

Weltläden in Mainfranken



„MitarbeiterInnen gewinnen, Ehrenamtliche im Weltladen integrieren“

Am 16. Oktober 2016 in Würzburg

Begrüßung

Entwicklungen im freiwilligen Engagement

Motivation im Weltladen zu arbeiten

Ehrenamtszyklus

Tätigkeitsprofil

Wo und wie finde ich Ehrenamtliche – Schatzkarte

Erstgespräch

Mitarbeiter-Vereinbarungen

Anerkennungskultur

Abschluss

Die Fair Handels-Beratung Bayern wird gefördert aus Mitteln von Brot für die Welt - Evangelischer Entwicklungsdienst sowie der bayerischen (Erz-)Diözesen - Danke!

Erwartungen

- Hinweise für neue MTF
- Wo findet man MTF
- Einarbeitung
- Schwierigkeiten neue ETZ zu finden
 - Flüchtigkeits-Engagement
- geeignete Mitarbeitende
- Bindung von MTF
- Angst vor Überforderung
- Tipps für jüngere MTF
- MTF für Verantwortliche
- Wo und wie findet man MTF
- Argumentationshilfen



Entwicklungen im freiwilligen Engagement



Quellen:

- Freiwilligensurvey 2009. TNS Infratest Sozialforschung München, im Auftrag des BMFSFJ

Zusammenstellung:
Dirk Steinmeyer, Süd-Nord-Beratung
Osnabrück



- Stephan Würz, LandesEhrenamts-agentur Hessen

Wer? Wo? Unter welchen Voraussetzungen?



Die Situation

- Weniger Feuerwehrleute
- Weniger Ehrenamtliche im Sport
- Vorstandsposten immer schwerer zu besetzen





Die Situation

Aber auch

- viele Vereinsneugründungen
- neue Engagementbereiche
- Engagement Älterer hat deutlich zugenommen





1. Was meinen Sie?

In der Bundesrepublik Deutschland leben 63 Millionen Menschen über 14 Jahre.

Wie viele davon sind ehrenamtlich tätig?

- a) 7 Millionen
- b) 15 Millionen
- c) 22 Millionen
- d) 34 Millionen



2. Was meinen Sie?

Wie viel Prozent der über 14-jährigen, die aktuell nicht freiwillig tätig sind, würden sich künftig gern bzw. vielleicht engagieren?

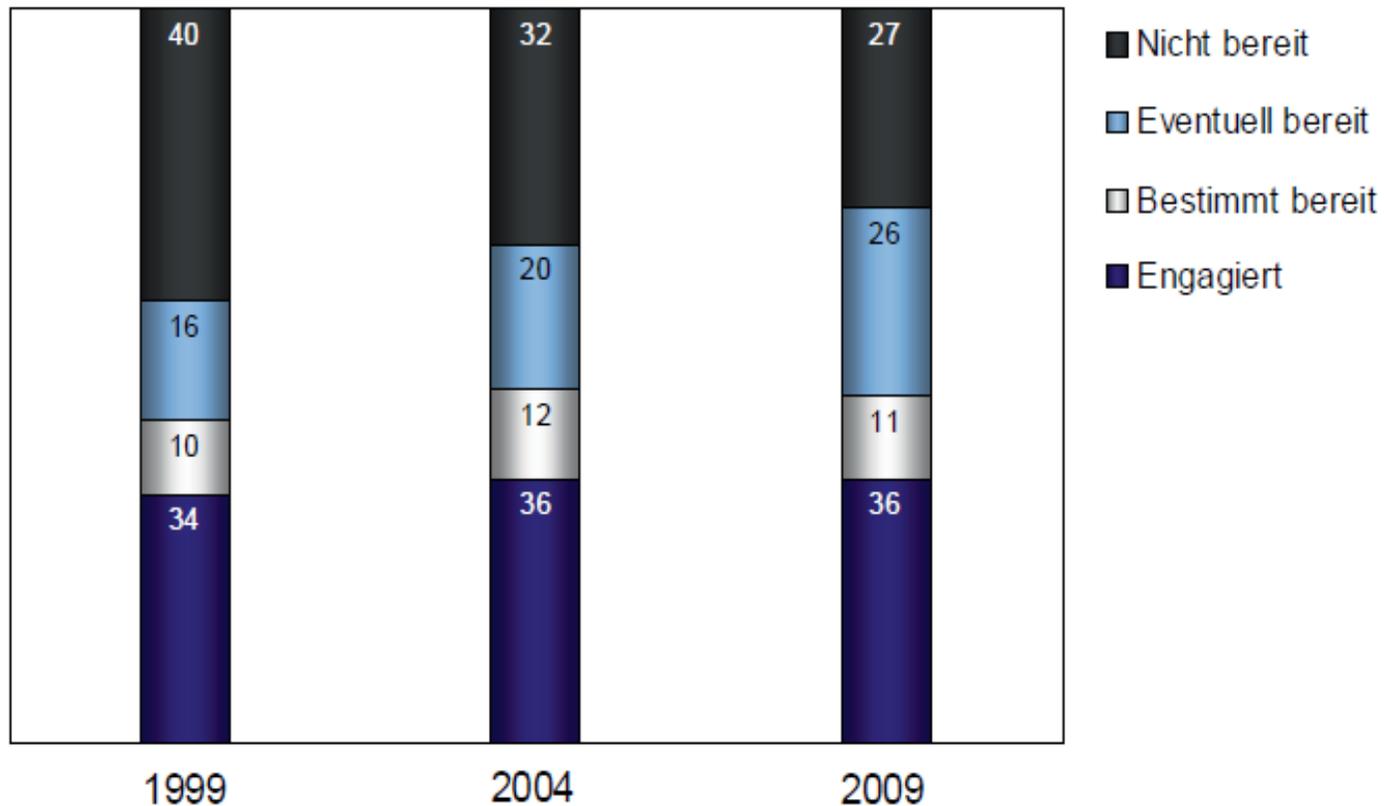
a) 17 %

b) 28 %

c) 37 %



Konstanz oder Stagnation?





3. Was meinen Sie?

In welchem Bereichen sind die meisten Ehrenamtlichen ab 14 Jahren tätig?
(Bestimmen Sie den größten Bereich)

- Feuerwehr und Rettungsdienste
 - Freizeit und Geselligkeit
 - Sport und Bewegung
 - Kirche und Religion
1. Sport und Bewegung (10%)
 2. Kirche und Religion (7%)
 3. Freizeit und Geselligkeit (5%)
 4. Feuerwehr und Rettungsdienst (3%)



4. Was meinen Sie?

Wie hoch ist der Anteil an Ehrenamtlichen, die sich mehr als 5 Stunden je Woche engagieren?

