



Arbeitshilfe zur  
Gewinnung neuer  
Mitarbeiterinnen und  
Mitarbeiter  
Juli - August 2019  
**Thema 2**

## **Strategien**

### Erfahrungsaustausch im internationalen Netzwerk der AIC



#### **Inhalt**

Einführung	1
1. Konkrete Ziele festlegen	2
2. Effizient kommunizieren	2
3. Persönliche Kontakte aufbauen	4
4. Beteiligung an Aktionen zur Mitarbeiterwerbung	5
Gebet	6



## Einführung

In der ersten Arbeitshilfe dieser Serie haben wir **die Herausforderung erwähnt, vor der unsere Verbände stehen: Wie können wir neue Freiwillige gewinnen, mobilisieren und halten**, damit wir unseren Auftrag für die Menschen am Rande der Gesellschaft da zu sein, einen Auftrag, den uns der heilige Vinzenz anvertraut hat, weiterhin erfüllen können.

Im ersten Teil haben wir betont, wie wichtig es ist, offen für Veränderungen zu sein und die richtigen Motivationshebel zu nutzen, um die richtigen Menschen zu erreichen bzw. diejenigen zu motivieren, die zu uns stoßen könnten.

**Aber wie können wir diese Menschen erreichen?** Diese zweite Arbeitshilfe gibt Ihnen Anregungen zur Beantwortung dieser Frage.

Wir möchten Sie einladen, über konkrete Maßnahmen nachzudenken, die Sie in Ihren jeweiligen Teams oder Verbänden ergreifen könnten, um neue Freiwillige zu gewinnen.

**Seien Sie kreativ!**

*Erinnern wir uns an die Worte des heiligen Vinzenz:  
„Die Liebe ist unendlich erfinderisch!“*

Die verschiedenen Maßnahmen, die wir im Folgenden vorschlagen, sind inspiriert von den Erfahrungen, die verschiedene AIC-Verbände während der Anfang 2019 durchgeführten Umfrage mit uns geteilt haben<sup>1</sup>. Wir danken ihnen allen für ihre wertvollen Beiträge, die es uns ermöglicht haben, diese Arbeitshilfe zu schreiben.

---

<sup>1</sup>Wenn Sie weitere Informationen zu einer der in diesem Merkblatt kurz vorgestellten Initiativen wünschen, wenden Sie sich bitte an das Internationale Sekretariat unter: [info@aic-international.org](mailto:info@aic-international.org).

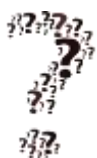
## 1. Konkrete Ziele festlegen

Um zu vermeiden, dass Mitarbeiterwerbung ins Leere läuft, ist es wichtig, konkrete Ziele zu definieren:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spezifisch</li> <li>• Messbar</li> <li>• Erreichbar</li> <li>• Realistisch</li> <li>• Zeitlich begrenzt</li> </ul>	
---	--

### Beispiele aus dem Netzwerk der AIC

- ✓ 2017 setzte sich **die AIC Mexiko** das konkrete Ziel, **die Zahl ihrer Ehrenamtlichen im folgenden Jahr um 5% zu erhöhen**. Dank des Engagements einiger Ehrenamtlicher konnte dieses Ziel erreicht und sogar übertroffen werden, wobei die Zahl der Ehrenamtlichen im Jahr 2018 um 7,7% stieg. Ein ermutigendes Ergebnis für die Zukunft dieses Verbandes!
- ✓ Die AIC Bolivien bat jede Ehrenamtliche, mindestens eine ihrer Bekannten einzuladen, sich ihrer Gruppe anzuschließen. 11 Ehrenamtliche haben sich den 84 Ehrenamtlichen der Gruppe angeschlossen und 3 Personen sind dabei, sich zu engagieren.



#### Diskutieren Sie in Ihrer Gruppe:

- ➔ Was ist Ihr konkretes Ziel bei der Mitarbeiterwerbung?
- ➔ Wie viele neue Ehrenamtliche suchen Sie?
- ➔ Welchen Zeitraum geben Sie sich für die Suche?

## 2. Effizient kommunizieren

Viele Verbände sind der Meinung, dass **attraktive und moderne Kommunikationsmedien** unerlässlich sind, um neue Ehrenamtliche zu gewinnen. Dies bedeutet, dass neben den **traditionellen Medien** wie Broschüren und Faltblättern auch **digitale Medien** wie PowerPoint-Präsentationen, Website, Facebook-Seite, WhatsApp-Gruppe, etc. zur Verfügung stehen.....



Bestimmte **Schlüsselemente** sind bei der Kommunikation mit Hilfe der neuen Medien zu beachten:

1

**Die Botschaft:**

- Wählen Sie klare, kurze Botschaften: zum Wesentlichen kommen
- Benutzen Sie eine einfache, zeitgemäße, an den jeweiligen Adressaten angepasste Sprache
- Sprechen Sie über das, was Sie motiviert und über den Sinn unserer Aktionen, um die Herzen zu berühren
- Seien sie authentisch, kurze Erfahrungsberichte der Ehrenamtlichen oder von Menschen, die wir unterstützt haben, sind hilfreich.

