

## VI. Digitale Möglichkeiten

Beteiligte Landkreise:  
Burgenlandkreis, Göttingen, Ludwigslust-Parchim,  
Sankt Wendel und Uckermark<sup>16</sup>

### Vorab

Wer an das Ehrenamt denkt, hat oft ganz praktische Tätigkeiten vor Auge: Brände löschen, Kuchen backen, Sachspenden sortieren, Bäume pflanzen. All das funktioniert nicht digital, nicht hybrid und auch nicht cloudbasiert. Digitales ehrenamtliches Engagement wie Onlinenachhilfe oder Onlineberatung haben durch die Corona-Pandemie zwar einen Aufschwung erfahren, bleiben aber in einer Nische. Trotzdem haben die Pandemie, aber bislang auch Trends wie der Generationenwechsel oder die teilweise Professionalisierung im Ehrenamt dazu geführt, dass sich die digitalen Kompetenzen von Ehrenamtlichen deutlich erhöht haben und digitale Hilfsmittel auch im ehrenamtlichen Bereich zunehmend Anwendung finden.

Dadurch ergeben sich für das Ehrenamtsmanagement neue Möglichkeiten, ehrenamtlich Engagierte z.B. digital zu erreichen. Neben etablierten digitalen Kommunikationswegen wie Homepages, Soziale Medien oder Onlinenewsletter treten Formate wie Onlineveranstaltungen, digitale Sprechstunden, aber auch die digitale Abwicklung von Umfragen oder Veranstaltungsanmeldungen vermehrt auf. Die dafür benötigten Anwendungen sind meist kostenlos oder gegen eine geringe monatliche Gebühr nutzbar. Sie senken Hürden, wenn etwa der Anfahrtsweg bei Onlineveranstaltungen wegfällt. Und sie sparen Zeit und Geld, wie bei der Nutzung von Anmeldesoftware statt der händischen Eingabe von Anmeldedaten oder dem Ersatz von Briefen durch E-Mails.

Größer sind oft die Hürden in den Verwaltungen: Nicht jeder Landkreis ist in den sozialen Medien aktiv, die zentrale Website folgt oft einer recht starren Struktur, und die Datenschutzbedenken beim Einsatz von neuen Tools sind mitunter hoch.

Die folgenden Ausführungen möchten aufzeigen,



**Udo Recktenwald**

Landrat Landkreis Sankt Wendel

*„Das Ehrenamt ist der Kitt, der unser Gemeinwesen zusammenhält. Insbesondere im Landkreis Sankt Wendel, verfügen wir doch mit rund 1300 Vereinen über die größte Vereinsdichte im Saarland. Doch steht das Ehrenamt vor enormen Herausforderungen, auch im Zuge der Corona-Pandemie. Umso wichtiger ist es, lösungsorientierte und nachhaltige Alternativen zu schaffen, Vereine und Ehrenamt zu unterstützen, um somit den Zusammenhalt zu fördern. In Zeiten des Digitalisierungsprozesses gilt es etwa, alternative Kommunikationswege zu nutzen, digitale Tools/Angebote zu etablieren, neue Strategien zu entwickeln. Und genau hier setzt der Landkreis Sankt Wendel seinen Schwerpunkt und bietet den Ehrenamtsstrukturen nachhaltige Lösungsansätze.“*

welche Erfahrungen die im Verbundprojekt „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ beteiligten Akteure mit der Nutzung von digitalen Tools für das Ehrenamtsmanagement gemacht haben. Dabei werden konkrete Anwendungen und Nutzungsszenarien beschrieben, aber auch Hürden, etwa in Bezug auf den Datenschutz, erläutert.

Nicht alles, was möglich ist, ist auch sinnvoll. Und ein mangelhafter Inhalt wird durch eine schöne Verpackung nicht besser. Diese Regel gilt auch in Bezug auf digitale Anwendungen. Trotzdem bietet die Digitalisierung große Möglichkeiten für das Ehrenamtsmanagement. Dieses Kapitel möchte Mut machen, sie zu nutzen.

<sup>16</sup> Dieses Kapitel enthält die Arbeitsergebnisse von Cluster 5: „Nutzung der digitalen Welt“.

# 1. Anwendungsbereiche der Digitalisierung im Ehrenamt

Die Digitalisierung nimmt in allen Lebensbereichen zu. Auch die Vereinslandschaft kann sich dem nicht verschließen. Mögliche Berührungspunkte wurden durch die Corona-Pandemie einem Crashtest unterworfen. Zur Überbrückung der Kontaktbeschränkungen wurde manche digitale Anwendung spontan eingesetzt. Doch nicht jede Nutzung digitaler Tools bedeutet gleich einen Fortschritt. So geht es auch innerhalb eines Vereins oder einer Initiative um die **systematische Modernisierung** von Prozessen und Ereignissen. Es ist nicht damit getan, eine handschriftliche Mitgliederliste in eine Excel-Liste zu überführen, sondern es geht darum, geeignete Prozesse und Ereignisse im Verein weitgehend zu automatisieren. Denn nur so kann erreicht werden, dass die Vorteile, die eine Digitalisierung mit sich bringt, auch einen positiven Effekt haben. Je nach Größe und Tätigkeitsfeld des Vereins gilt es daher, verschiedene Bereiche auf ihr Digitalisierungspotential zu überprüfen.

- Im Aufgabengebiet **Mitgliederverwaltung** zeigt sich der Bedarf zur Automatisierung sehr schnell. Wer ist seit wann Mitglied? Kontaktdaten, Aufgaben, Erreichbarkeit – all das wird sehr schnell unübersichtlich, wenn es in einer handschriftlichen Liste erfasst wird. Abfragen sind mühsam und fehleranfällig. Entsprechende Software wird inzwischen umfangreich angeboten.
- Ein weiterer bedeutsamer Bereich im Vereinsleben ist die **Kommunikation**, sowohl intern mit den eigenen Mitgliedern als auch extern, etwa im Zusammenhang mit Veranstaltungen oder zur Gewinnung von neuen Mitgliedern. **Mitteilungen innerhalb des Vereins** lassen sich heute einfach und schnell per E-Mail oder über einen Newsletter verteilen. Auch in geschlossenen Gruppen Sozialer Netzwerke können Mitglieder schnell erreicht werden. Sogar eine vereinseigene Smartphone-App ist möglich. Die neuen Erfahrungen während der Pandemie mit Kontaktbeschränkungen haben gezeigt, wie weitgehend sich die vereinsinterne Kommunikation digitalisieren lässt. **Digitale Versammlungen** wurden vom Gesetzgeber ausdrücklich erlaubt, Fortbildungen in vielfältiger Weise digital erprobt.
- Die **Kommunikation mit externen Ansprechpartnern** ist wohl der Bereich, in dem die umfangreichsten Möglichkeiten zur Digitalisierung bestehen. Telefonanrufe, Flugblätter, Postwurfsendungen – all das ist aufwendig und zeitraubend. Ein vereinseigener Auftritt in den Sozialen Medien oder eine eigene Internetplattform bieten attraktive, schnelle Möglichkeiten, ein **breites Publikum** zu erreichen. Wichtig hier: Der zeitliche Aufwand

beim Betrieb solcher Anwendungen sollte nicht unterschätzt werden. Informationen in diesen Medien sind schnelllebig und müssen ständig aktualisiert werden, um attraktiv zu bleiben. Ein Kommunikationskonzept, das zuvor auslötet, ob Aufwand und Nutzen in einem positiven Verhältnis stehen, ist unbedingt zu empfehlen.