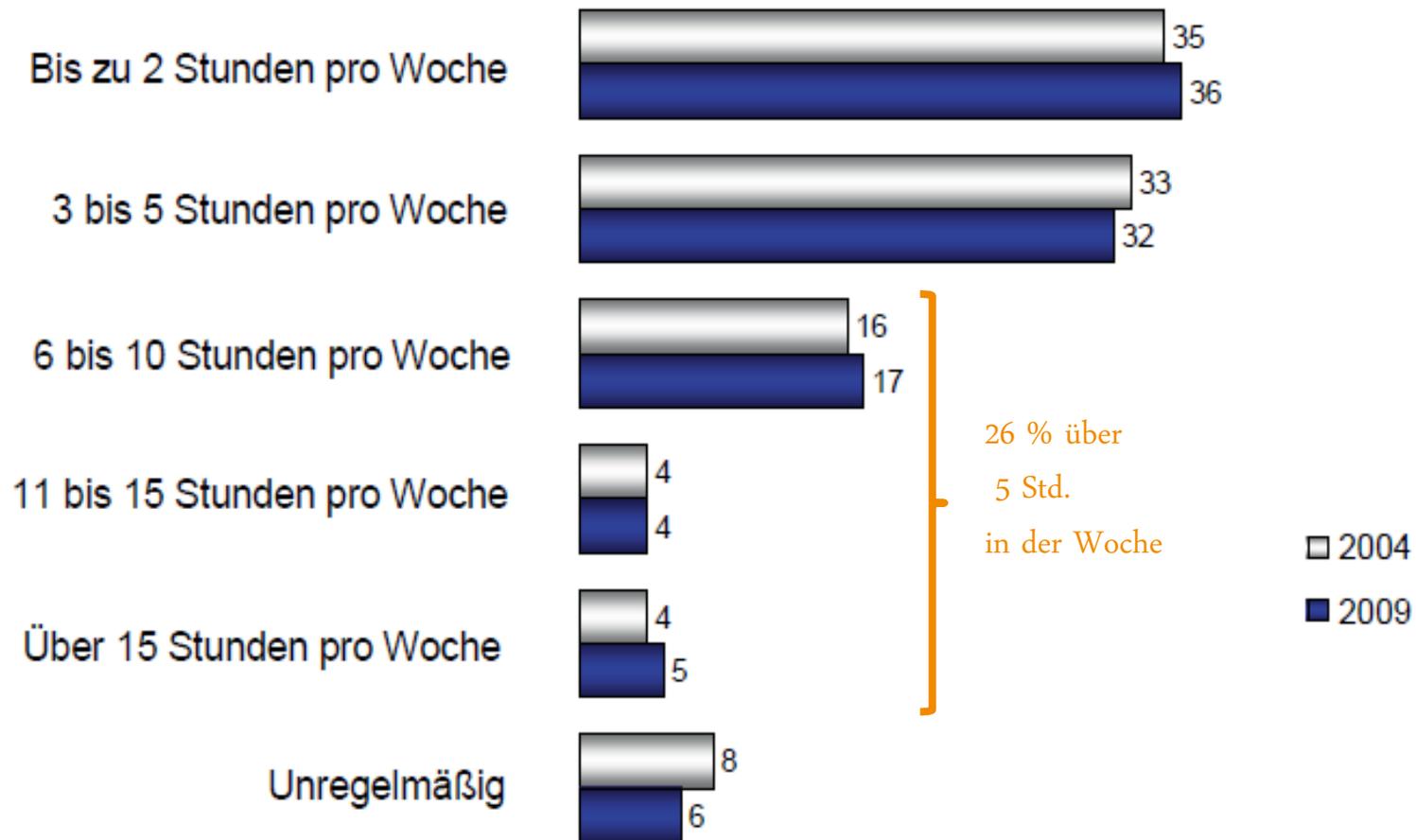
a) 12 %

b) 26 %

c) 31 %



Zeitaufwand





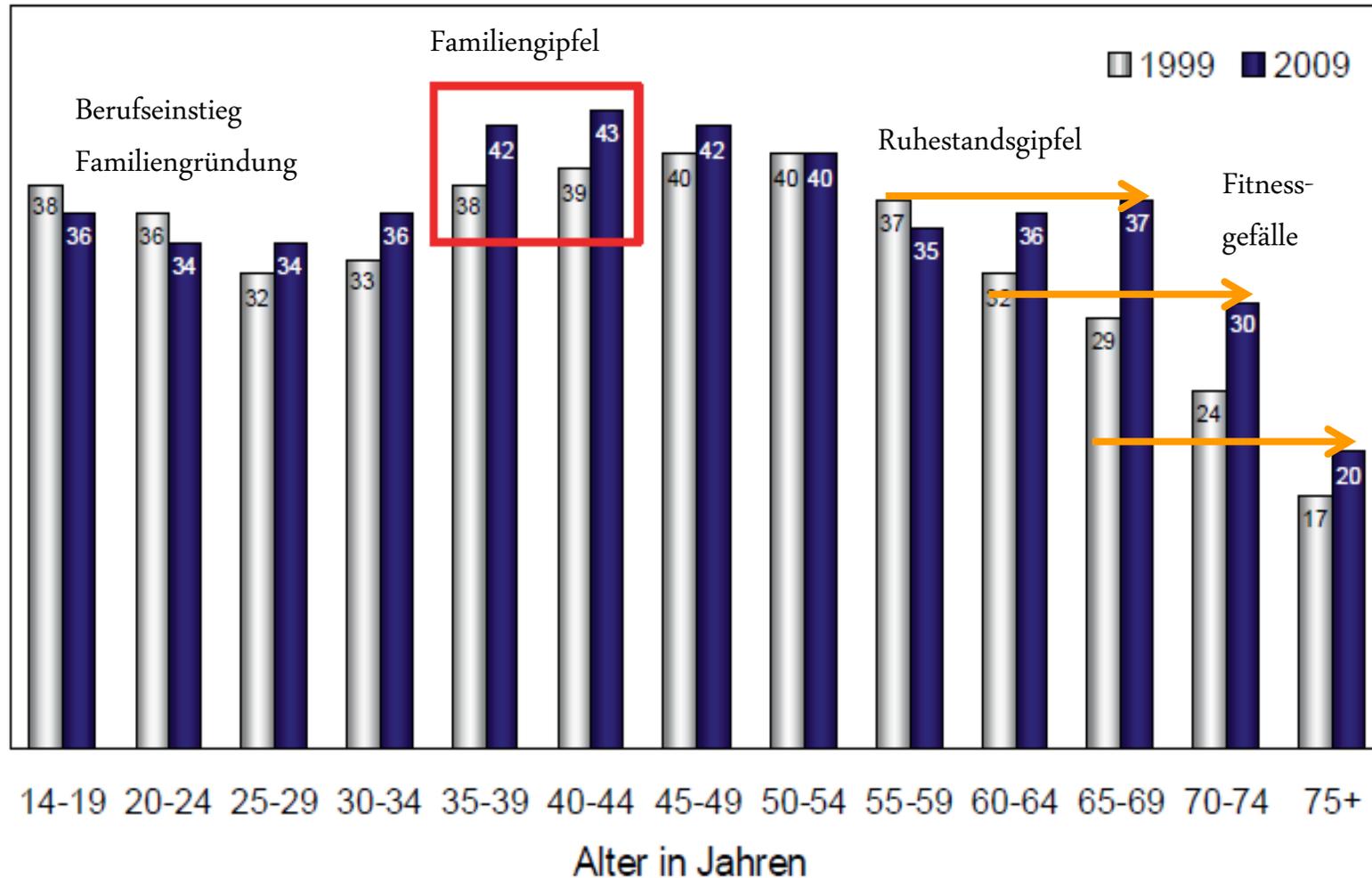
5. Was meinen Sie?

In welcher Altersphase engagieren sich die Menschen am häufigsten?

- a) 14 – 19 Jahre
- b) 20 – 24 Jahre
- c) 40 – 44 Jahre
- d) 65 – 69 Jahre



Ehrenamt im Lebenslauf





Engagement älterer Menschen

- Nützlich sein, gebraucht werden
- Eine zweite Karriere starten
- Erfahrungen einbringen
- Etwas dazulernen
- Hohe Verbindlichkeit – aber mit Flexibilität!





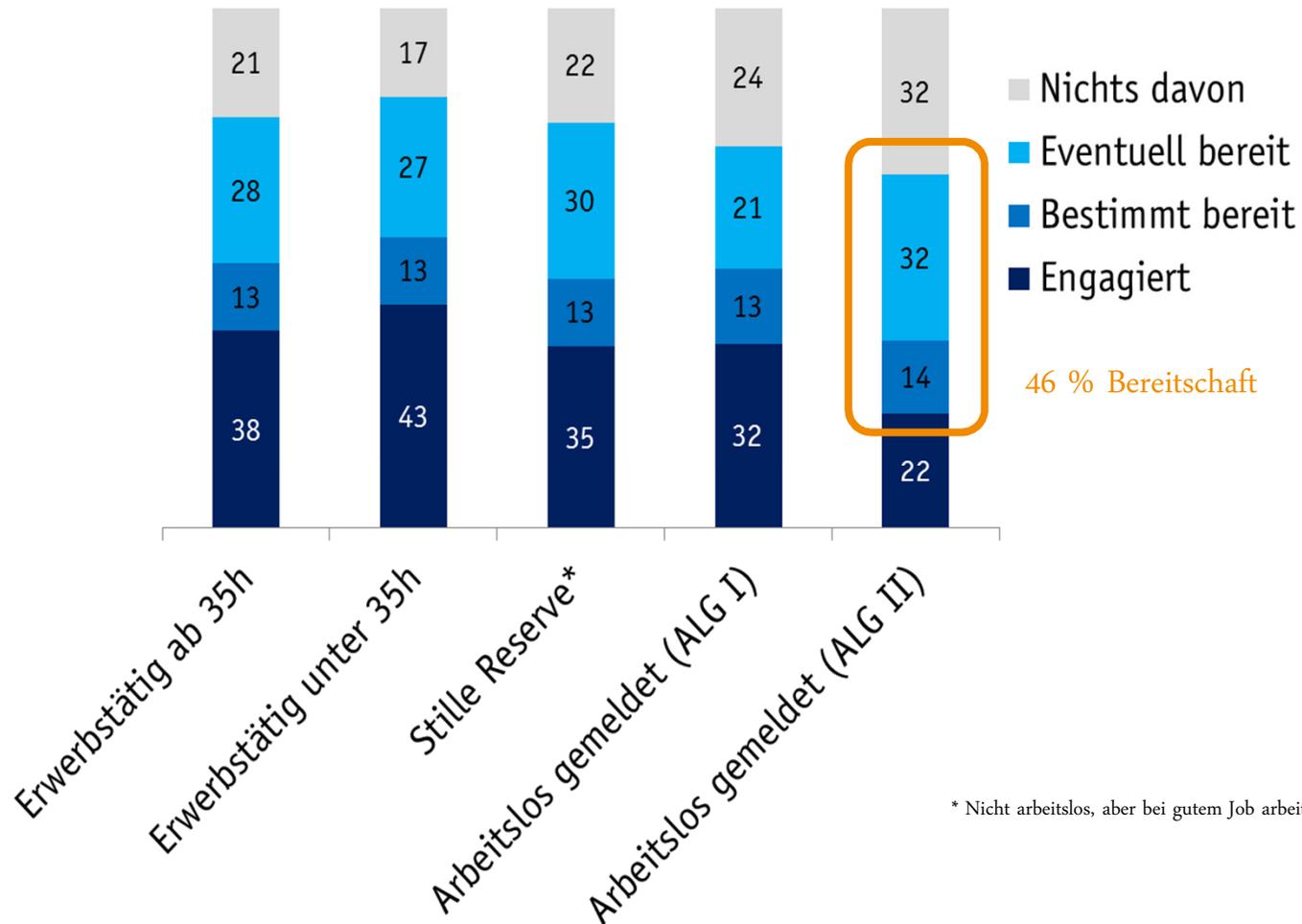
7. Was meinen Sie?

Welche Gruppe engagiert sich im größten Umfang freiwillig?

- a) Erwerbstätige (über 35 Std. pro Woche)
- b) Erwerbstätige (unter 35 Std. pro Woche)
- c) Nicht-Erwerbstätige



Erwerbstätigkeit



* Nicht arbeitslos, aber bei gutem Job arbeitsbereit



Engagement & Mobilität

Zunahme von Ortswechseln im Lebenslauf

- Traditionen brechen ab

Aber auch:

- Neubürger/innen suchen neue Orte
- Hohe Bereitschaft für Engagement



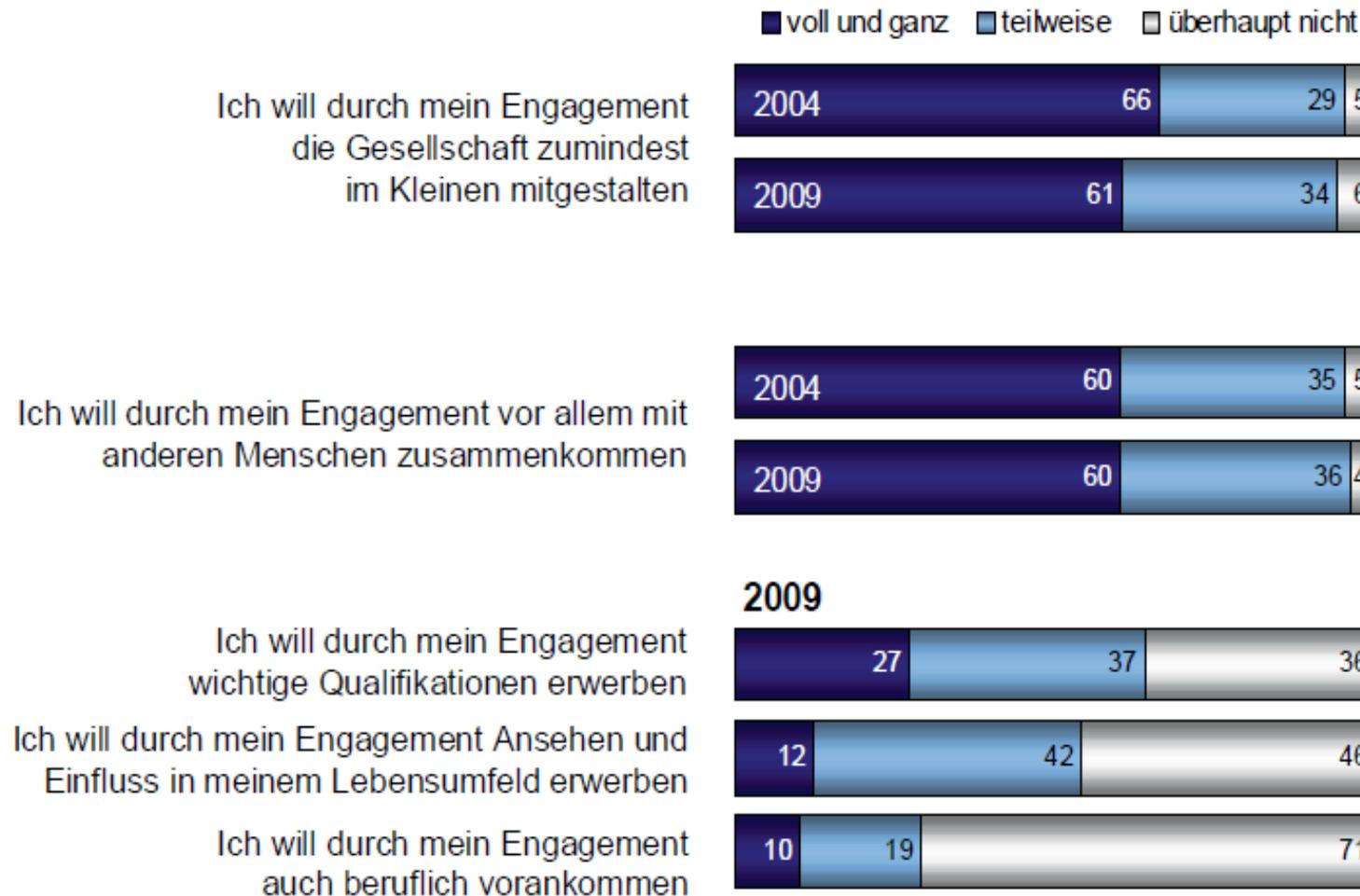
8. Was meinen Sie?

