

HIER UND JETZT ENGAGIERT

VIER BEISPIELE FÜR DIE ERFOLGREICHE MOBILISIERUNG
NEUER FREIWILLIGER

von Jakob Samochowiec

CREATING

FUTURES



IMPRESSUM

AUTOR

Dr. Jakub Samochowiec

REDAKTION

Adrian Lobe

LAYOUT/ILLUSTRATION

Joppe Berlin, www.joppeberlin.com

GDI RESEARCH BOARD

Karin Frick, Dr. Johannes C. Bauer, Dr. Gianluca Scheidegger, Dr. Petra Tipaldi, Christine Schäfer

© GDI 2024

ISBN: 978-3-7184-7169-0

DOI: 10.59986/EBZC5765

IM AUFTRAG VON

Migros-Genossenschafts-Bund

Direktion Gesellschaft & Kultur

Löwenbräukunst-Areal

Limmatstrasse 270

Postfach 1766

CH-8031 Zürich

HERAUSGEBER

GDI Gottlieb Duttweiler Institute

Langhaldenstrasse 21

CH-8803 Rüschlikon

INHALT

03 VORWORT

04 MANAGEMENT SUMMARY

05 EINLEITUNG

07 FALLBEISPIELE

- Critical Mass
- Gärngschee – Basel hilft
- Haus pour Bienne
- OpenStreetMap

15 FRAGEN

- Einstieg
- Beziehungspflege
- Gestaltungsspielraum/Vertiefung

22 FAZIT

24 LEITFADEN FÜR DEN SELBSTCHECK

VORWORT

Zivilgesellschaftliches Engagement hat in der Schweiz eine lange Tradition. Für die Gesellschaft ist es zentral, denn es schafft Innovationen und ist die Basis gelebter und alltäglicher Demokratie.

Seit einigen Jahren verändern die zunehmende Individualisierung und die Mobilität die Bedürfnisse derer, die sich engagieren wollen. Wie auch im Arbeitskontext steigt der Wunsch, mit dem persönlichen Engagement einen gesellschaftlichen Mehrwert zu erbringen, mit eigenen Ideen mitzugestalten und dabei grösstmögliche Flexibilität für den Einsatz zu haben: hier und jetzt engagiert – ohne die Erwartung, seine Zeit verbindlich und längerfristig für die Anliegen einzusetzen. Dies stellt Vereine oder soziale Gruppen manchenorts vor die Herausforderung, wie sie Engagierte gewinnen und halten können.

Seit 1957 setzt sich das Migros-Kulturprozent für eine vielfältige, solidarische und verantwortungsbewusste Gesellschaft ein. Die Förderung und Unterstützung des freiwilligen Engagements bilden seit jeher einen Schwerpunkt in unserer Arbeit. Deshalb haben wir beim Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) diese qualitative Fallstudie in Auftrag gegeben, um an konkreten Beispielen Impulse zu erhalten, wie in der heutigen Zeit neue Freiwillige mobilisiert werden können.

Dafür wurden vier exemplarische Projekte befragt. Ausgewählt wurden sie, weil es ihnen gelingt, immer wieder neue Freiwillige zu mobilisieren und dabei in die Gesellschaft hineinzuwirken. Wie machen sie das? Was sind ihre Gemeinsamkeiten und worin unterscheiden sie sich?

Die Interviews gewähren praxisnahe Einblicke, wie niederschwellige Zugänge zu ihren Angeboten geschaffen werden. Sie zeigen, wie eine Kultur des Vertrauens und Respekts zwischen den Engagierten gestärkt werden kann. Und wie als Ergebnis dieser Kultur auch neue Unterstützer*innen Freiräume erhalten, um sich mit eigenen Ideen einzubringen und so eine Spur zu hinterlassen.

Dies alles setzt ein professionelles Verständnis voraus, Engagierten einen Rahmen zu bieten, der sie – geleitet von

einer gemeinsamen Vision – einzubinden weiss. Ob es Menschen sind, die das hauptamtlich tun, oder selbstorganisierte Netzwerke: Es sind Kümmerer*innen, die damit sicherstellen, dass bei einem Mix aus Beständigen und unverbindlich Engagierten das Projekt fortbestehen oder sich sogar weiterentwickeln kann.