- Als weiterer Bereich sei hier die **Veranstaltungsorganisation** angesprochen. Sowohl bei der Planung als auch bei der Umsetzung von größeren Veranstaltungen bieten digitale Tools effektive Unterstützung. Onlinebasierte Planungslösungen sowie selbst steuerbare Anmeldesoftware machen die Vorbereitungen sowie die Durchführung übersichtlich und besser kontrollierbar.
- Und wer schließlich wissen will, was seine Ansprechpartner wünschen, der kann mit onlinebasierten Lösungen rasch und unkompliziert **Umfragen** einrichten und automatische Auswertungen erhalten.

Die Aufgaben und Tätigkeitsbereiche eines Vereins oder einer Initiative lassen sich also auf vielfältige Weise mit digitalen Hilfsmitteln vereinfachen. Es hängt von vielen Faktoren ab, welche dieser Maßnahmen für einen Verein wirklich Sinn ergeben. Mitgliederstärke und -struktur, lokale Verbreitung, Öffentlichkeitswirksamkeit, finanzielle Ausstattung oder Zukunftspläne sind nur einige Punkte, die vor der Einführung digitaler Anwendungen berücksichtigt werden sollten. Ein **Modernisierungskonzept**, das alle Aspekte des Vereinslebens daraufhin beleuchtet, kann manchen Frust und unnötige Ausgaben ersparen.

All diese Themen sowie eine Entscheidungshilfe zum Abwägen der Vor- und Nachteile digitaler Anwendungen finden sich in diesem Kapitel.

## 2. Digitale Veranstaltungsformate

Dank moderner Technik kann mittlerweile fast jede Art von Veranstaltung in den digitalen Raum verlegt werden. Es wird nur ein Internetzugang und ein internetfähiges Endgerät benötigt. Auch eine Teilnahme per Telefon ist (eingeschränkt) möglich, wenn es am Endgerät mangelt oder die Internetverbindung instabil ist. Digitale Veranstaltungsformate sind sowohl vereinsintern in Form digitaler Sitzungen als auch mit Blick auf die Kommunikation und Interaktion nach außen vorstellbar. Gerade Weiterbildungsangebote haben in der letzten Dekade eine erstaunliche Entwicklung durchlaufen – ein Trend, der durch die Covid-19-Pandemie noch einmal entschieden verstärkt wurde. Ob Sprachen, Wissenschaften, Kochen, Heimwerken oder berufliche Weiterbildung – im Netz kann sich jede Person

mit Internetzugang rund um die Uhr weltweit informieren und fortbilden. Die Weiterbildung von bürgerschaftlich Engagierten stellt da keine Ausnahme dar. Auch in diesem Bereich gibt es bereits jederzeit abrufbare Angebote im Internet, ohne das Haus verlassen und lange Wege zu Präsenzseminaren fahren zu müssen. Ein Beispiel ist die Internetplattform **www.vereinsplatz-wnd.de** des Landkreises Sankt Wendel. Aber auch andere Akteure, wie die Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE) bieten vielfältige Onlineangebote.

Im Folgenden werden verschiedene Online-Weiterbildungsformate vorgestellt.

### a) Onlineveranstaltung

#### Die Vorteile von Onlineveranstaltungen

Onlineseminare können ganz bequem von zu Hause aus besucht werden. Sie finden meist live statt. Es können per Chat Fragen gestellt werden oder die Teilnehmer melden sich per Headset selbst zu Wort. Durch die Teilnahme an Umfragen bringen sich die Zuhörenden aktiv ein. Die Seminare finden zumeist abends an einem Werktag statt und dauern ein bis zwei Stunden. Gerade die **Flexibilität bezüglich Ort und Zeit** macht dieses Format so beliebt.

Über den Chat, Liveumfragen und eine breite Palette an „Smileys“ kann das Publikum **jederzeit seine Meinung** kundtun. Neben klassischen Formaten etablieren sich auch immer weiter interaktive Onlineseminare. Dort werden kleine Gruppen in sogenannten „Break Out Sessions“ zusammengebracht, um das Seminarthema zu diskutieren und die Ergebnisse später dem gesamten Seminar zu präsentieren.

Ein weiterer Vorteil für die Verwaltung ist der größere **Referenten-Pool**. Etwa im Vereinsrecht sind kompetente Dozenten nicht unbedingt in der Nachbarschaft zu finden. Ob der Experte zum Vereinsrecht zehn oder 700 Kilometer entfernt ist – mit dem Onlineformat können die Referenten bequem dazugeschaltet werden. Ein größeres Angebot an möglichen Dozenten führt nicht selten zu besseren Konditionen und zu einer besseren Qualität. Dank ihrer Flexibilität können Onlineevents **kurzfristiger umgesetzt** werden und sie sind zudem **besser skalierbar**: Ob 100 oder 1.000 Teilnehmer – es macht technisch keinen großen Unterschied, solange die Leitungskapazität und die Lizenz für ein entsprechendes Programm vorhanden sind.

Hinzu kommt: Räumlichkeiten müssen nicht angefragt und die pandemische Lage nicht gefürchtet werden. **Verfügbarkeit, Reichweite, Interaktivität, Partizipation, Planbarkeit und geringer Aufwand** sind daher klare Vorteile von digitalen Formaten.



Ein weiterer Vorteil: Fahrwege werden gespart und die Umwelt geschont. Auch **für Teilnehmende eine günstige Alternative**, denn es müssen weder Flüge oder Zugfahrkarten noch Hotelzimmer gebucht werden. Wird ein Onlineseminar überdies aufgezeichnet und gespeichert, kann es immer wieder verwendet werden.

#### ... und deren Herausforderungen

Aber es gibt auch Herausforderungen. Der wohl größte Knackpunkt ist die oft nicht ausreichende Stärke der Internetverbindung. Trotz fortschreitendem Breitbandausbau lässt die Verbindungsstärke häufig zu wünschen übrig, gerade in ländlichen Räumen. Auch die Konzentration ist bei Onlineformaten eine andere, häufig lädt das Internet zu anderen Nebenaktivitäten ein.

Ein Onlineseminar ersetzt außerdem nicht die persönliche Begegnung. Das direkte Erlebnis fehlt. Der Anteil der „Totalverweigerer“ solcher Formate hält sich aber in Grenzen und im Verlauf der Pandemie ist die Akzeptanz von Onlineveranstaltungen gestiegen. Dennoch gibt es auch Menschen, die solche Formate gänzlich meiden. Manchmal fehlt auch schlicht die Technik oder die E-Mail-Adresse. Nicht digitalaffine Personen sind von der Teilnahme oftmals überfordert.

Zwar sind Onlineformate in der Regel vergleichsweise günstig, gleichwohl gibt es eine breite Palette von Anbietern mit verschiedensten Bezahlmodellen. Die meisten großen Unternehmen arbeiten mit Abonnement-Modellen, die monatliche Gebühren vorsehen.

Grundsätzlich gilt schließlich auch hier: Vorsicht beim Datenschutz. Viele Unternehmen unterhalten ihre Server außerhalb Deutschlands oder der EU. In der Regel bringen aber Dozenten ihr Programm der Wahl mit oder es gibt bereits etablierte, datenschutzkonforme Lösungen innerhalb der Verwaltung. Im Zweifelsfall sollte der Datenschutzbeauftragte hinzugezogen werden.