Warum engagiert man sich freiwillig?
(Bestimmen Sie die Rangfolge!)

- Gesellschaft mitgestalten
 - Wichtige Qualifikationen erwerben
 - Mit anderen Menschen zusammenkommen
 - Beruflich vorankommen
 - Ansehen und Einfluss gewinnen
1. Gesellschaft mitgestalten
 2. Mit anderen Menschen zusammenkommen
 3. Wichtige Qualifikationen erwerben
 4. Ansehen und Einfluss gewinnen
 5. Beruflich vorankommen



Motive für ehrenamtliches Engagement (ab 14 Jahren)





Persönliche Passung

Persönliche Passung statt Tradition!

- Lebensphasenorientierung
„man engagiert sich dort, wo es gerade am Besten zu einem passt“
- Eltern sind da, wo ihre Kinder sind
- Trend zum „Lebensabschnittsverein“



Zeitliche Flexibilität

- Keine dauerhafte Verpflichtung
- „immer ein Türchen offenhalten“
- Zehnerkarte statt Dauerkarte

→ Folgen für die Besetzung der Führungsebene (z.B. Vorstände)



„Egoistisches“ Engagement

- Persönlichen Sinn und Nutzen für die Gesellschaft verbinden
- Engagiere mich da, wo es auch mir etwas bringt
- Reines Helfen ist passé



Motivwandel im Ehrenamt

früher

Pflichtbewusstsein

Helfen

Mitmenschlichkeit

Selbstlosigkeit

Ansehen, Ehre

heute

→ Spaß

→ für sich was sinnvolles tun

→ eigene Bedürfnisse

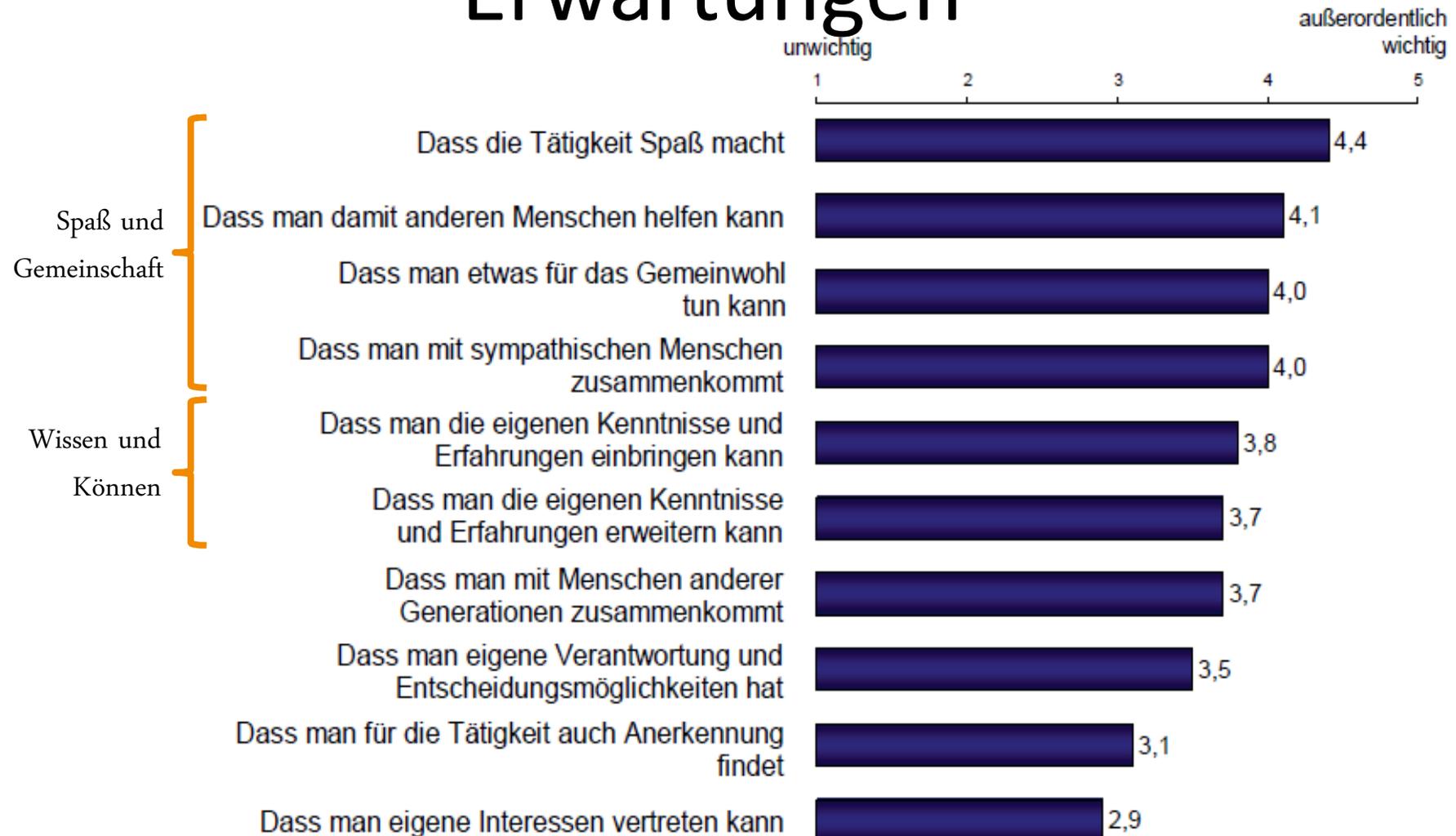
→ persönlicher Gewinn,
Mitbestimmung

→ Freunde gewinnen,
Kontakte knüpfen

→ „Engagierte schauen genauer
darauf, was es ihnen bringt“



Erwartungen





9. Was meinen Sie?

Was wünschen sich Ehrenamtliche vom Träger der Arbeit? (Bestimmen Sie die Rangfolge!)

a) Weiterbildungsmöglichkeiten

b) Räume und Sachmittel

c) Finanzmittel für Projekte

d) Finanzielle Vergütung der Tätigkeit

1. Finanzmittel für Projekte

2. Räume und Sachmittel

3. Weiterbildungsmöglichkeiten

4. Finanzielle Vergütung der Tätigkeit



Dienstleister statt Gemeinschaft?

- Leute sind bereit, für einige Stunden mitzuarbeiten!
→ Folgen für die Organisation der Aufgaben
 - Wie regeln wir Verantwortlichkeiten?
 - Können wir in Projekten arbeiten?
 - Und Aufgaben/Verantwortung in Häppchen teilen?
 - Wen können wir wofür gewinnen?
- Aufbau eines gezielten Freiwilligenmanagements



Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!

* Motivation f. WL-Arbeit

①

* Wege in den Weltladen

- gute Idee zu unterstützen
- FH bekannt zu machen
- schöne Dinge um sich zu haben ^{Produkte}
- bewußte Tätigkeit z.B. Schaufenster, Verkaufen
- Umgang mit Menschen
- Gesellschaft gestalten
- Eigenfähigkeiten ausloten
- Grenzen ausloten
- Partnerschaftsarbeit
- Wissenserweiterung
- gute Atmosphäre in der Gemeinschaft

- persönliche Ansprache
- AB Kunde hängen geblieben
 - > als Kunde rein, als MA raus
- über Freunde
- besondere Aktivitäten im WL
- Aktionen außerhalb des Weltladens
- aus der Jugendarbeit
- Kollegen-Kreisen (Lehrer)
- Konfirmanden / Firmlinge
- Aushang im WL
- BH-Vermittlung Freiwilligen-Helfer



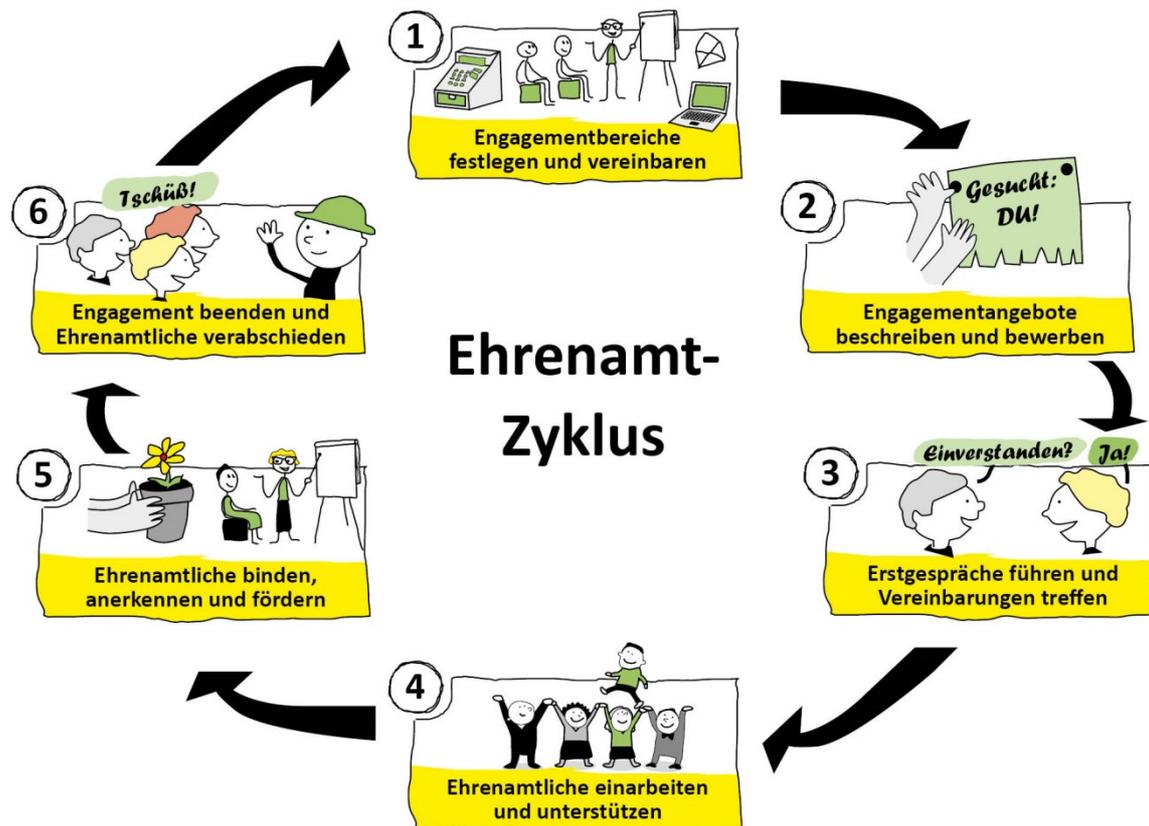
Motivation

(2)

