

Ehrenamtliche in der Betreuung von Menschen mit Demenz



Ehrenamtlich engagierte Menschen sind bei der Betreuung von Menschen mit Demenz und damit der Entlastung von Angehörigen unverzichtbar. Doch fallen Ehrenamtliche bekanntlich nicht vom Himmel und wachsen auch nicht auf Bäumen. Sie müssen gesucht, gefunden, für die Tätigkeit begeistert und in der Zeit ihres Engagements unterstützt und begleitet werden.

Wir wollen uns im *alzheimeraktuell* dem Thema Ehrenamt ausführlicher widmen – mit einer Serie, in der wir in den nächsten Ausgaben jeweils einen Teilaspekt des Ehrenamts beleuchten. Fundierte Unterstützung erhalten wir dabei von *Ulrike Traub*, Sozialpädagogin, Ehrenamtskoordinatorin und ausgebildet im Strategischen Freiwilligenmanagement sowie Vorständin der Alzheimer Gesellschaft Baden-Württemberg, die von ihren Erfahrungen berichtet und Tipps gibt.



Ehrenamtliche in Corona-Zeiten gewinnen – aber wie?

- Teil 1: Bedarf und Aufgabenprofile (*alzheimeraktuell* 92 und unter www.alzheimer-bw.de → Projekte & Angebote → Koordinierungsstelle

• Teil 2: Werbestrategie

Grundsätzlich gibt es zwei Strategien zur Gewinnung von (weiteren) Ehrenamtlichen:

Zum einen können Sie die *organisationsinternen Möglichkeiten* prüfen, d.h. Sie prüfen,

- ob bereits Engagierte vielleicht noch für eine zusätzliche Aufgabe zu gewinnen sind,
- ob sich Mitglieder Ihres Vereins oder Nutzer/innen Ihres Angebotes (zum Beispiel ehemalige pflegende Angehörige) gewinnen lassen,
- ob Familienmitglieder und Freunde

von Mitgliedern und Nutzer/innen, die bereits von Ihrem Angebot gehört haben, mehr darüber wissen möchten und über eine Mitarbeit nachdenken.

Zum anderen können Sie sich auf die *Gewinnung außerhalb Ihrer Organisation* fokussieren. Für beide Strategien ist die Beantwortung folgender Fragen hilfreich:

Fortsetzung

Ehrenamtliche in der Betreuung
von Menschen mit Demenz
Teil 2: Werbestrategie



Wer?

Benennen Sie genau die Gruppe von Ehrenamtlichen, die Sie ansprechen möchten (zum Beispiel Alter, Studierende/Berufstätige/Rentner/innen, Jugendliche, Männer oder Frauen) und informieren Sie sich darüber, wie die Lebenssituation, die Interessen und Motive Ihrer Zielgruppe sind. Lassen Sie ein genaues Bild Ihrer Zielgruppe entstehen. Wie ›tickt‹ diese?

Wofür?

Versetzen Sie sich in die Lage möglicher Interessenten und prüfen Sie Ihr Angebot aus deren Sicht: Ist es attraktiv und ansprechend? Passt es zu meinen Interessen? Was daran ist ansprechend und was nicht? Passt Ihr Angebot zu dieser Zielgruppe? Wenn nicht, dann stimmen Sie das Angebot besser auf die Zielgruppe ab oder wählen Sie eine andere Zielgruppe aus.

Wo?

Sammeln Sie typische Orte, an denen sich diese Zielgruppe aufhält. Wie sprechen Sie diese an? Gibt es Hürden, die überwunden werden müssen, um in Kontakt zu kommen? Wer könnte ein ›Türöffner‹ oder ›Vermittler‹ sein?

Wie?

Überlegen Sie, mit welchen Medien Sie Werbung für zukünftige Ehrenamtliche machen könnten. Die Auswahl ist abhängig von der gewünschten Zielgruppe sowie von den finanziellen Möglichkeiten Ihres Trägers oder Dienstes. Klären Sie zunächst diese Fragen und entwerfen Sie dann ein Werbekonzept.

Für die Gewinnung von Ehrenamtlichen können zusätzlich folgende drei Perspektiven dienlich sein:

1 Wer braucht jemanden für XYZ? Wer kann XYZ machen? Wo finden wir diese Person?

- *Aufgaben- bzw. bedarfsorientiert ansetzen*
Das wäre eine gezielte Werbung für Ehrenamtliche, die in den Betreuungsgruppen oder Häuslichen Betreuungsdiensten regelmäßig mithelfen sollen. Die meisten werden durch direkte Ansprache gewonnen! Zusätzlich eignen sich die klassischen Wege wie die Gemeindeblätter, Vorstellung der Engagementbereiche zum Beispiel bei Veranstaltungen oder im Gottesdienst, eine Serie über das Ehrenamt in der örtlichen Presse, Flyer, Website.