## b) Hybride Veranstaltung

Bei einer hybriden Veranstaltung handelt es sich um eine Kombination aus einer physischen Präsenzveranstaltung und einer Onlineveranstaltung. Während nur eine begrenzte Zahl an Teilnehmenden und Gästen direkt vor Ort ist, wird das Event für alle anderen per Livestream ins Internet übertragen. So können Interessierte von zu Hause (oder einem beliebigen anderen Ort) aus teilnehmen. Voraussetzung dafür ist lediglich eine stabile Internetverbindung.

### Die Vorteile von hybriden Veranstaltungen

Die Teilnehmenden haben die Möglichkeit, selbst zu entscheiden, ob sie online oder in Präsenz an der Veranstaltung teilnehmen möchten. Alle weiteren Vorteile einer Onlineveranstaltung wurden zuvor aufgeführt.

### ... und deren Herausforderungen

Um eine hybride Veranstaltung durchführen zu können, die auch eine Interaktion der verschiedenen Beteiligten ermöglicht, müssen zusätzliche technische Voraussetzungen gegeben sein (z.B. Computer, Kameras, Mikrofone). Wenn diese nicht von einer Agentur gemietet, sondern selbst gekauft werden müssen, fallen zunächst Investitionskosten an.

Um nicht nur die Teilnehmer vor Ort, sondern auch das Onlinepublikum jederzeit betreuen zu können, ist darüber hinaus zusätzliches Personal notwendig. Das muss auch bezüglich technischer Fragen geschult sein, um auch bei solchen Problemen schnell weiterhelfen zu können.

Wer eine Hybridveranstaltung durchführen will, muss daher im Prinzip zwei Veranstaltungen organisieren, da sich die Wünsche und Bedürfnisse von Präsenz- und Online teilnehmenden voneinander unterscheiden.

### ☐ Checkliste: Hybride Veranstaltungen

1. *Wie viele Kameras kommen zum Einsatz?*
2. *Wird nur der Referent eingeblendet? Oder auch das Publikum?*
3. *Welche Software kommt zum Einsatz, wenn mehrere Kameras vorhanden sind, zwischen denen gewitcht werden soll?*
4. *Das Publikum in Präsenz hat Fragen. Wie hören die online Teilnehmenden diese Fragen? Wiederholt der Referent die Frage? Oder erfolgt dies durch die Moderation? Oder wird ein Handmikrofon genutzt?*
5. *Umgang mit Fragen der Onlineteilnehmer: Zu welchem Zeitpunkt soll die Frage gestellt werden? Passend zum Thema oder einfach einhaken? Macht der Referent an einer bestimmten Stelle eine Pause und lässt Fragen zu? Fragen können aber auch von der Moderation gestellt werden.*

### Gelingensfaktoren für digitale Veranstaltungen





### c) Digitale Sprechstunde und digitale Gruppenarbeit

In einer digitalen Sprechstunde und in digitalen Kleingruppen können sich Teilnehmer online mit einem Expertenteam zu bestimmten Themen vertiefter austauschen. Die Referenten beantworten **individuelle, vereinspezifische Fragen**. Mit Digitalexperten können per geteiltem Bildschirm nützliche Programme gemeinsam angeschaut und Fragen diskutiert werden. Auch hier gilt: Die Formate laufen nicht von allein, eine gute und professionelle Vorbereitung ist unabdingbar.

Zu beachten ist dabei, dass dominante Personen vielfach Fragen stellen, schüchterne kommen nicht ausreichend zum Zug. Plötzlich ist die Zeit abgelaufen, das Seminar ist zu Ende und nicht alle Teilnehmer konnten die Chance nutzen, Fragen zu stellen. Eine Alternative besteht deshalb darin, **Zeitslots** einzurichten, sodass jeder z.B. 15 Minuten Zeit bekommt und somit „unter vier Augen“ Fragen an den Referenten stellen und sich diese individuell beantworten lassen kann.

#### → Landkreis Göttingen: Online-Stammtisch

*Im Landkreis Göttingen wird seit Anfang 2021 einmal im Monat eine offene Austauschrunde für Vereine, Engagierte und Interessierte angeboten. Ziel ist es, die Vernetzung untereinander zu stärken, relevante Themen und Anliegen gemeinsam zu besprechen, sich gegenseitig zu beraten und voneinander zu lernen. Durch das Online-Format haben interessierte Personen aus dem Landkreis die Möglichkeit, an der Veranstaltung teilzunehmen. Neben einem offenen, durch die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gestalteten Austausch werden nach Bedarf thematische Schwerpunkte gesetzt und durch externe Referenten begleitet.*



↗ [www.engagiert-im-landkreisgoettingen.de/online-stammtisch](http://www.engagiert-im-landkreisgoettingen.de/online-stammtisch)

### d) Stolpersteine durch Planung und Struktur vermeiden

Bei der konkreten Umsetzung digitaler Veranstaltungsformate gilt es einige Fallstricke zu vermeiden.

Vorab sollte mit den bürgerschaftlich Engagierten geklärt werden, welche **Erwartungen** sie an digitalen Weiterbildungen haben und welche Konsequenzen für den Aufbau und die Form des digitalen Veranstaltungsformats zu ziehen sind. Gewisse Themen eignen sich mehr für interaktive Formate als andere. Während sich etwa bei Fortbildungen im Bereich Buchführung von den Vereinen häufig eine klassische Seminarführung gewünscht wird, sind demgegenüber Themen wie Nachwuchsgewinnung und Konfliktmanagement ohne interaktive Abschnitte wenig effektiv.

Auch der **Zeitfaktor** ist – sowohl mit Blick auf die Länge der Veranstaltung an sich als auch mit Blick auf ihre Ablaufplanung – einzubeziehen. Wann ist das Seminar zu kurz, wann ist das Seminar zu lang? Zeit am Bildschirm zu verbringen, erfordert ein gewisses Maß an Konzentrationsfähigkeit. Deswegen ist es ratsam, immer viel Raum für Nachfragen, Interaktion und Partizipation zu schaffen und kurze Pausen einzuplanen. Pauschale Gesetzmäßigkeiten gibt es hier nicht. Jede Vereinskultur bringt andere Anforderungen und Wünsche mit sich.

Und wie immer gilt: **ausprobieren und proben**. Kollegen und angefragte Dozenten sollten im Vorfeld zum Verbindungstest eingeladen werden. Die einzelnen Funktionen wie Umfragen, Wortmeldungen, „Break-Out-Räume“ etc. sollten ausgiebig getestet werden. Ein geübter Umgang mit dem jeweiligen Programm ist wichtig, um die vielen Möglichkeiten von Onlineseminaren auch sinnvoll nutzen zu können. Techniktests können im Vorfeld Probleme oder Verbindungsschwächen offenbaren. Denn auch heute gibt es noch lokal unterschiedliche Verbindungsgeschwindigkeiten – kann ein Seminar mit 25 Teilnehmenden noch flüssig laufen, kann die Verbindung schon bei 50 oder 100 Gästen versagen. Was auch zu beachten ist: Viele Programme haben eine Begrenzung der Teilnehmerzahl und verursachen ab gewissen Teilnehmerzahlen weitere Kosten.

**Die Veranstaltung muss im Vorfeld in allen Einzelheiten durchgegangen werden.** Dabei sollte früh mit den angefragten Dozenten geklärt werden, welche Formate von ihnen gewünscht werden. Wie sieht deren Rolle genau aus? Ein klassischer, informativer Vortrag mit anschließender Frageunde oder ein interaktives Seminar mit wenig Input des Dozenten und dafür viel moderierte Gruppenarbeit? Sollen Fragen zwischendurch möglich sein oder gesammelt werden? Wer betreut Gruppen(-arbeit), wer betreut den Chat? Wer leistet technische Unterstützung?