- Bildungsarbeit
- Bewusstsein schaffen
- Mitgestaltung sozialer Strukturen, ein Handelsgeschäft mehr
- weil es notwendig ist
- Gerechtigkeit ist eine Schnecke, wir helfen ihr auf die Sprünge
- Vielfalt am Laden team
- Entwicklungspolitisches Engagement

Werte in den WL

- Familienangehörige
- Ansprache von Personen mit besonderen Fähigkeiten
- Personen, die von den Produkten überzeugt sind
- Kirchliches Engagement



Der Ehrenamt-Zyklus als Grundlage für ein Konzept zur Freiwilligenkoordination

Um ein Konzept zur Freiwilligenkoordination zu entwickeln, lohnt der Blick auf die einzelnen Schritte der Arbeit mit Freiwilligen – von der Gewinnung bis zur Verabschiedung.

1. Engagementbereiche festlegen und vereinbaren

Ehrenamtliche kommen nur dann, wenn die angebotenen Aufgaben attraktiv für sie sind. Ein attraktives Angebot zu finden, setzt wiederum voraus, alle großen Tätigkeitsfelder – und die damit verbundenen anfallenden Aufgaben – innerhalb der Organisation zu kennen, da nur so viele verschiedene Einsatzmöglichkeiten für Ehrenamtliche gefunden werden können. Darauf aufbauend kann nun jede Aufgabe in den folgenden Kategorien näher beschrieben werden:

- Was ist das Ziel der ehrenamtlichen Aufgabe?
- Welche Tätigkeiten gehören zu der Aufgabe?
- Wie viel Zeit wird dafür mind. benötigt? (Einsatzzeit + Aus- und Weiterbildung + Besprechungszeit)

- Welche Fähigkeiten muss ein/e Freiwillige/r dafür mitbringen?

Da diese genaue Beschreibung die Grundlage für spätere Werbung ist, sollte auch gleich ein ansprechender Titel gefunden werden.

Mit dieser Grundlage ist klar, was von den Ehrenamtlichen erwartet wird und was nicht. (Auch Vorstandsarbeit lässt sich auf diese Art beschreiben und bewerben!)

2. Engagementbereiche beschreiben und bewerben

Ein großer Teil der Beschreibung von Engagementbereichen ist durch den ersten Punkt schon abgedeckt. Was noch fehlt ist vor allem die Frage nach der Zielgruppe. Welche Gruppe von Menschen ist für die Aufgabe am besten geeignet? Schüler/innen, Rentner/innen, Lehrer/innen, Menschen mit bestimmten Kenntnissen?

Im Zweifel fragt man die für die jeweilige Aufgabe Zuständigen in der Gruppe, oder andere Engagierte und beschreibt darauf aufbauend die Lebenssituation, die Interessen und die Motive.

Wenn man nun eine Art „Stellenangebot“ verfasst gibt es ein paar Punkte die auftauchen, bzw. mehr oder weniger im Vordergrund stehen sollten:

- Wir bieten: Da es sich um ehrenamtliche Arbeit handelt, sollte vor allem der gesellschaftliche und persönliche Nutzen im Vordergrund stehen. Was kann man bei uns lernen? Was bietet die Mitarbeit in unserem Team? ...
- Wir suchen/Sie können: Dennoch sollten Anforderungen und Erwartungen nicht verschwiegen werden, da es letztlich darum geht den/die Richtige/n für die richtige Stelle zu finden.
- Wir sind: Eine kurze Beschreibung der eigenen Arbeit/des Teams darf nicht fehlen, damit klar ist, wer überhaupt sucht.
- Ihr/e Ansprechpartner/in ist: Ein/e gezielter Ansprechpartner/in erleichtert die Kontaktaufnahme und verhindert, dass Interessierte einfach vorbeikommen und dann nicht adäquat betreut werden. Mehrere Möglichkeiten der Kontaktaufnahme (persönlich, per Mail, per Telefon, ...) nehmen ebenfalls Hürden.

Was das richtige Medium für die Werbung von Ehrenamtlichen ist, hängt stark von der jeweiligen Zielgruppe ab. Eine/n Lehrer/in finde ich über ein schwarzes Brett in der Schule, eine/n Informatiker/in für meine Website über Facebook oder einen Aushang an der Uni, eine/n Journalist/in über eine Anzeige in der Zeitung, Bildungsreferent/innen über Freiwilligenagenturen, usw.. Eine Auswahl verschiedener Medien kann auch nicht schaden. Attraktiv sollte es sein und den Grundregeln guter Kommunikation entsprechen – der Rest bleibt der eigenen Kreativität überlassen. Zielgruppen für einzelne Aufgaben sollten in einem Konzept formuliert werden und eine Muster-Stellenausschreibung ebenfalls. → *Weiteres dazu siehe Kapitel Kommunikation.*

3. Erstgespräche führen und Vereinbarungen treffen

Hier geht es für beide Seiten vor allem um die Frage: „Passen wir überhaupt zueinander?“ Neben einem ersten Kennenlernen sollten also gegenseitige Erwartungen und Motivationen abgeglichen werden – niemandem ist geholfen wenn es nicht passt und einfacher wird die Trennung von einander mit der Zeit auch nicht. → *Weiteres dazu siehe Kapitel Erstgespräche und Vereinbarungen.*

4. Ehrenamtliche einarbeiten und unterstützen

Auch wenn klar sein sollte, dass eine gute Einarbeitung sinnvoll ist und unnötige Fehler oder Enttäuschungen verhindert, bleibt in der Realität dafür meist nur wenig Zeit, oder es wird einfach vergessen. Folgende Punkte sollten in einem Konzept für Freiwillige aber unbedingt beachtet werden:

- Die Organisation und der Ort sind fremd, ebenso die offiziellen und inoffiziellen Regeln. Je besser eine Organisation ihre eigene Struktur definiert hat (und auch transparent macht) – desto leichter fällt es neuen Mitarbeiter/innen sich zurechtzufinden.
- Das Team muss kennengelernt werden und Zeit gegeben werden um sich in das soziale Gefüge einzufinden. Ansprechpartner/innen müssen klar sein.
- Es muss genügend Zeit, Informationsmaterial und Anleitung gegeben werden, damit Standards, grundlegendes Fachwissen und die genauen Aufgaben der eigenen Tätigkeit erfasst werden können. Eine einheitliche Infomappe für neue Mitarbeiter/innen kann einen Großteil dieser Anforderungen abdecken.

5. Ehrenamtliche binden, anerkennen und fördern

Fördern, verstanden als qualifizieren, steht meist *nicht* im Vordergrund des Interesses von Freiwilligen (wenn dann eher bei jüngeren Engagierten, die dies auch als Qualifizierung für den Arbeitsmarkt ansehen). Tätig sein, eine Aufgabe haben die Spaß macht und mit anderen Menschen zusammen einen Beitrag zum Gemeinwohl zu leisten, sind eher Motivationsgründe.

Deshalb sollte Qualifizierung immer praxisnah und am Interesse der Mitarbeitenden ausgerichtet sein. Die Wege sind vielfältig:

- Der/die Vorgänger/in kann eine Mentor/innenfunktion übernehmen
- Ein Erfahrungsaustausch kann in Sitzungen dabei helfen neue Sichtweisen zu erlangen oder Schwierigkeiten zu beheben
- Komplexe Sachverhalte können über ein Selbststudium von Fachliteratur verstanden werden
- Klassische Schulungen bieten eine Vielzahl von Methoden in der Gruppe an

Wichtig ist, dass die Förderung von Freiwilligen für diese immer kostenlos sein sollte und der Bedarf individuell ausgelotet wird. Passende Formen der Förderung können aber auch von Beginn an zu jeder Aufgabe mitbedacht und angeboten werden.

Anerkennung wird oft als nicht notwendig oder nicht erwünscht wahrgenommen, ist aber essentiell – gerade für die Arbeit mit Ehrenamtlichen. Qualifikation ist eine von vielen Arten dies zum Ausdruck zu bringen. → *Weiteres dazu siehe Kapitel Anerkennungskultur.*

6. Engagement beenden und Ehrenamtliche verabschieden

Egal wie lange jemand in der Organisation mitgewirkt hat, die Art wie wir ihn verabschieden prägt stark das Bild von uns in der Öffentlichkeit.

Auch sollte man nicht versuchen jemanden daran zu hindern, überreden oder unter Druck zu setzen, wenn er/sie gehen will.

Ebenso kann es in Ausnahmefällen auch notwendig sein, sich als Organisation von Freiwilligen zu trennen. Diese Einzelfallentscheidungen müssen aber mit vorheriger Betrachtung aller Meinungen getroffen werden und gehören so nicht unbedingt in ein Konzept zur Freiwilligenkoordination.

Ein Konzept kann ein bestimmtes Ritual zur Verabschiedung enthalten und sollte auf jeden Fall den Aspekt einer Bescheinigung mit aufgreifen. Ein Nachweis über das Engagement ist gerade für jüngere Freiwillige gewünscht für Bewerbungen. Eine Urkunde kann aber ebenso eine Form der Anerkennung sein. Unterschiedliche Formen – je nach Wunsch des Ausscheidenden – sollten vorher bedacht und evtl. auch schon ausgearbeitet / vorbereitet sein. Auf jeden Fall müssen sie ohne vorherige Nachfrage angeboten werden.