2

**Unsere Kommunikationsmittel** müssen der Botschaft und ihren Adressaten entsprechen. Zögern Sie nicht, audiovisuelle Medien zu nutzen.



3

**Kommen Sie ins Gespräch:**

- Versuchen sie Interesse zu wecken oder zum Nachdenken anzuregen
- Zeigen Sie unsere Sorge um das Gemeinwohl
- Geben Sie Gelegenheit zu reagieren und zu antworten

**Beispiele aus dem Netzwerk der AIC**

- ✓ Die **AIC Italien** hat einer italienischen Stiftung ein Projekt zur Förderung der Rekrutierung neuer Freiwilliger vorgestellt. Diese Stiftung gewährte ihnen einen bedeutenden Zuschuss, der es ihnen ermöglichte, etwa 70% der Kosten dieses Projekts zu decken. Bei dem Projekt ging es insbesondere um:
  - Die Organisation von Seminaren, Begegnungen und Workshops in verschiedenen Regionen des Landes, um die Werte und Aktivitäten der AIC-Ehrenamtlichen zu fördern;
  - Die Aktualisierung der Website;
  - Die Gründung von WhatsApp-Gruppen und das morgendliche Senden einer Botschaft, die einen guten Tag wünscht, verbunden mit einem Gebet und manchmal einer Einladung zur Teilnahme an einer Aktivität;
  - Die Erstellung und Verteilung eines neuen Faliblatts;
  - Die Zusammenarbeit mit einem Journalisten, um Nachrichten über mehrere lokale Aktionen von AIC-Ehrenamtlichen zu verbreiten;
  - Die Veröffentlichung wichtiger Artikel in nationalen Zeitungen.

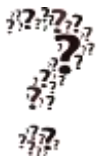


**Ermutigende Ergebnisse:** Dank dieses Projekts haben sich **etwa 100 neue Ehrenamtliche** dem Verband angeschlossen. **Mehr als 1000 Menschen** haben an den Aktivitäten teilgenommen und ihr **Interesse** am Verband gezeigt. Die Mehrzahl von ihnen hat begonnen **gelegentlich wertvolle persönliche Unterstützung** zu leisten, solange sie sich aus Zeitmangel nicht weiter engagieren können.

Dieses Beispiel bestätigt, dass es notwendig ist, sich **unterschiedlichen Ehrenamtlichen und neuen Formen des Ehrenamts zu öffnen** (siehe Arbeitshilfe 1).

Die Mehrzahl der Verbände hat betont, wie wichtig die **Unterstützung durch moderne Kommunikationsmittel** für die Mitarbeiterwerbung ist.

Verschiedene Verbände haben beobachtet, dass diese Unterstützung lebendiger wird, wenn wir mit **Beispielen aus der Praxis** und **audio-visuellen Elementen** arbeiten.



**Überlegen Sie gemeinsam:**

- **Welche Materialien verwenden Sie bereits, um Ihren Verband oder Ihre Gruppe vorzustellen? Sind diese optisch attraktiv und aktuell? Zeigen sie, was Sie machen und wer Sie sind?**
- **Müssen einige Materialien aktualisiert oder neu erstellt werden? Wer könnte das machen?**
- **Eine Aufgabe: Jede Mitarbeiterin testet ihre Fähigkeiten, indem Sie in einer Minute vorstellt, was sie und ihr Verband tun, um Begeisterung zu wecken.**

## 2. Persönliche Kontakte aufbauen

Der Aufbau persönlicher Kontakte - eine der Stärken der Ehrenamtlichen der AIC - führt in der Regel zu sehr guten Ergebnissen.

In seinem Umfeld über die AIC zu sprechen und/oder Menschen im näheren Umfeld zu einer Informationsveranstaltung persönlich einzuladen, telefonisch oder schriftlich, bleibt ein ausgezeichnetes Mittel zur Werbung neuer Ehrenamtlicher.

### **Beispiele aus dem Netzwerk der AIC ...**

Alle Mitgliedsverbände haben die Bedeutung persönlicher Kontakte für die Mitarbeitergewinnung bestätigt. Einige haben uns über konkrete Initiativen berichtet:

- ✓ **AIC Brasilien:** Die Ehrenamtlichen organisieren informelle Treffen um die AIC vorzustellen und laden anschließend die Teilnehmer ein, die praktische Arbeit kennenzulernen.
- ✓ **AIC Chile:** Die Ehrenamtlichen berichten über ihre Aktionen und Dienste für Menschen in Not, um die Besucher persönlich zu ermutigen, sich ihnen anzuschließen.
- ✓ **AIC Costa Rica:** Die Studenten, die über die AIC ein Stipendium bekommen haben und ihre Professoren werden eingeladen, Ehrenamtliche der AIC zu werden.