Gerade bei größeren Veranstaltungen kann es sich lohnen, **mehr Personal** vorzuhalten und z.B. eine telefonische Erreichbarkeit auch während der Veranstaltung anzubieten,

um etwaige Fragen schnell zu klären. Auch sollte frühzeitig in Erfahrung gebracht werden, ob das Skript zum Seminar im Anschluss verschickt werden darf oder vielleicht anderes **Material zur Veranstaltung** zur Verfügung gestellt wird. Freiwillig Engagierte freuen sich in der Regel sehr über nützliche Skripte, Musterformulare oder andere Materialien. Wichtig ist nur, dass dies im Vorfeld mit den Dozenten abgesprochen ist. In diesem Punkt unterscheiden sich Präsenz- und Onlineveranstaltungen gar nicht so sehr.

### e) Gute Ergänzung zu Präsenzformaten

Onlineveranstaltungen können Präsenzformate ergänzen, werden sie aber nicht ersetzen. Besonders dort jedoch, wo lange Fahrtwege ein Thema sind, sind Onlineveranstaltungen eine unkomplizierte, interaktive und günstige Alternative zum klassischen Modell. Sicherlich gibt es Stolpersteine, dennoch lässt sich sagen: Das Online-seminar gehört in jeden Instrumentenkasten, wenn es darum geht, ehrenamtlich Engagierte zu unterstützen und fit für die Zukunft zu machen. Wer Ehrenamtsarbeit gerade für junge Menschen attraktiv halten will, kommt um dieses Thema nicht herum.

## 3. Digitale Kommunikationswege

Die digitalen Möglichkeiten erschöpfen sich allerdings nicht in digitalen Veranstaltungsformaten. Auch in der Engagementförderung ist Kommunikation das A und O – sei es, um sich gegenseitig zu informieren, Missverständnisse zu vermeiden oder Wertschätzung und Anerkennung zu äußern. Es gibt viele Möglichkeiten, sich auch digital im Bereich des Ehrenamtes auszutauschen. Im folgenden Abschnitt wird die Vielfalt digitaler Kommunikationswege beleuchtet. Welches Medium eignet sich wofür? Welche Chancen und Herausforderungen bestehen?

### a) Soziale Medien

Ob **Chats, Videos, Kurzvideos** oder **Fotos** – in den Sozialen Medien wird all das und vieles mehr geteilt.

Es gibt unzählige **Soziale Netzwerke**, in denen Menschen sich regionen- oder themenbezogen austauschen können. Zudem ist es möglich, darüber direkt eine spezielle Zielgruppe zu erreichen. Solche Netzwerke können in vielerlei Hinsicht helfen, das freiwillige Engagement und dessen Strukturen zu unterstützen. Soziale Medien können Würdigungs- und Anerkennungsformate ermöglichen, aber auch ein gutes Instrument für die Öffentlichkeitsarbeit darstellen. Zudem können Informationen über diesen Weg an eine breite Leserschaft weitergegeben werden.

Bei der Entscheidung, ob ein oder sogar mehrere dieser Kanäle bespielt werden sollen, müssen sich die Beteiligten darüber im Klaren sein, dass dies dauerhaft einen Teil der Arbeitszeit in Anspruch nehmen wird. Um in den Netzwerken gefunden zu werden, müssen regelmäßig Beiträge erstellt werden. Es empfiehlt sich ein Rhythmus von einem bis mehrere Male pro Woche. Hierfür ist die **Erstellung eines Redaktionsplans** hilfreich, um die Beiträge zu organisieren. Dieser hilft dabei, auf eine gute Verteilung der Beiträge zu achten und Termine zu bestimmten Tagen oder Wochen im Auge zu behalten, wie etwa der Internationale Tag des Ehrenamts jedes Jahr am 5. Dezember und die bundesweite Woche des bürgerschaftlichen Engagements im September.

Die Entscheidung, welche der Sozialen Medien genutzt werden sollen, richtet sich vor allem danach, welche Zielgruppe angesprochen werden soll. Die **Definition der Zielgruppe** ist sorgfältig vorzunehmen. Außerdem unterscheidet sich die Art des Contents auf den verschiedenen Plattformen stark und auch hier sollte überlegt werden, ob man willens und in der Lage ist, diese Beiträge zu erstellen. Und ob gegebenenfalls spezielle technische Ausrüstung benötigt wird.

Die erstellten Beiträge sollten nach dem Veröffentlichen noch in entsprechenden Gruppen bzw. von relevanten Partnern geteilt werden – das pusht die Beiträge und sie werden häufiger bei Nutzern angezeigt. Das wiederum erhöht die Anzahl der Leser stark und kann darüber hinaus zu vielen **neuen Followern** führen.

Einige **Beispiele**, wie die Sozialen Medien zur Unterstützung des freiwilligen Engagements genutzt werden können:

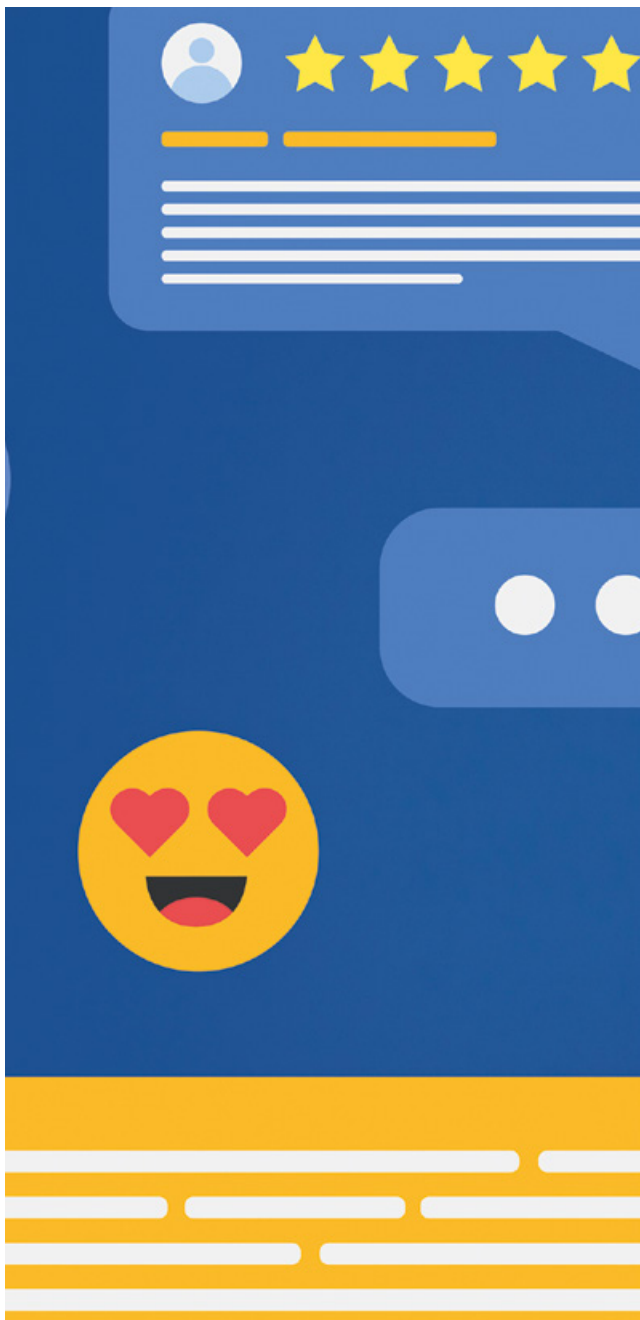
#### → Gewinnung neuer Engagierter

- Erstellen und Betreiben einer eigenen regionalen Gruppe, in der Vereine oder Freiwilligenagenturen Stellenanzeigen für bestimmte zu besetzende Posten teilen bzw. selbst erstellen können
- selbst erstellte Beiträge, um Personen für Vereine zur Neu- oder Nachbesetzung von Posten zu suchen
- Veranstaltungen einstellen, an denen Engagierte auch spontan ohne weitere Verpflichtungen teilnehmen können (z.B. Müllsammel-Aktion oder andere Mitmach-Aktivitäten)
- in regionalen Gruppen auf interessante Veranstaltungen oder spannende Aktionen von oder für freiwillig Engagierte hinweisen
- andere Aktionen, die zum Mitmachen anregen (z.B. kleine Ratespiele oder Beiträge, die zu einer Interaktion animieren)