Zusammengestellt von Judith Klingen, fairrhein, Fair-Handels-Beratung Niederrhein

Quellen:

- Sarah G. Hoffmann, Carola Reifenhäuser, Thomas Kegel: *Freiwilligen-Management*. ZIEL Verlag (Augsburg) 2009.
- Kompetenzzentrum – Ehrenamt; Paritätische Akademie gGmbH: *TOOLBUCH - Handreichung für das Ehrenamtsmanagement – Arbeit mit Ehrenamtlichen; Arbeitsversion; 2006; (online verfügbar unter: <http://www.ehrenamtsbibliothek.de/literatur/Toolbuch%20Handreichung%20fuer%20das%20Ehrenamtsmanagement.pdf>)*
- Weltladen-Dachverband e.V.: *Neue Mitarbeiter/innen gewinnen und einarbeiten. Modul zum Weltladen-Handbuch. Mainz 2007*

Tätigkeitsprofil

Aufgaben/Ziele des Weltladens/Vereins

Aufgaben/Ziele des konkreten Projekts/Aufgabengebiet

Was genau ist zu tun?

Anforderungen/Wünsche an Freiwillige

Vorkenntnisse, Zeiten (Stunden/Zeitpunkt)

Biografische Gesichtspunkte (Alter, Geschlecht)

Grundinstellungen

Zielgruppe (Wen suchen wir für diese Tätigkeit)

Was bieten wir

-
-
-

Kontaktdaten:

Ansprechperson

Tätigkeitsprofil

Dekorieren im Weltladen

Aufgaben/Ziele des Weltladens/Vereins

Dekorieren von Schaufenster, Regale, Präsentationstisch

Aufgaben/Ziele des konkreten Projekts/Aufgabengebiet

Präsentation der Waren, Weitergabe von Informationen, Produktfenster / „Landfenster“

Was genau ist zu tun?

Ladenfenster ausräumen, neue Ware sichten, Putzen, „Grundgerüst suchen, Deko
heraussuchen, Plakate sichten

Anforderungen/Wünsche an Freiwillige

Vorkenntnisse, Zeiten (Stunden/Zeitpunkt)

Kreativität, Auseinandersetzung mit Thema „Fairer Handel, Konzept schreiben mit
Halbjahresplanung, Zeitaufwand: 2 Stunden / Fenster / Dekorieren, Nachauspreisen,
Foto machen für Homepage

Biografische Gesichtspunkte (Alter, Geschlecht)

Sicher auf Leitern stehen

Grundeinstellungen

Motivation zum Fairen Handel, Lust auf Dekorieren

Zielgruppe (Wen suchen wir für diese Tätigkeit)

Was bieten wir

- Ausleben der eigenen Kreativität
- Freie Zeiteinteilung
- Anerkennung durch Kunden und Mitarbeitern

Kontaktdaten:

Ansprechperson

Tätigkeitsprofil

Buchhalterin für Weltladen-Verein

Aufgaben/Ziele des Weltladens/Vereins

Förderung des fairen Handels

Aufgaben/Ziele des konkreten Projekts/Aufgabengebiet

Buchhaltung

Was genau ist zu tun?

Alle anfallenden Buchungen im Verein und Weltladen, Kassenbericht verbuchen, Einzahlungen verbuchen, Rechnungen bezahlen, Mitgliedbeiträge einziehen

Anforderungen/Wünsche an Freiwillige

Vorkenntnisse, Zeiten (Stunden/Zeitpunkt)

EDV – am besten Buchhaltungsprogramm, Zahlenverständnis, Steuererklärung wäre gut – muss aber nicht sein.

Biografische Gesichtspunkte (Alter, Geschlecht)

-

Grundeinstellungen

Termingerecht, zuverlässig, ehrlich

Zielgruppe (Wen suchen wir für diese Tätigkeit)

Kaufmännischer Background wäre vorteilhaft (Bank-), jemand der sich auf den Laufenden hält

Was bieten wir

- Mitarbeit in einem dynamischen Team
- Posten in der Vorstandsschaft
- Wir-Gefühl – etwas für eine gute Sache zu tun

Kontaktdaten:

Ansprechperson

Tätigkeitsprofil

Öffentlichkeitsarbeit für Verein Weltladen

Aufgaben/Ziele des Weltladens/Vereins

-

Aufgaben/Ziele des konkreten Projekts/Aufgabengebiet

Laden und Gedanken des fairen Handels populär, präsent machen; Aufmerksamkeit auf uns lenken, unser Tun positiv präsentieren

Was genau ist zu tun?

Artikel für Zeitung, Kontakte zur Stadt, Schule, Vereine und Gruppierungen, Ideen haben und durchführen

Anforderungen/Wünsche an Freiwillige

Vorkenntnisse, Zeiten (Stunden/Zeitpunkt)

Gute PC-Kenntnisse, freie Zeiteinteilung, keine feste Gestaltung, Kontakte, druckfertig formulieren, Fotos

Biografische Gesichtspunkte (Alter, Geschlecht)

egal

Grundeinstellungen

Muss hinter der Idee stehen, Kontaktfreudig, inhaltliches (?) Wissen

Zielgruppe (Wen suchen wir für diese Tätigkeit)

Journalist, Marketing-Kenntnisse

Was bieten wir

- Lebendiges Team
- Freie ?? / Sinnvolle Aufgabe
- Freie Kreativität

Kontaktdaten:

Ansprechperson

Tätigkeitsprofil

Ladendienst im Weltladen

Aufgaben/Ziele des Weltladens/Vereins

Öffentlichkeitsarbeit, gesellschaftliches Engagement, politische Bildung, Fachgeschäft für Fairen Handel

Aufgaben/Ziele des konkreten Projekts/Aufgabengebiet

Auskunft geben können, Kundenberatung, Verkaufen, Kasse bedienen, Lagerpflege, Regalpflege, Übersicht (Nachschub), Produktkenntnisse über Fairen Handel, Argumentieren können

Was genau ist zu tun?

Repräsentation, Verkauf, Korrekt abrechnen, Ladenabschließen

Anforderungen/Wünsche an Freiwillige

Vorkenntnisse, Zeiten (Stunden/Zeitpunkt)

Ahnung von fairem Handel, Aufgeschlossenheit, Teamfähig, zuverlässig, ehrlich, Zeitpuffer, Kommunikativ, verantwortungsbewußt, pünktlich, Interesse an WL-Themen

Biografische Gesichtspunkte (Alter, Geschlecht)

Mind. 18 (wenn alleine Dienst) Geschlecht: egal

Grundeinstellungen

Toleranz, Freundlichkeit, Geduld, gepflegte Erscheinung

Zielgruppe (Wen suchen wir für diese Tätigkeit)

Gemischtes Team – Querschnitt der Bevölkerung

Was bieten wir

- Nettes Team, schöne Umgebung, Umgang mit hochwertigen Waren,
- Solide Einarbeitung, Geselligkeit, Mitarbeit bei Aktionen
- Weiterbildung, Zugehörigkeitsgefühl, selbstständiges Arbeiten, Ausprobieren der eigenen Fähigkeiten

Kontaktdaten:

Ansprechperson

Tätigkeitsprofil

Koordination des Weltladen / Ladenleitung

Aufgabe sehr umfangreich, Arbeitsauftrag in der Kürze der Zeit nicht zu machen,

Aufgaben/Ziele des Weltladens/Vereins

-

Aufgaben/Ziele des konkreten Projekts/Aufgabengebiet

-

Was genau ist zu tun?

-

Anforderungen/Wünsche an Freiwillige

Vorkenntnisse, Zeiten (Stunden/Zeitpunkt)

-

Biografische Gesichtspunkte (Alter, Geschlecht)

-

Grundeinstellungen

-

Zielgruppe (Wen suchen wir für diese Tätigkeit)

-

Was bieten wir

•

Kontaktdaten:

Ansprechperson

Weltladen XY

Musterstrasse 2, 80000 Musterstadt

Tel: 01234 / 56789

info@weltladen-xy.de

www.weltladen-xy.de

Team- foto

Wir suchen _____ (z.B. Ehrenamtliche für den Ladendienst / Journalist/innen / Betreuer/innen unserer Website / Unterstützer/innen für Kampagnen, ...)

Der Weltladen XY hat sich zum Ziel gesetzt, durch Zahlung gerechterer Löhne für Landarbeiter/innen, Produzent/innen,... menschenwürdigere Lebensbedingungen durch den Verkauf fair gehandelter Produkte zu schaffen und damit Alternativen zum bestehenden Welthandelssystem aufzuzeigen.

Wir sind ein Team aus _____ Mitarbeiter/innen, die sich neben dem Verkauf von fair gehandelten Waren auch mit _____ beschäftigen.

Wir suchen Menschen die Lust haben sich bei uns für den Fairen Handel zu engagieren!

Zeitlicher Rahmen: _____ (z.B. x Stunden die Woche / Monat / nach Absprache, regelmäßige Teamsitzungen alle 4 Wochen, ...)

Aufgaben die Dich erwarten: _____ (z.B. Beratung und Verkauf, Kasse, Warenauszeichnung, Regale auffüllen, Warenpräsentation, Vorbereitung von Kampagnen und Aktionen, Lesen von Info-Material, Betreuung unserer Website und Facebook, ...)

Was wir dir bieten: _____ (z.B. Fortbildung, nettes Team, Versicherungsschutz, Kampagnen, Möglichkeit sich kreativ einzubringen, ...)

Voraussetzungen: _____ (z.B. freundlich und offen, Freude am Umgang mit Menschen, flexibel, ehrlich, teamfähig, selbständig. Bereitschaft die Beschlüsse der Mehrheit zu tragen, Lust auf selbstständiges Arbeiten, Umgang mit neuen Medien,)

Meldet Euch bis: _____ (z.B. ab sofort bis Ende des Monats, bis Ende des Jahres,...)

Ansprechpartner/in: _____ (z.B. Frau Mustermann, Tel.: 01234/ 56789, Mustermann@gmx.de, jeden Dienstag zw. 10-18 Uhr im Weltladen)

Ihr wollt uns kennenlernen? Unser nächstes Teamtreffen / nächstes Kennenlernetreffen ist am _____ um _____ Uhr!

Handout Kommunikation

Das folgende Handout bietet zunächst einen Überblick darüber, wie Informationen generell gestaltet werden sollten und wie sie verbreitet werden können. Darauf aufbauend werden Formen der Verbreitung von Informationen gegenüber Mitarbeiter/innen mit ihren Vor- und Nachteilen gezeigt. Um eine langfristige Identifikation der Mitarbeiter/innen mit dem Weltladen zu gewährleisten, geht es zum Schluss noch um partizipative Kommunikation & vertrauensvolle Kommunikation bei Problemen.

1. Neue Mitarbeitende gewinnen

1.1. Gestaltung von Informationen so, dass ...

... die Zielgruppe aufmerksam wird

- Schlagworte, die bekannt sind und aufmerksam machen
- Direkte Ansprache
- Ansprechende und gut lesbare Gestaltung der Informationen

... der Sinn des EA deutlich wird

- Ausgewählte und überzeugende Gründe, sich für den Fairen Handel zu engagieren
- Verdeutlichen, warum eine Mitarbeit im Weltladen diese Ziele und das Team weiterbringen
- und warum man sich für den Weltladen entscheiden sollte

... der persönliche Nutzen einer Mitarbeit aufgezeigt wird

- Attraktivität der Aufgabe für eine ehrenamtliche Mitarbeit herausstellen
- Exemplarisch die Gründe darstellen, die zur Mitarbeit anderer Ehrenamtlicher geführt haben
- Perspektiven aufzeigen (Fortbildungen, Verantwortung, soziale Kontakte,..)