2 Welche Kompetenzen, Fähigkeiten und Gaben bringt jemand mit? Und wie können wir (neue) Beteiligungsmöglichkeiten schaffen?

- *Gaben- und ressourcenorientiert herangehen*
Für Menschen, die sich bei Ihnen melden, wird versucht, ein entsprechendes Ehrenamt zu finden. Dabei sollten Sie die Werbung so gestalten, dass Sie Freiräume für Talente, Ressourcen und Gaben anbieten, im Sinne von ›Sie genau brauchen wir‹. Dafür müssen Sie im Vorfeld klären, wo es weitere Beteiligungsmöglichkeiten bei Ihnen gibt, zum Beispiel für Ehrenamtliche, die
 - sich nur um die Tischdeko kümmern
 - nur die Fahrten begleiten
 - das Beschäftigungsmaterial aktuell und parat halten

- einen regelmäßigen Podcast zu ihrem Angebot erarbeiten und online stellen
- sich nur um die Gewinnung von ehrenamtlich Engagierten kümmern
- regelmäßig mit Angehörigen den Kontakt pflegen.



3 **Wie können wir auf Menschen zugehen, die sich bislang wenig bei uns engagieren?**

- *Zielgruppenorientiert handeln*

Es geht darum, wie wir zum Beispiel Männer, die im häuslichen Betreuungsdienst oder in der Betreuungsgruppe mitarbeiten möchten, erreichen.

Nutzen Sie die Orte, an denen sich die Zielgruppe aufhält. Vielleicht hilft ein Infostand über Ihr Angebot hinter der Kasse im Supermarkt. Je nach Uhrzeit erreichen Sie dort ganz unterschiedliche Gruppen.

Versuchen Sie es doch einmal zwischen 21 und 22 Uhr, wenn Sie Jugendliche erreichen wollen. Oder Sie gestalten einen Infostand in einem Autohaus beim verkaufsoffenen Sonntag.

Je nach Standort bietet sich auch eine vorbereitende Schulung für interessierte Studierende direkt an der Uni oder an der Hochschule an. Beachten Sie dabei, dass sich manche Zielgruppen nur für einen begrenzten Zeitraum zur Verfügung stellen wollen.

Vielleicht bitten Sie die bereits aktiven Ehrenamtlichen, an einem bestimmten Tag jemanden aus ihrem Bekanntenkreis zu einem Betreuungsnachmittag mitzubringen. So lernen ›Fremde‹ Ihr Angebot besser kennen, sprechen darüber und werben so für Sie.

Der 5. Dezember ist jedes Jahr der *Internationale Tag des Ehrenamtes* und der 21. September der *Welt-Alzheimerstag*. Vielleicht können Sie ein solches Datum zum Anlass nehmen?

Aktuell erschwert die Pandemie die Gewinnung von Ehrenamtlichen erheblich. Kontaktverbot und AHA-Regeln machen persönliche Kontakte, Gespräche, ein ›Reinschnuppern‹ schwierig. Vielleicht ist

jetzt aber eine gute Zeit, ein eigenes Werbekonzept (auf Grundlage Ihrer Aufgabenprofile) zu erarbeiten und Werbeaktionen vorzubereiten. Viele Menschen möchten sich aktuell gerne engagieren und sind auf der Suche nach einem für sie passenden Ehrenamt. Und viele bereits ehrenamtlich Aktive müssen derzeit pausieren und hätten Zeit, mit Ihnen gemeinsam eine passende Strategie zu entwickeln.

Generell gilt es, Werbung ansprechend zu gestalten. Dies gelingt, wenn sie

- Aufmerksamkeit erregt
- überrascht und andere unerwartet erreicht
- klare Ansagen enthält
- emotional unterlegt wird
- lebendig und kreativ präsentiert ist und
- auf den entsprechenden Kommunikationswegen Ihrer Zielgruppe verbreitet wird.

Für Interessierte, die sich für ein ehrenamtliches Engagement bei Ihnen entschieden haben, braucht es dann eine ansprechende Willkommenskultur. Dazu beim nächsten Mal mehr.

Viel Erfolg!

- *Ulrike Traub, Singen* | Telefon 0 7731/51395
ulrike.traub@ulriketraub.de | www.ulriketraub.de

Sie finden unsere Serie zur Gewinnung von Ehrenamtlichen auch unter

- www.alzheimer-bw.de → *Projekte & Angebote*
→ *Koordinierungsstelle Betreuungsgruppen/
Häusliche Betreuungsdienste*