### → Anerkennung oder Würdigung

- durch allgemeine Öffentlichkeitsarbeit für die Ehrenamtsstrukturen: Jede Nennung und Verlinkung hilft dabei, gesehen und bekannter zu werden
- spezielle Formate (z.B. Themenwochen, Bilder- und Videoserien oder das Ehrenamt des Monats)

Wenn aufgrund des Datenschutzes **keine kreiseigenen Kanäle** in den Sozialen Medien betrieben werden dürfen, besteht die Möglichkeit, sich mit Städten, Gemeinden oder den Freiwilligenorganisationen im Landkreis zusammenzutun und diese mit Content zu versorgen, der über deren Kanäle geteilt wird.



### Die Vorteile Sozialer Medien

- Möglichkeit, sich unaufdringlich in Erinnerung zu halten
- Erreichen einer breiten Öffentlichkeit (viele Altersgruppen und Menschen aus den unterschiedlichsten Bereichen)
- durch das Verbreiten in z.B. regionalen Gruppen: Zugewinn von neuen Lesern
- kann bei der Vernetzung sehr hilfreich sein

### ... und deren Herausforderungen

- kostet permanenten Einsatz, einen Kanal immer mit neuem Content zu versorgen
- Man sollte sich vor der Entscheidung für einen bestimmten Kanal genau überlegen, welche Zielgruppe man ansprechen möchte und den Kanal dahingehend festlegen
- Beim Betrieb von mehreren Kanälen ist es auch möglich, durch bestimmte Tools auf verschiedenen Kanälen die gleichen Beiträge zu posten oder Beiträge im Voraus zu planen. Da die Kanäle jedoch jeweils unterschiedliche Zielgruppen erreichen und der Content insofern angepasst sein sollte, sind diese Tools nur eingeschränkt empfehlenswert, können aber beim richtigen Einsatz die Arbeit erheblich erleichtern.

### b) Dorf-Apps

Apps können die Engagementförderung ebenfalls voranbringen. So können z.B. Informationen von der Verwaltung direkt zu den Bürgern gelangen. Auf diesem Wege können auch Warnmeldungen verbreitet werden und diese sogar per Push-Nachricht auf dem Smartphone erscheinen. Tatsächlich sind in den vergangenen Jahren immer mehr sogenannte Dorf-Apps an den Start gegangen, die von Gemeinden oder Landkreisen eingeführt werden, um **Menschen zu verbinden oder Informationen weiterzuleiten**. Vereine können dort auf sich aufmerksam machen, indem sie die Möglichkeit nutzen, sich in der App einzutragen. Veranstaltungen von Engagierten können dort publiziert werden und es darf auch eine Suche-Biete-Börse genutzt werden. Alle ehrenamtlichen Aktivitäten lassen sich darüber verbreiten – von der Nachbarschaftshilfe bis zur Vermittlung von Mitfahrgemeinschaften. An einem Engagement Interessierte können unterstützt werden, das richtige Ehrenamt zu finden. Natürlich kann alles, was bislang hier vorgestellt wurde, über eine App Verbreitung finden – von der Umfrage übers Onlineseminar und die Onlinesprechstunde bis hin zum Newsletter.

Wichtig ist eine **breite Einführung** im jeweiligen Landkreis. Das bedeutet, dass möglichst viele Gemeinden und Städte eine gemeinsame App nutzen sollten. Das erfordert einen hohen **Koordinationsaufwand** im jeweiligen Gebiet und den Willen aller Beteiligten, das Projekt „App“ voranzutreiben.

### → Beispiele für den Einsatz von Dorf-Apps

*In mehreren Verbundlandkreisen werden Dorf-Apps erfolgreich eingesetzt, wovon Dorfbewohnerinnen und Vereine gleichermaßen profitieren. Wenn diese Apps nicht „nur“ als Informationskanal der Verwaltung genutzt werden sollen, sondern auch aktiv in den Dorfgemeinschaften, ist eine gemeinsame Entwicklung zusammen mit den Dorfbewohnern und Engagierten entscheidend für den Erfolg. Dies schafft Akzeptanz und die Bürgerinnen machen die App zu „ihrer App“. So gelingt es besser, möglichst viele Aktive zu gewinnen.*

*Neben Information und Kommunikation können die Apps auch bei der Organisation von Veranstaltungen, zur Kontaktpflege von Vereinsmitgliedern und vielem mehr genutzt werden.*

- *Digitaler Dorfplatz von Crossiety in den Gemeinden Bovenden und Adelebsen, in Eisdorf (Gemeinde Bad Grund / Harz) sowie der Stadt Osterode am Harz, Landkreis Göttingen*

↗ [crossiety.app/login](https://crossiety.app/login)

- *DorfFunk in der Gemeinde Gleichen, Landkreis Göttingen, Projekt Digitale Dörfer Niedersachsen*

↗ [gleichen.digital/start-der-dorffunk-app-in-ganz-gleichen/](https://gleichen.digital/start-der-dorffunk-app-in-ganz-gleichen/)

- *DorfFunk in den Landkreisen Sankt Wendel und Rendsburg-Eckernförde*

↗ [sh.digitale-doerfer.de](https://sh.digitale-doerfer.de)

↗ [vereinsplatz-wnd.de](https://vereinsplatz-wnd.de)

Um viele Menschen positiv auf das Projekt einzustimmen und sie auch aktiv für die App zu gewinnen, bezieht man sie am besten schon bei der Entwicklung, in der Planungsphase, mit ein. So können die zukünftigen Nutzer daran mitwirken und beeinflussen, was die App genau bieten soll.

Nach der Einführung muss die App mit vielen Inhalten versorgt werden. Dabei ist es entscheidend, die Bürger über den **Mehrwert der App** zu informieren und ihnen die Nutzung schmackhaft zu machen.

Sinnvoll sind sogenannte **Digitallotsen**, die Interessierten bei der Installation helfen und auf die verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten hinweisen. Eine solche Ansprechperson sollte möglichst in jedem Ort vorhanden sein. Damit ist auch der Einstieg für Personen möglich, die bislang dem Digitalen nicht aufgeschlossen gegenüber stehen.