... klar ist, wer bis wann gesucht wird und an wen man sich wenden muss

- Wer wird gesucht und was wird von ihm erwartet /bzw. nicht erwartet?
- Bis wann wird gesucht? Wenn die Information schon älter ist, kann schnell der Eindruck entstehen, dass sie nicht mehr aktuell ist. Regelmäßig erneuern.
- Ansprechpartner für Fragen und Interesse an einer Mitarbeit deutlich kennzeichnen und Erreichbarkeit kennzeichnen

1.2. Verbreitung von Informationen:

Um möglichst viele Menschen zu erreichen, sollten möglichst mehrere Wege der Ansprache genutzt werden. Je nach Medium muss die Information dann jedoch auch gekürzt oder um weiteren Inhalt erweitert werden.

- **persönliche Ansprache / Infostände:** kurz und knapp -> siehe Elevator Speech

- **Flyer /Gemeindebriefe:** hier kann die komplette Suchanfrage auftauchen. Bei Flyern umliegende Geschäfte/Cafés bitten, die Flyer auslegen zu dürfen. Postwurfsendung im nahen Umkreis.
- **Pressemitteilung:** Nicht alles, was man seiner Umwelt gerne mitteilen möchte, gehört in eine Pressemitteilung. Journalist/innen suchen Themen, die einen Bezug zu den Leser/innen und der Region haben. Hier bietet sich ein verkürzter Aufruf am Ende einer Mitteilung über die nächste Veranstaltung an.
- **Internet:** Die eigene Website darf nicht vergessen werden, erreicht jedoch meist nur einen begrenzten Kreis potenziell Interessierter. Facebook und andere soziale Medien helfen dabei, die Information auch ohne weiteres Zutun zu verbreiten (hier Information aber nur in wenigen ansprechenden Sätzen anreißen und kompletten gestalteten Text verlinken). Zudem sollten (Ehrenamts-)Jobbörsen nicht vergessen werden (z.B. www.ehrenamt-deutschland.org).
- **Multiplikator/innen-Schulungen bzw. Interessent/innen-Abende:** Auch wenn generell Interesse am Thema geweckt ist, können Berührungängste bestehen. Typische Unsicherheiten können z. B. sein: Komme ich mit den anderen aus der Gruppe klar? Verstehe ich den Fairen Handel überhaupt und kann ich ihn erklären? Sind die Gruppe und die Arbeit so organisiert, dass ich mich wohl fühle? Ein Interessent/innen-Abend bietet die Möglichkeit unverbindlich das Team kennenzulernen und Fragen zu klären. Multiplikator/innen-Schulungen stellen Kontakt her zu Engagierten, die später vielleicht auch den eigenen Weltladen in der bildungspolitischen Arbeit unterstützen.

2. Mitarbeitende halten

2.1. Verbreitung von Informationen

Auch hier sollten möglichst mehrere (alle) Informationskanäle genutzt werden.

- **Mündliche Verbreitung bei öffentlichen Sitzungen der Gruppe:** Gut, um ins Gespräch zu kommen und Fragen zu klären. Aber meist erheblicher Zeitverzug und nur für Anwesende gewinnbringend.
- **E-Mail-Verteiler:** Gut, um schnell über Neuigkeiten und Entscheidungen zu informieren. Nur begrenzt geeignet, um über Sachverhalte zu diskutieren und nur selten geeignet, um jede/jeden im Team zu erreichen.
- **Ladenbuch:** Ein fester Ort im Laden, an dem alle Informationen gesammelt werden und der für alle Mitarbeitenden einsehbar ist. Gut, um Ehrenamtliche zu erreichen, die nur selten zu Sitzungen kommen und auch nicht über das Internet erreichbar sind. Aber nur sehr beschränkte Möglichkeit, Ideen und Fragen aufzufangen. Ansprechpartner/innen unter jeder Information können hier zumindest teilweise Abhilfe verschaffen.

2.2. Partizipative Kommunikation / Foren bieten:

Die Möglichkeit mitzugestalten erhöht die Identifikation mit der Gruppe und der Arbeit. Natürlich möchte nicht jede/jeder Ladendienst alles mitentscheiden, dennoch muss es für jede/jeden in der Gruppe möglich sein, Ideen einzubringen, Fragen zu stellen und gegebenenfalls auch an der Entscheidungsfindung beteiligt zu sein.

- Zunächst bieten sich dafür natürlich öffentliche Ladensitzungen an, die neben der Verbreitung von Informationen auch ein Forum für Diskussionen und Ideen bieten.
- Für den Fall, dass viele „Gestalter/innen“ in einer Gruppe sind und Diskussionen im Plenum so leicht ausufern können, bietet sich ein Arbeitsgruppen-Modell als Organisationsstruktur an. Hier kann themenspezifisch (Einkauf, Dekoration, Werbung,...) im kleinen Kreis diskutiert werden, was dann bei öffentlichen Ladensitzungen vorgestellt wird. Jeder/jedem Interessierten sollte der Ein- und Ausstieg aus Arbeitsgruppen offenstehen.

2.3. Vertrauensvolle Kommunikation / Ansprechpartner/innen

- Sollte es zu Problemen in der Gruppe kommen, oder wenn jemand mit ihren/seinen Aufgaben unzufrieden ist, wird dies nicht unbedingt in einer öffentlichen Diskussion geäußert werden. Nur wenn Ansprechpartner/innen für solcherlei Belange klar sind und hier auch eine gewisse Verschwiegenheit garantiert wird, kann es gelingen solche Sachverhalte zur Sprache zu bringen.
- Die Organisationsstruktur der Gruppe muss hier genau betrachtet werden und es sollten für Probleme Ansprechpartner/innen benannt werden, die im Idealfall außerhalb des alltäglichen operativen Geschäftes stehen, aber dennoch Führungsaufgaben innerhalb der Gruppe übernehmen.

Zusammengestellt von Judith Kligen, fairrhein, Fair-Handels-Beratung Niederrhein

Quellen:

- *Caritas in NRW: „win-win-für Alle“ Praxishandbuch Ehrenamtskoordination; 2013*
- *Sarah G. Hoffmann, Carola Reifenhäuser, Thomas Kegel: Freiwilligen-Management. ZIEL Verlag (Augsburg) 2009.*

Handout Schatzkarte – Wo und wie finde ich Ehrenamtliche?

Das folgende Handout zeigt Ihnen die wichtigsten Überlegungen wo und wie man Ehrenamtliche findet. Eine Methode ist sich über die Zielgruppe und die Wege wie man sie erreichen kann, eine „Schatzkarte“ anzufertigen.

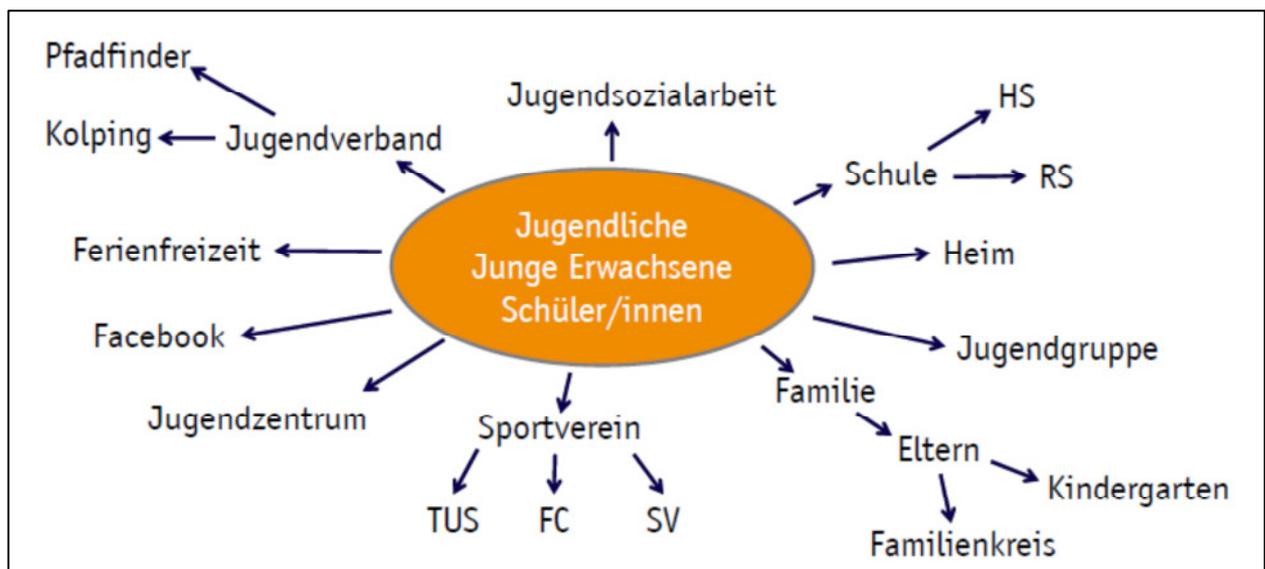
Viele Wege – eine Schatzkarte:

Bevor die Suche nach Ehrenamtlichen beginnt, ist es zweckmäßig sich kurz mit folgenden Fragen auseinander zu setzen:

Schritt A:

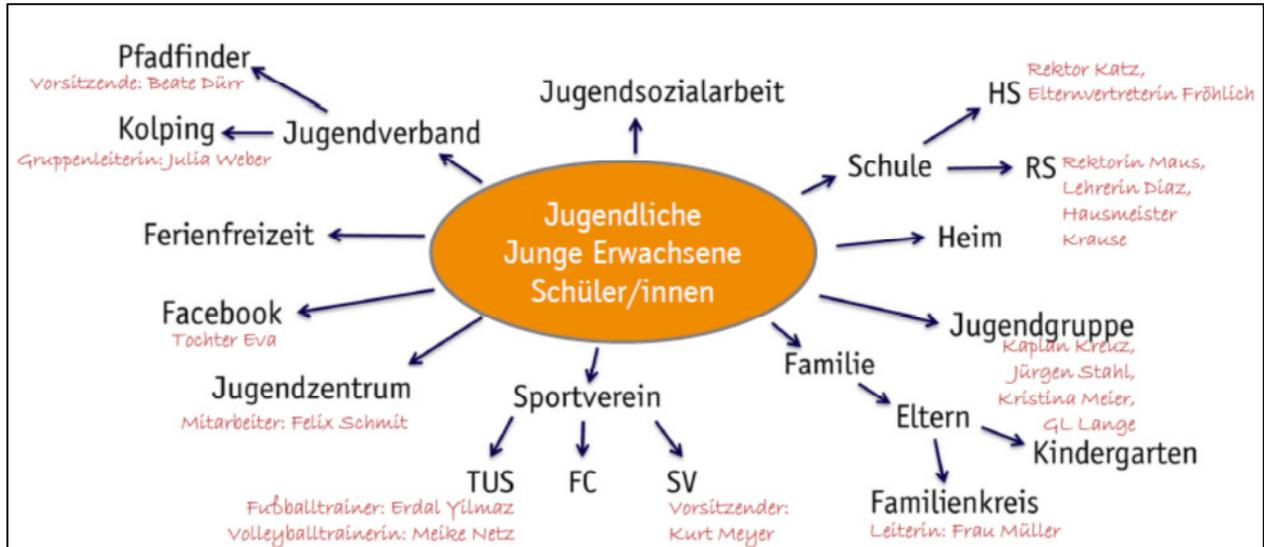
- Wo treffe ich die Mitglieder dieser Zielgruppe an?
- Welche Zeitschriften / Internetseiten / Sozialen Medien kommen in Frage?
- Auf welchen öffentlichen Ereignissen sind sie zu finden?
- Was beschäftigt sie?
- Mit wem reden sie, auf wen hören sie?
- Mit welchen Einrichtungen, Organisationen haben sie zu tun?
- Welche Erfahrungen haben sie gemacht?
- Wer hat Kontakt zu ihnen?