- ✓ **AIC Kamerun:** Frauen, die interessiert sein könnten Ehrenamtliche der AIC zu werden, werden eingeladen, die Ehrenamtlichen bei ihren Aktivitäten zu unterstützen, um die AIC und ihre Aufgaben kennen zu lernen.
- ✓ **AIC Kolumbien und AIC Spanien:** Treffen und ein Frühstück werden organisiert, um den Verband und seine Projekte den Besuchern vorzustellen, die über die Pfarrgemeinden, Freunde oder Mundpropaganda eingeladen werden.
- ✓ **AIC Zentralafrika, AIC Frankreich und AIC Großbritannien** laden regelmäßig über die Verkündigungen nach der Messe die Mitglieder der Pfarrgemeinden zur Mitarbeit in den Gruppen ein.
- ✓ **AIC Indonesien und AIC Nicaragua:** Die Ehrenamtlichen profitieren von ihren Aktivitäten in der Pfarrei oder in der Gemeinde, um ihre Aktivitäten bekannt zu machen und die Menschen, denen sie dort begegnen, einzuladen, sich als Ehrenamtliche der AIC in einer ihrer Aktivitäten zu engagieren.
- ✓ **AIC Nigeria:** Die Vorstellung des Verbandes geschieht in Form einer Sensibilisierungskampagne für die Probleme der Menschen in Not und die Notwendigkeit sie zu begleiten.
- ✓ **AIC Philippinen:** Eine Ehrenamtliche hat auf nationaler Ebene zusammen mit ihrer Gruppe die Aufgabe, sich um die Werbung neuer MitarbeiterInnen zu kümmern.

### 3. Die Teilnahme an Kampagnen zur Werbung neuer MitarbeiterInnen

Manchmal kann es Interessant sein, an Werbekampagnen, die von anderer Seite in größerem Rahmen organisiert werden, teilzunehmen, sei es auf lokaler, regionaler oder nationaler Ebene (Ehrenamtstag, Freiwilligenbörse, Frauentag).

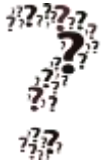
#### **Erfahrungen im Netzwerk der AIC:**

- ✓ **Die AIC Frankreich** hat an einer Rekrutierungskampagne auf nationaler Ebene teilgenommen. Überall in Frankreich haben die Ehrenamtlichen an den "Foren der Verbände zur Mitarbeitergewinnung" teilgenommen, die in den Rathäusern oder Festsälen ihrer Stadt organisiert wurden. Die Ehrenamtlichen hatten Stände, wo sie ihre Aktionen vorstellen und Lust aufs Mitmachen machen konnten.



**Und Sie? Wie können Sie neue MitarbeiterInnen werben?**





**Vorschläge der AIC zur Diskussion in der Gruppe:**

- Welche konkreten Aktionen zur Mitarbeiterwerbung könnten Sie organisieren? Könnten die vorgestellten Erfahrungsberichte dabei hilfreich sein?
- Erarbeiten sie einen Aktionsplan unter Berücksichtigung der folgenden Elemente:
  - Die verschiedenen notwendigen Schritte
  - Ein Zeitplan für die Umsetzung
  - Die notwendigen Ressourcen für die einzelnen Schritte (Personen, Finanzen, Material, Zeit, Arbeit im Netzwerk usw...)

*„Die Gnade der Beharrlichkeit ist die wichtigste von allen: sie ist die Krönung aller Gnaden“ (St. Vinzenz)*

**Gebet: Schicke uns Verrückte!**

O Gott, schicke uns Verrückte,  
die sich mit ganzem Herzen  
unserer Sache widmen,  
die sich selbst vergessen,  
die nicht nur mit Worten lieben,  
die sich ganz und  
ohne Grenzen hingeben.

Wir brauchen Verrückte, Unvernünftige,  
Leidenschaftliche,  
Menschen, die fähig sind  
ins Unsichere zu springen  
und sich der offenen Wunde  
der Armut auszuliefern,  
die Einen, die damit einverstanden sind  
sich in einer anonymen Masse zu verlieren,  
ohne den Wunsch sich dieser als  
Sprungbrett zu bedienen,  
die Anderen, indem sie ihre Fähigkeiten in  
den Dienst ihrer Aufgabe stellen.

Der Sprung bedeutet nicht, mit seiner  
Umgebung zu brechen  
oder seiner Lebensform:  
es handelt sich um einen anderen, viel tieferen  
Bruch mit einem bisherigen egozentrischen Ich.

Wir brauchen die Verrückten von heute,  
die sich für einen einfachen  
Lebensstil begeistern,  
die wahren Befreier der Armen,  
die den Frieden lieben,  
keine faulen Kompromisse eingehen,  
entschlossen, niemals ihre Sache zu verraten,  
die sich nicht um ihr eigenes Leben sorgen,  
fähig, welche Aufgabe auch immer anzunehmen,  
wohin auch immer aufzubrechen,  
gleichzeitig frei und dienstbereit  
spontan und hartnäckig  
weich und stark.