Es ist eine große Herausforderung, eine solche App an den Start zu bringen, in mehrerlei Hinsicht: Zum einen muss das Projekt vor Beginn ausreichend und sicher finanziert sein und auch etwaige **Folgekosten**, wie z.B. das Hosting, sollten mitbedacht sein. Auch personell muss man genug Kapazitäten einplanen, da es sehr viel Zeit und Arbeitseinsatz benötigt, bis die App von selbst läuft und die Nutzer sie immer mit aktuellen Beiträgen füllen. Nur so kann man die App als nachhaltigen Kommunikationskanal etablieren und sie kann zu einem immensen Mehrwert werden.

### c) Onlineplattform

Wie gezeigt, kann sich mit der Verfügbarkeit des mobilen Internets die Engagementförderung etwa unter Nutzung Sozialer Medien auch auf Smartphones und anderen Endgeräten der Engagierten abspielen. Doch nicht alle Informationen sind in Sozialen Medien optimal platziert. Statische Informationen wie relevante Ansprechpersonen oder FAQs können auf einer individuell erstellten Internetpräsenz besser bereitgehalten werden. Eine Onlineplattform stellt somit einen wichtigen **Bestandteil des Digital-Portfolios** einer modernen Engagementförderung dar.



**Tip:** Nur einen Klick von den Engagierten entfernt.

Ziel einer eigenständigen Internetpräsenz zur Engagementförderung ist es, nah an den Engagierten zu sein. Zudem bündelt die Plattform wichtige, oft nur zerstreut verfügbare Informationen an einem Ort und kann sich zu einer **zentralen Anlaufstelle für Informationen und Angebote für Ehrenamtliche** entwickeln. Denn Engagierte können ohne viel Aufwand die relevanten Informationen für ihre Tätigkeit erhalten. „Relevant“ bedeutet in diesem Zusammenhang, dass Informationen redaktionell gefiltert werden, damit nur qualitativ hochwertiger Content für die Nutzer bereitgestellt wird. Gelingt dies, wird eine Onlineplattform als sinnvolle Ergänzung zu anderen Elementen der Engagementförderung wahrgenommen.





### Prof. Dr. Alexandra Engel

ZZHH Zukunftszentrum Holzminden-Höxter, HAWK Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst (Hildesheim, Holzminden, Göttingen)

„Die Grundlage jeden Engagements und jeder Partizipation ist eine gute Informationsbasis. Zudem ist die Bereitstellung guter Informationen gleichzeitig eine Wertschätzung von Engagement. Empfohlen werden deshalb gut lesbare und verfügbare schriftliche Informationen, Podcasts, Videos, die entsprechend der Informationsbedürfnisse vor Ort zu entwickeln und in einem stetig wachsenden digitalen Portal zusammenzufassen sind (auch mit Links zu fremdem Material, offen zur Verfügung stehende Materialien, z.B. Open Educational Resources – OER). Einen Mehrwert erzielt dabei die Bündelung und Systematisierung von Informationen zur dauerhaften Transparenz für die einzelnen Engagementbereiche.“

Die **Interaktion mit den Nutzern** steigert die positive Wahrnehmung einer Internetpräsenz. Dafür eignen sich auf einer Onlineplattform Bereiche, die von den Engagierten aktiv mit Informationen befüllt werden. Das können z.B. eine Neuigkeiten-Seite explizit von und für Vereine und Engagierte oder ein Schwarzes Brett sein. Das erhöht die Bindung zu dem digitalen Ort und schafft einen praktischen Mehrwert. Zudem ist es eine Form der Anerkennung, wenn Engagierte Raum zur Gestaltung bekommen, um von ihren Tätigkeiten zu berichten. Der Kontakt zu den Engagierten bleibt somit auch im Digitalen ein wesentlicher Gelingensfaktor. Eine Onlineplattform baut in diesem Sinne auf den Austausch in der analogen Welt auf.

Ob eine Onlineplattform das passende Instrument in der Engagementförderung ist, hängt wesentlich von den **regionalen Anforderungen** ab. Reicht es aus, vorhandene Dienste wie beispielsweise die kommunale Internetpräsenz oder Soziale Medien zu nutzen? Oder bedarf es einer individuell angepassten und skalierbaren Internetpräsenz, um die regionale Engagementförderung optimal im digitalen Raum aufzustellen? Der große Vorteil einer Onlineplattform ist die Möglichkeit, als passgenauer digitaler Baustein im Gesamtprozess der Engagementförderung zu dienen und nur einen Klick von den Engagierten entfernt zu sein.

## Vorteile von Onlineplattformen

In Abgrenzung zu Sozialen Medien besteht eine eigene Internetpräsenz durch große **Gestaltungsfreiheit**. Inhalte zur Engagementförderung können je nach individueller thematischer Ausrichtung einer Onlineplattform für die jeweiligen Bedürfnisse passend gestaltet werden. Regionale Bedarfslagen können ausreichend Berücksichtigung finden und Änderungen im Angebotsportfolio einer Plattform können fortlaufend vorgenommen werden. Je nach regionalen Möglichkeiten und Erfordernissen kann es sich um eine einfache Infoseite (z.B. im Rahmen einer kommunalen Internetpräsenz) bis hin zu einer komplexen Internetpräsenz mit vielen individuellen Bereichen und Interaktionsmöglichkeiten handeln.

Eine Onlineplattform kann die Präsenz in Sozialen Medien sinnvoll ergänzen, z.B. durch die Einbindung auf der eigenen Internetseite. Wenn die kommunale Stelle nicht in den Sozialen Medien vertreten ist oder sein kann, ist eine Internetpräsenz umso wichtiger, um die **Zielgruppen niedrigschwellig zu erreichen**.

### → Erzgebirgskreis: Ehrenamtsportal

„Engagiert im ERZ“ – diesem Anspruch folgend hat die Fachstelle Ehrenamt mit dem Start des neuen Onlineportals [www.ehrenamt.erzgebirgskreis.de](http://www.ehrenamt.erzgebirgskreis.de) im April 2021 ein neues digitales Angebot für ehrenamtlich Engagierte sowie Vereine und sonstige Organisationen im Erzgebirgskreis geschaffen. Kernfunktionen sind die **Ehrenamtsdatenbank**, das **Schwarze Brett** für Angebote und Gesuche, der **Ehrenamtskalender** sowie der **Newsbereich** mit Neuigkeiten zu Förderprogrammen, Auslobungen, Wettbewerben und rechtlichen Rahmenbedingungen.



## ... und deren Herausforderungen

Die Herausforderungen in der **Erstellung einer Online-plattform** gehen mit den Vorteilen einher. Die große Gestaltungsfreiheit ist mit hohem Personaleinsatz und hohen Sachkosten verbunden. Neben einmaligen Aufwendungen für den Aufbau entstehen fortlaufende Kosten für das Hosting und die Pflege (z.B. durchgängige Sicherheitsupdates). Aufbau, Hosting und Pflege sind meist in Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern umzusetzen.

Es werden Personal und Sachmittel auch zur grundlegenden technischen Betreuung und insbesondere zur inhaltlichen **Pflege der Plattform** benötigt. Wenn eine Internetseite nur rudimentär gepflegt wird, fällt dies schnell negativ auf und das digitale Angebot wird für Engagierte unattraktiv.

Weiterhin sind die Bestimmungen der **DSGVO** zu beachten, was je nach individuellem Aufbau unterschiedlich komplex ist und mit der eigenen Datenschutzbeauftragten abgesprachen werden sollte.

Die Internetpräsenz sollte zudem **barrierearm** gestaltet sein, damit sie von möglichst vielen Menschen genutzt werden kann.