Dies kann grafisch als „Karte“ zu veranschaulicht werden, z.B. Aktion für Jugendliche



Schritt B:

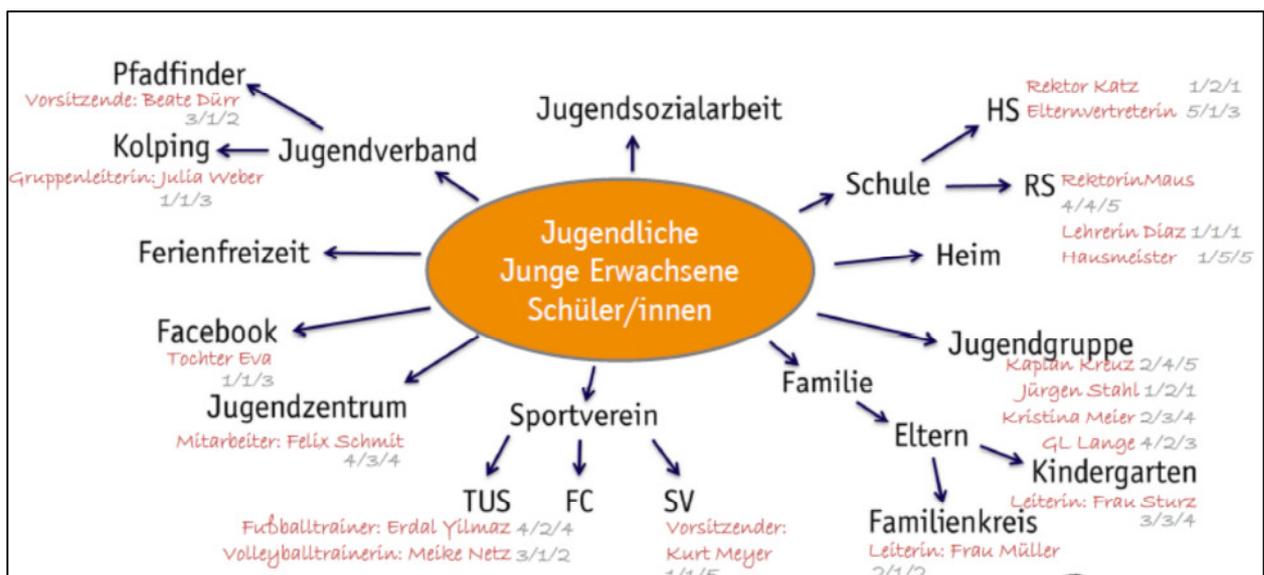
- Zu wem habe ich direkten oder indirekten Kontakt?
- Zu wem sollte / könnte ich Kontakt aufnehmen?
- Ergänzungen von Namen, Kontakten, MultiplikatorInnen, Einrichtungen etc. so konkret wie möglich!



Schritt C

Bewertung jedes Kontaktes nach dem Schulnotensystem (1 bis 6) mit je drei Noten (z.B. 1/4/3)

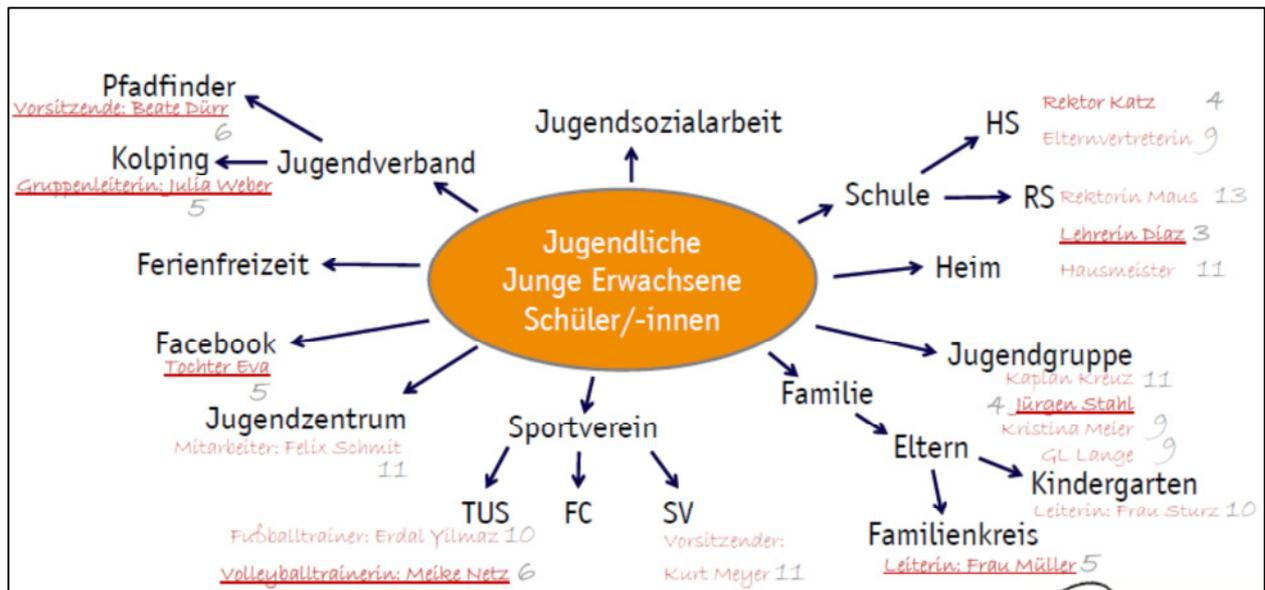
1. Note: Wie gut ist der Kontakt? (kenne ich / kennt mich)
2. Note: Wie einflussreich ist der Kontakt? (guter Draht zur eigentlichen Zielgruppe)
3. Note: Wie hoch schätze ich die Werbewirkung ein? (Erfolgsaussichten zu meinem Anliegen)



Schritt D

Jeweils alle drei Ziffern zusammenzählen – die Kontakte mit den zehn niedrigsten Werten bilden die „Top-Ten“

- Wie sind die Kontakte erreichbar?
- Wie spreche ich sie an?
- Wann ist der richtige Zeitpunkt?
- Welche Informationen benötigen sie?
- Wie kann ich „nachfassen“?



Idee: Dirk Steinmeyer, Süd Nord Beratung Osnabrück

Weitere Anregungen, wie und wo man potenzielle Freiwillige ansprechen kann

- Bericht in der Tagespresse
 - Regelmäßige Kolumne „Freiwillige gesucht“ in den Druckmedien
 - Stand bei Freiwilligen-Börsen oder Freiwilligen-Messen
 - Infostand in der Fußgängerzone oder auf Bürgerfesten
 - Infostand bei „Neubürger-Empfängen“
 - Kooperationen / Partnerschaften mit anderen Einrichtungen wie z.B. Kindergärten, Schulen, Sportvereinen
 - Artikel oder Anzeige in den Schülerzeitungen
 - Werbe-Spot im Radio
 - Plakate und Poster
 - Sachbeiträge mit Bezug auf die „großen“ Themen der Tagespresse (Arbeitsmarkt, Renten, Armut, Flüchtlinge“
 - Postkartenaktionen
 - „Wir suchen ...“ am Brief oder Mailende
 - Lokale Freiwilligenagenturen
- (aus Sarah G. Hoffmann, Carola Reifenhäuser, Thomas Kegel: *Freiwilligen-Management*. ZIEL Verlag (Augsburg) 2009. Seite 86f)

Handout Leitfaden für das Erstgespräch

1. Die Einladung:

Laden Sie einen oder auch mehrere Interessenten zum Erstgespräch ein und organisieren Sie Raum, Getränke und ausreichend Zeit. Erklären Sie im Vorfeld, wo Sie zu finden sind und ob Sie z.B. die Fahrtkosten erstatten. Schicken Sie auch, wenn möglich, bereits Informationsmaterial über Ihre Organisation zu.

2. Vor dem Gespräch

Bereiten Sie sich kurz auf das Gespräch vor und überlegen Sie sich noch einmal, welche Engagementangebote Sie für den Interessenten zur Verfügung haben. Die grundsätzliche Haltung im Gespräch ist „auf einer gleichen Augenhöhe“. Sie führen kein Bewerbungsgespräch!

3. Im Erstgespräch

... Sie beginnen das Gespräch

Sie sollten im Gespräch den Anfang machen und nach der Begrüßung sich (auch ihre Position) und Ihre Organisation kurz vorstellen.

4. Im Gespräch

... lernen Sie ihr Gegenüber kennen

Lassen Sie den Interessenten sich anschließend vorstellen und fragen Sie nach Interessen, Fähigkeiten und Erwartungen. Versuchen Sie herauszufinden, welche Motive der Interessent für ein Engagement hat. Fragen Sie, wie viel Zeit ihr Gegenüber zur Verfügung hat und ob das Engagement zeitlich befristet sein soll.

Hören Sie aufmerksam zu und zeigen Sie ehrliches Interesse und Wertschätzung, auch wenn Ihr Gegenüber nicht Ihre Erwartungen erfüllt.

5. Im Gespräch

... passen wir zueinander?

Stellen Sie dann die möglichen Engagementangebote detailliert vor und überlegen Sie gemeinsam, welches Engagement am besten zu Ihrem Gesprächspartner passen könnte. Überlegen Sie ehrlich, ob die Person sich dafür eignet und sprechen Sie offen darüber, welche Kenntnisse ihrer Meinung nach fehlen und ob und wie man dies durch eine geeignete Qualifizierung oder eine gute Einarbeitung ausgleichen könnte.