Wir sind überzeugt, dass es sich lohnt, in sorgfältige und kontinuierliche Moderationsstrukturen zu investieren, damit gesellschaftliches Engagement nachhaltig wirken kann. Denn damit leistet es einen wichtigen Beitrag für die Lebensqualität in der Schweiz.

Migros-Genossenschafts-Bund
Direktion Gesellschaft und Kultur

Kerstin Klauser
Leiterin Bereich Gesellschaft

Jessica Schnelle
Leiterin Soziales

MANAGEMENT SUMMARY

Das Funktionieren unserer Gesellschaft setzt voraus, dass viele Menschen sich freiwillig engagieren und nicht nur, wenn sie sich einen finanziellen Profit davon versprechen oder gesetzlich dazu verpflichtet sind. Manche Organisationen haben jedoch Mühe, Freiwillige zu finden. Das liegt nicht daran, dass die Menschen zu Egoisten geworden sind. Freiwilliges Engagement muss sich aber an die gesellschaftlichen Veränderungen anpassen und mehr unverbindliche, punktuelle Einsätze ermöglichen.

In dieser Fallstudie werden vier Beispiele von Organisationen beschrieben, die erfolgreich darin sind, Menschen punktuell und unverbindlich zu mobilisieren. Es sind dies: «Critical Mass», die Menschen extrem unhierarchisch und schwarmähnlich bewegen kann. «Gärngschee – Basel hilft», die Hilfe für Armutsbetroffene über eine Facebook-Gruppe organisiert. Das «Haus pour Bienne», ein Kultur- und Bildungszentrum, das auf eine Örtlichkeit, in diesem Fall ein Quartiertreffpunkt, konzentriert ist. Und «OpenStreetMap», eine Open-Source-Community, die frei zugängliches und nutzbares Kartenmaterial erstellt.

Aus Interviews mit Teilnehmenden aus diesen vier Projekten haben sich zentrale, für die Mobilisierung von Freiwilligen relevante Fragen herauskristallisiert, die in einem Fragenkatalog zusammengefasst wurden. Diese Fragen werden beispielhaft für die vier Fallbeispiele beantwortet. Das zeigt auf, dass es nicht die richtige Lösung gibt und sehr unterschiedlich mobilisiert werden kann. Dieser Fragenkatalog soll anderen Organisationen, die neue Freiwillige gewinnen wollen, dazu dienen, sich in einem Selbstreflexionsprozess ihrer eigenen Position bezüglich dieser zentralen Fragen bewusst zu werden und die eigenen Strukturen und Prozesse an neue Gegebenheiten anzupassen.

Auch wenn alle vier Organisationen unterschiedlich vorgehen, haben sie doch Gemeinsamkeiten – etwa, wenn es um die Möglichkeiten der Vertiefung des Engagements Einzelner geht. Dies ist in allen vier Beispielen möglich und geschieht nicht nur durch die einfache Übernahme von mehr Verantwortung in bestehenden Strukturen. Alle vier Organisationen ermöglichen es, neue Projekte ins Leben zu rufen. Das

«Mutterprojekt» bietet dafür eine verbindende Mission, vordefinierte Umgangsformen und Werte sowie die Möglichkeit des gegenseitigen Austauschs. Diese Projekte sind also nicht nur Plattformen für punktuelles und unverbindliches Engagement. Sie sind auch Nährboden für neue Projekte, die relativ unbeaufsichtigt und autonom vom «Mutterprojekt» stattfinden. Notwendig dafür ist aber das Vertrauen, den Menschen diese Mittel für das Lancieren eigener Projekte in die Hand zu geben.

IM AUFTRAG VON

Migros-Genossenschafts-Bund
Direktion Gesellschaft & Kultur
Löwenbräukunst-Areal
Limmatstrasse 270
Postfach 1766
CH-8031 Zürich

HERAUSGEBER

GDI Gottlieb Duttweiler Institute
Langhaldenstrasse 21
CH-8803 Rüslikon