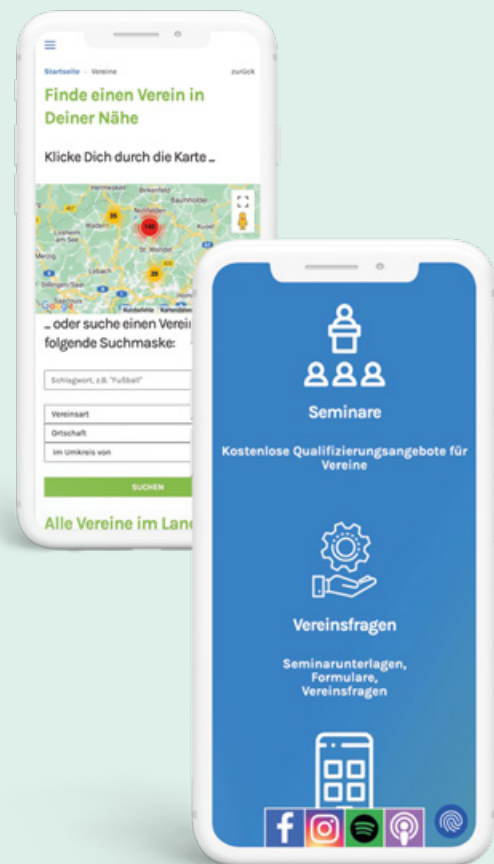
### → Landkreis Göttingen: „Gut informiert, vernetzt engagiert“

„Im Landkreis Göttingen wurde im Rahmen des Projekts die eigenständige Info-Plattform [engagiert-im-landkreisgoettingen.de](http://engagiert-im-landkreisgoettingen.de) aufgebaut. Sie dient als zentrale Anlaufstelle für Vereine und Engagierte. Hier stehen zahlreiche Informationen, z.B. zu **Fördermitteln, Fortbildungsterminen und aktuellen Neuigkeiten**, zur Verfügung und Ehrenamtliche können im **Engagement-Ticker** von ihren (Vereins-)Tätigkeiten berichten. Die Vereine und Engagierten haben dadurch die Möglichkeit, die Plattform zu „ihrer“ Plattform zu machen.“



### → Landkreis Sankt Wendel: Wissensdatenbank für Vereine und Ehrenamt

Im Landkreis Sankt Wendel erhalten Vereine und Organisationen die Möglichkeit, sich auf der Internetplattform [www.vereinsplatz-wnd.de](http://www.vereinsplatz-wnd.de) zu präsentieren und so ihren Bekanntheitsgrad zu steigern. Hier können sich die **Vereine vorstellen, vernetzen, untereinander austauschen**, dabei mit ihrem Angebot möglichst viele Menschen erreichen. Neben der Vorstellung der Vereine gibt es auch **Veranstaltungshinweise, Termine, News** aus den Vereinen und vieles mehr. Die Webseite beinhaltet auch eine **Wissensdatenbank**. Dort sind viele nützliche **Tipps, Formulare, Vorlagen und Antworten auf häufig gestellte Fragen**, die die Vereinsarbeit erleichtern, zu finden. Auf der digitalen **Ehrenamtsbörse** werden ehrenamtliche Helfer gesucht und gefunden. Die Rubrik „Seminare“ informiert über **kostenlose Qualifizierungsangebote**.



## d) Videos

Filme können sowohl auf der eigenen Plattform als auch auf öffentlich zugänglichen sozialen Netzwerken präsentiert werden. Von einem selbstproduzierten Video auf dem Smartphone bis zum professionell erstellten Imagefilm ist vieles möglich. Ein Bericht vom Vereinsfest, Aufrufe an Mitglieder, Werbung für den Verein – es gibt **viele Anlässe für bewegte Bilder**.

Kurze Spielfilme mit dem Smartphone zu produzieren, stellt heute kein Problem mehr dar. Gute Einbaukameras, kostenfreie Schnittprogramme und zahlreiche ausführliche Hilfeseiten im Internet machen es – nach ein wenig Vorbereitung – einfach, ein gutes Kurzvideo zu erstellen. Allerdings sind der Zeitaufwand zu berücksichtigen und einige **Grundregeln der Gestaltung**:

- **Format**  
Die meisten Plattformen im Internet sind im Querformat produziert. Das Hochformat gewinnt aber immer mehr Bedeutung für Mobilnutzer (z.B. Instagram).
- **Länge**  
„Weniger ist mehr“ – lieber mehrere kurze Clips als lange Sequenzen. Je nach Plattform gilt: 15 bis maximal 120 Sekunden.
- **Schnitt**  
Dafür muss ausreichend Material zur Verfügung stehen. Immer mehrere Einstellungen und – vor und hinter der eigentlichen Aufnahme – etwas mehr Material aufnehmen.
- **Hilfsmittel**  
Ein Stativ verhindert Wackler. Guter Ton kommt von einem externen Mikrofon. Eine mitgeführte Powerbank verhindert den ungewollten Drehschluss infolge leerer Akkus.

Wichtig ist ebenfalls die **Beachtung der Persönlichkeitsrechte** gefilmter Personen. Vor einer Veröffentlichung muss eine Einwilligungserklärung eingeholt werden.

Für größere Projekte empfiehlt es sich außerdem, **professionelle Unterstützung** einzuholen. Die Digitalisierung hat auch gerade im Filmgeschäft zu einer Rationalisierung geführt, sodass Imagefilme inzwischen durchaus kostengünstig zu produzieren sind. Hier wichtig: ausführliche Vorgespräche und die Erstellung eines Drehbuchs.

### Die Vorteile von Videos

- Besonders jüngere Zielgruppen werden von bewegten Bildern angesprochen.

- Die Möglichkeit, als Videoreporter tätig zu sein, lockt digital affine Engagierte.
- Begeisterung für das Vereinsleben lässt sich mit Bildern intensiv und emotional rüberbringen.
- Die Videos können ein Stützpfiler für die Vereinswerbung sein.

### → Erzgebirgskreis: Animationsfilm zu „Ehrenamt im ERZ“



### ... und deren Herausforderungen

- Zeitaufwand
- Kosten
- Kenntnisse und Erfahrungen mit der Technik
- Zielgruppe – wer soll/wird sich das Video ansehen?

## e) Newsletter

Newsletter dienen als klassisches Element in einem Digital-Portfolio der Engagementförderung. Sie sind ein **bewährtes Mittel**, um eine große Anzahl an Personen direkt zu kontaktieren. Dabei ist Newsletter nicht gleich Newsletter: Abonnenten-Akquise, Darstellung und Versand variieren deutlich.



### **Tip:** Klassisch, direkt und regelmäßig

Es bestehen umfangreiche gestalterische Optionen und in Kombination mit einem Newsletterdienst **vielfältige Möglichkeiten zur Datenanalyse**. Daraus können Schlüsse über das Nutzungsverhalten der Newsletterempfänger gezogen werden. In dieser Form kann eine Stelle zur Engagementförderung ihre digitale Kommunikation fortlaufend evaluieren und anpassen.

Je nach Ausgestaltung werden verschiedene Zielgruppen mit unterschiedlicher Digitalkompetenz angesprochen. Als PDF-Anhang kann der Newsletter die digitale Version eines Briefs sein. Als E-Mail im HTML-Format wird allerdings das größere Potenzial digitaler Möglichkeiten genutzt. Eine E-Mail mit einfachem Text stellt eine Mischform dar. Sie kann problemlos von allen Empfängern gelesen werden, allerdings sind die **Gestaltungsmöglichkeiten** eingeschränkt. Durch die Nutzung von URL-Verkürzungsdiensten kann diese Plain-Text-E-Mail ergänzt werden, um das Nutzungsverhalten der Empfänger analysieren zu können. Die Datenanalyse ist weniger umfangreich als bei der Nutzung

einer HTML-E-Mail. Sie ermöglicht lediglich rudimentäre Analysemöglichkeiten.

