. Das Engagement dieser Zielgruppe lässt sich dabei in allen Bereichen der Gesellschaft finden. Sie engagieren sich bspw. im Sport, bei der Feuerwehr oder auch im Tierschutz. Um diejenigen zu bewegen, die noch kein Ehrenamt ausüben, sind auch persönliche Kontakte wichtig. Über Erfahrungsberichte und Erzählungen können sie „abgeholt“ und aktiviert werden.

Wie können Frauen motiviert werden?

In der Gruppe der befragten Frauen wurde in den durchgeführten Interviews wie schon bei den Senioren auf eine mangelnde Wertschätzung des Ehrenamtes hingewiesen. Auch bei dieser Zielgruppe kann dieses Bedürfnis aus der praktischen Arbeit im Projekt bestätigt werden. Die Frauen haben das Gefühl, ihr Engagement und die von ihnen hierfür aufgewendete Zeit erhalten nicht genug Anerkennung. Sie sind im Ehrenamt aktiv, um bspw. ihre Freizeit sinnvoll zu gestalten oder auch um Gutes zu tun und Spaß zu haben.

Hindernisse für die Übernahme eines Ehrenamtes sind für diese Personengruppe auch strukturelle Schwierigkeiten wie die Kinderbetreuung während der Zeit, in der sie ihr Ehrenamt ausüben möchten. Nicht immer ist es möglich, die Kinder in das Ehrenamt einzubeziehen oder eine Betreuung zu organisieren.

Um mehr Frauen für ehrenamtliche Tätigkeiten zu gewinnen, entwickelten die Studenten das Konzept einer Kommunikationskampagne, das mit klaren Botschaften und einer direkten Ansprache und Wertschätzung des dort gezeigten Ehrenamtes einer Frau arbeitet. Ziel ist es, diese Kommunikation über unterschiedliche Medien zu verbreiten. Diese stammen sowohl aus dem digitalen (z. B. Social Media) als auch aus dem Printbereich.

Eine weitere Idee der Studenten war die Durchführung unterschiedlicher Work-

shops speziell zur Gewinnung von weiblichen Vereinsmitgliedern. In diesen Veranstaltungen soll explizit auf die Bedürfnisse von Frauen eingegangen werden, um so einen möglichst großen Erfolg bei der Motivation dieser für ein Ehrenamt zu erzeugen. Gerichtete sind diese Seminare an Vereine, die weibliche Mitglieder suchen.

Mehrwert für alle Seiten

Nach der Auswertung der Zusammenarbeit im Zuge des Seminars wurde deutlich, dass alle beteiligten Parteien hiervon profitieren können.

Den Studenten der Universität Greifswald wurde die Möglichkeit geboten, das bisher im Studium Gelernte praktisch anzuwenden. Die Entwicklung von Maßnahmen für eine tatsächliche praktische Tätigkeit bereicherte das Studium und bildete eine gute Abwechslung. Die Studenten konnten zudem mit ihrem Fachwissen zu etwas Gutem beitragen und die Entwicklung des Landkreises Vorpommern-Greifswald vorantreiben. Sie halfen damit nicht nur den Mitarbeitern des Verbundprojektes, sondern auch den Ehrenamtlichen.

Die Mitarbeiterinnen des Projektes erhielten zudem wertvolle Informationen und Anregungen für ihre tägliche Arbeit und die Beratung von Vereinen. Sie können nun noch besser auf die Bedürfnisse der Vereine eingehen. Weiterhin wurden sie auch in ihrer bisherigen und geplanten Arbeit bestärkt, da die Vorschläge der Studenten teilweise mit den bereits im Projekt geplanten Maßnahmen übereinstimmten. Die Überlegungen zur Gestaltung von Plakaten durch die Studenten konnten dankend aufgegriffen werden und halfen den Mitarbeiterinnen bei der Entwicklung einer geplanten eigenen Kampagne in diesem Format.

Zusätzlich zu den beiden direkt Beteiligten – dem Projekt „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ im Landkreis Vorpommern-Greifswald und der Universität Greifswald – profitieren, wie schon angesprochen, auch die Vereine von der Zusammenarbeit zwischen der Universität Greifswald und dem Projekt „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ des Landkreises. Sie können nun noch besser unterstützt werden und bekommen über die Kolleginnen die Möglichkeit, Einsichten in die Bedürfnisse der für sie wichtigen Zielgruppen zu erlangen.

Abschließend wird die Zusammenarbeit als Erfolg bezeichnet. Die Mitarbeiterinnen des Projektes im Landkreis Vorpommern-Greifswald bedanken sich bei den Studenten und den Dozentinnen und hoffen auf eine erneute gute Zusammenarbeit. ■

Nele Hartleben, Ehrenamtskoordinatorin,
Landkreis Vorpommern-Greifswald