Auch wenn es schwer fällt, sollten Sie sich nicht scheuen, einen Interessenten abzulehnen, wenn Sie der Überzeugung sind, dass er überhaupt nicht zu den Werten und Zielen Ihrer Organisation passt. Sie ersparen allen Beteiligten viel Zeit und Ärger.

Sie können natürlich einen Interessenten, für den Sie aktuell kein passendes Ehrenamt haben, an eine andere Einrichtung oder eine Freiwilligenagentur weitervermitteln.

6. Im Gespräch

... was bieten wir dem neuen Freiwilligen?

Haben Sie eine freiwillige Aufgabe gefunden, die zu beiden Seiten gut passt, sollten Sie noch über die konkreten Rahmenbedingungen des Engagements informieren. Diese könnten sein:

- Beginn und Dauer der Einarbeitung oder Probephase
- Ansprechpartner
- Auslagererstattung (Fahrkosten, Verpflegung)
- Versicherungsschutz sowie Rechte und Pflichten (Schweigepflichterklärung, Datenschutzerklärung, verbindliche Zeiten)
- Fort – und Weiterbildungsmöglichkeiten
- Persönliche Entwicklungsmöglichkeiten
- Formen der Anerkennung

7. Im Gespräch

... wir sind uns einig und treffen eine Vereinbarung

Für die Zeit der freiwilligen Tätigkeit sollten beide Seiten, die Organisation und der Freiwillige, eine gewisse Verbindlichkeit schaffen. Diese kann in einer Vereinbarung schriftlich festgehalten werden, muss aber in jedem Fall mündlich vereinbart werden und erklärt werden.

Siehe auch Engagement-Vereinbarungen

(aus Sarah G. Hoffmann, Carola Reifenhäuser, Thomas Kegel: Freiwilligen-Management. ZIEL Verlag (Augsburg) 2009. Seite 89f)

Muster-Vereinbarung über freiwillige Tätigkeit

Zwischen dem „Weltladen XY“ und Herrn/Frau __ (Name, Adresse) __ wird folgende Vereinbarung über eine ehrenamtliche Tätigkeit getroffen:

Herr/Frau _____ wird (a) in der Zeit vom _____ bis _____ / (b) ab dem _____ wöchentlich / monatlich ca. _____ Stunden im _____ freiwillig und unentgeltlich für den „Weltladen XY“ tätig.

Herr/Frau _____ wird die im Anhang beschriebenen Tätigkeiten ausführen.

Vom „Weltladen XY“ erhält Herr/Frau _____

- auf Wunsch ein Infopaket mit Informationen über die Organisation und das Einsatzgebiet,
- ein Einführungsgespräch oder eine Einführungsveranstaltung und nach Möglichkeit Fortbildungsangebote,
- Unterstützung und Anleitung durch die Mitarbeiter/innen,
- Einen Haftpflicht- und Unfallschutzversicherungsschutz während des Einsatzes für den „Weltladen XY“,
- Eine pauschale Auslagenerstattung,
- Für die Tätigkeit benötigte Arbeitsschuttmittel, Arbeitsschutzbelehrungen und Ausrüstung / Material
- Auf Wunsch eine Bescheinigung über die Art und den Umfang der freiwilligen Tätigkeit,
- Bei Fragen und Schwierigkeiten ein Gespräch in vertraulicher Atmosphäre.

Herr/Frau _____ stimmt zu,

- seiner/ihrer allgemeinen Sorgfaltspflicht nachzukommen,
- seine/ihre freiwilligen Tätigkeiten entsprechend den Zielen des „Weltladen XY“ durchzuführen,
- an einem Einführungsgespräch oder einer Einführungsveranstaltung teilzunehmen,
- die Schweigepflicht bzgl. vertraulicher Daten einzuhalten,
- während freiwilliger Tätigkeiten in Kontakt zur Öffentlichkeit eine Identifikation-Plakette des „Weltladen XY“ sichtbar zu tragen,
- getroffene Vereinbarungen über Einsatzzeiten und – aufgaben zu erfüllen und eine Verhinderung frühestmöglich bekannt zu geben,
- den „Weltladen XY“ frühestmöglich über die Absicht, die freiwillige Tätigkeit zu beenden, zu informieren.

Ort, Datum

Weltladen XY / Ladenleiterin

Freiwillige/r

Nach: „Muster-Vereinbarung über freiwillige Tätigkeiten“, aus Sarah G. Hoffmann, Carola Reifenhäuser, Thomas Kegel, 2009: Freiwilligen-Management. Augsburg: ZIEL Verlag, S.92

Handout Anerkennungskultur

Warum ist Anerkennung wichtig?

- sie motiviert die Ehrenamtlichen / Freiwilligen
- sie bewirkt, dass Ehrenamtliche / Freiwillige sich über längere Zeit für die Organisation binden
- sie hilft, dass die Organisation neue Ehrenamtliche / Freiwillige gewinnt

→ Bekenntnis der Organisation zur geregelten Anerkennung des Engagements und eine Anerkennungskultur in der Organisationsstruktur fest verankern!

Wie sollte Anerkennung erfolgen?

Anerkennung sollte...

- persönliche Vorlieben berücksichtigen,
- aufrichtig sein,
- zeitnah erfolgen,
- kontinuierlich stattfinden,
- die Verhältnismäßigkeit wahren,
- zur Organisation passen,
- verschiedene Personen einbinden,
- gegenüber den Ehrenamtlichen / Freiwilligen in einer Organisation "gleichmäßig" verteilt sein.

(In Anlehnung aus „Ideenhandbuch Anerkennung“ der „Aktion zusammen wachsen“ Herausgeber „Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration, Berlin, 2009)

Welche Anerkennungsmöglichkeiten gibt es?

- Bandbreite ist sehr groß: vom "stillen" Danke bis zur öffentlichen Ehrung.
- Anerkennung Veröffentlichung oder offizielle Ehrungen
- Anerkennung durch persönliche Wertschätzung
- Anerkennung durch Weiterbildung
- Anerkennung durch Beteiligung und Mitbestimmung
- Anerkennung durch materieller Art: Erstattung Auslagen, Aufwandsentschädigungen, Geschenke zum Geburtstag, Freikarten, Ehrenamtskarte der Kommune

(in Anlehnung aus Sarah G. Hoffmann, Carola Reifenhäuser, Thomas Kegel, 2009: Freiwilligen-Management. Augsburg: ZIEL Verlag, S.107)

Arbeitsauftrag:

Stellen Sie sich für einige konkrete ehrenamtliche MitarbeiterInnen in Ihrer Organisation (möglichst unterschiedliche Personen, Alter, Geschlecht, Mentalität, Interessen etc.) vor. Überlegen Sie aus welcher Motivation die Personen ehrenamtlich aktiv sind und welche Anerkennungsformen für diese Personen geeignet wären. Erstellen Sie persönliche, der Leistung entsprechende Möglichkeiten der Anerkennung.

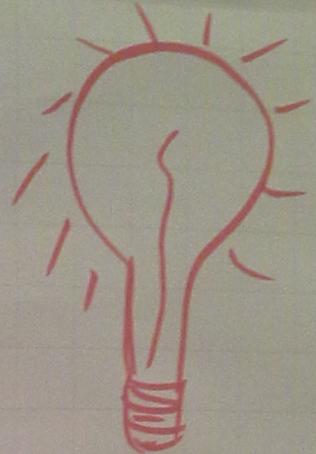
| Mitarbeiter/in | Motivation für das Engagement | Form der Anerkennung |
|----------------|-------------------------------|----------------------|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

Anerkennung für Dienste

- Weihnachtskarte
- Geschenkscheine | zu Weihnachten
- Geburtstagsgeschenk als 60
- Geburtstagskarte jährlich
- Mitarbeiterfest z.T. mit Kostenübernahme
- Mitarbeiter - Ausflug mit z.T. Kostenübernahme
- regelmäßige Mitarbeiterkontakte durch den Vorstand
- ~~Kleine~~ Information und Vorkommnisse bei Laden helfen
- Einheit bei besonderen Fortbildungen / Veranstaltungen
- Einkaufsrabatte z.T. nur zeitlich begrenzt
- Adventsfeier mit Zwangstombola
- Freies Essen bei Jubiläum



IDEEN POOL



- Freianzeigen in der Zeitung
- Flyer mit Rabattcode für Neukunden
- Ladenportal geöffnet
→ statt Miete zahlen
- IT-Spende von Sparkasse
- Werbung: auf Anhänger / Fahrzeug
- Kaffee fährt im Stadtbus
- Trommelsuppe im Ladenumfeld

Literaturliste

Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration (Hrsg.), 2009: Ideenhandbuch für die Anerkennung bürgerschaftlichen Engagements in Patenschafts- und Mentoringprojekten. Berlin

Berufsgenossenschaft Handel und Warenlogistik (BGHW): www.bghw.de

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (Referat Information, Publikation, Redaktion), 2014: Zu Ihrer Sicherheit – Unfallversichert im freiwilligen Engagement. Bonn
http://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF-Publikationen/a329-unfallversichert-im-engagement.pdf;jsessionid=A27BDEA33BA59D5AAF965ABA60F76FF6?__blob=publicationFile&v=2
 (zit. 14.09.2015)

bagfa – Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen e.V. - Freiwillige willkommen!!! Qualifizierung und Zertifizierung von Einsatzstellen zum Freiwilligenmanagement – Ein Leitfa- den für die Praxis. Juni 2014

Caritas in Nordrhein-Westfalen, 2013: win-win für Alle! Praxishandbuch Ehrenamtskoordination. [Bezug über die *Diözesan-Caritasverbände in NRW*, <http://www.caritas-nrw.de/magazin/2013/artikel/ehrenamt-im-wandel> (zit. 14.09.2015)]

Freiwilligenagentur Marburg-Biedenkopf e.V.: Engagementangebote im Bereich "EINE WELT". http://www.freiwilligenagentur-marburg.de/index.php?article_id=339 (zit. 14.09.2015)

Sarah G. Hoffmann, Carola Reifenhäuser, Thomas Kegel, 2009: Freiwilligen-Management. Augsburg: ZIEL Verlag.

Stiftung Mitarbeit – Perspektiven entwickeln – Veränderungen gestalten – Eine Handreichung für Vereinsvorstände – Arbeitshilfen Nr. 48 - Bonn 2015

Kompetenzzentrum – Ehrenamt Paritätische Akademie (Hrsg.), 2006: TOOLBUCH Handrei- chung für das Ehrenamtsmanagement – Arbeit mit Ehrenamtlichen. Berlin
<http://www.ehrenamtsbibliothek.de/literatur/Toolbuch%20Handreichung%20fuer%20das%20Ehr enamtsmanagement.pdf> (zit. 14.09.2015)

Verwaltungs-Berufsgenossenschaft (VBG): www.vbg.de

Weltladen-Dachverband e.V. (Hrsg.), 2007: Neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Weltladen gewinnen und einarbeiten. Mainz