Die **Frequenz des Newsletterversands** und der inhaltliche Umfang müssen gut überlegt werden. Ein Newsletter, der zu oft versendet oder zu umfangreich ist, wird bei den Abonnenten als unattraktiv oder gar störend empfunden. Die in diesem Kapitel beschriebenen Analysemöglichkeiten können helfen, die passende Ausgestaltung zu finden.

Ein Newsletter braucht Empfänger. Das ist offensichtlich und stellt auf den ersten Blick kein großes Problem dar,

E-Mail Format		
HTML-Format	<ul style="list-style-type: none"> <li>· sieht ansprechend aus und lädt zum Lesen ein</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· lässt sich je nach Sicherheitseinstellungen von manchen Mailprogrammen nicht öffnen (Abhilfe kann die Angabe eines Links sein, um die E-Mail im Browser zu lesen)</li> </ul>
Plain-Text	<ul style="list-style-type: none"> <li>· lässt sich mit allen E-Mail-Programmen gut öffnen und lesen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· sieht weniger ansprechend aus und lädt daher weniger zum Lesen ein</li> </ul>
mit PDF-Anhang	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Datei kann von den allermeisten Abonnenten geöffnet werden</li> <li>· PDF kann ansprechend gestaltet werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Dateianhänge werden mitunter nicht geöffnet, daher kurze Inhaltsbeschreibung („Teaser“) empfehlenswert, um Interesse zu wecken</li> </ul>
mit Link zur Website	<ul style="list-style-type: none"> <li>· einfacher Weg (Newsletter auf einer Website sehen meist ansprechend aus)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Anklicken eines Links stellt für einige Nutzer bereits eine Hürde dar (aus datenschutzrechtlichen Gründen oder etwa zur Spamabwehr)</li> <li>· Folge kann eine geringere Reichweite sein</li> </ul>
<b>Abonnenten-Akquise</b>		
Anmeldung auf Website mit automatisierter Bestätigung (Double-Opt-In-Verfahren)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· einfach zu pflegen, weil das Ein- und Austragen selbständig durch die Nutzer möglich ist</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· technische Infrastruktur muss bereitgestellt werden</li> </ul>
Anmeldung auf Website mit einfachem Formular ohne automatisierte Bestätigung	<ul style="list-style-type: none"> <li>· erfordert keine technische Infrastruktur für eine automatisierte Abonnement-Verwaltung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· bedarf zur DSGVO-Konformität einer Bestätigung der eingetragenen E-Mail-Adresse (Eintragung durch E-Mail-Inhaber und nicht durch Dritte)</li> </ul>
direkte Mail mit Wunsch nach Eintrag	<ul style="list-style-type: none"> <li>· erfordert keine technische Infrastruktur für eine automatisierte Abonnement-Verwaltung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· umständlich in der Handhabung, da man die Abonnentenliste manuell pflegen muss</li> </ul>
handschriftlicher Eintrag in ein Formular (z.B. bei Veranstaltungen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· kann für Präsenzveranstaltungen als analoges Eintragen in den Newsletter dienen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· umständlich in der Handhabung, da man die Abonnentenliste manuell pflegen muss.</li> <li>· bedarf zur DSGVO-Konformität einer Bestätigung der eingetragenen E-Mail-Adresse (Eintragung durch E-Mail-Inhaber und nicht durch Dritte)</li> </ul>



schließlich bestehen meist viele Kontakte zu Vereinen, Ehrenamtlichen, Multiplikatoren etc. Allerdings bedarf es der aktiven **Zustimmung der Empfänger**, dass ihnen ein bestimmter Newsletter zugeschickt werden darf. Um diesen Anforderungen des Datenschutzes gerecht zu werden, gibt es verschiedene Wege (s. Tabelle „Abonnenten-Akquise“ auf S. 75).

Eine positive Wirkung des Newsletters auf die Abonnenten erreicht man durch kleine, inhaltlich passende Bilder in Verbindung mit inhaltsreichen Kurzbeschreibungen („**Text-Teasern**“) sowie weiterführende Links.

Um den Newsletter übersichtlich zu gestalten, empfiehlt es sich, in einem festen Rahmen zu agieren. Daher sollte die Betreffzeile der E-Mail immer gleich gewählt werden oder die Kopf- und Fußzeile sind stets einheitlich. Auch empfiehlt es sich, den inhaltlichen Aufbau wiederkehrend zu gestalten. Beiträge können in Clustern sortiert werden, damit sich die Leser schnell orientieren können und die Inhalte erkennen, die sie interessieren. Je nachdem für welche Art von Newsletter man sich entscheidet, sollte ein **einheitliches Design** gewählt werden. Damit schafft man einen Wiedererkennungswert, der über den Newsletter hinaus in der gesamten Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden kann.

Für die Newsletterverwaltung und den Versand gibt es zahlreiche Dienstleister, die ein teils sehr **umfangreiches Monitoring** des Nutzungsverhaltens der Abonnenten ermöglichen. Diese Analysemöglichkeiten müssen mit den Anforderungen des Datenschutzes in Einklang gebracht werden. Ist das der Fall, lässt sich z.B. nachvollziehen, wie viele Personen den Newsletter wie lange geöffnet haben und welche Links angeklickt wurden. Neben der kontinuierlichen Nutzungsanalyse kann eine gezielte Umfrage über den Newsletter dazu dienen, den tatsächlichen Leserwillen besser zu erkennen und den Newsletter entsprechend anzupassen.

Auch wenn Newsletter inzwischen ein bewährtes, digitales Angebot darstellen, können Sie – richtig eingesetzt – einen sehr hohen **Nutzen in der Engagementförderung** haben. Mit einem moderaten Versenderhythmus werden die Abonnenten nicht mit Inhalten überfrachtet und je nach regionalen Möglichkeiten bzw. Erfordernissen können einfache Text-E-Mails oder umfangreich gestaltete HTML-E-Mails als Kommunikationsmedium genutzt werden. Ein guter Newsletter spricht sich herum und wird seine Abonnentenzahl stetig steigern, allerdings benötigt dies viel Zeit und Kontinuität.

## f) Podcast

In einer auch digital ausgerichteten Engagementförderung dient ein Podcast als zusätzlicher Bestandteil, um regionales Engagement wahrnehmbar zu machen: einerseits um Aktivitäten und Gruppen bekannt zu machen und andererseits, um den Engagierten einen **Gestaltungsraum** zu geben und ihnen Gehör zu verleihen. Auch das ist eine Form der Anerkennung.



### Julia Krause

Projektleitung „Voll mein Ding – Ehrenamtlich engagiert in Templin“ für die Johanniter-Unfall-Hilfe e.V. | Regionalverband Nordbrandenburg

*„Aus meinem eigenen ehrenamtlichen Engagement weiß ich, dass diese Arbeit nicht angemessen durch Geld gewürdigt werden kann. Stattdessen widmen wir jeder Person eine eigene Podcast-Folge, ein ganz persönliches Gespräch mit der Künstlerin Yeri Anarika. Zusätzlich zeigen wir die Freiwilligen in einer digitalen Projekt-Schau auf großen, bunten Portraits – wie Superhelden. So würdigt unser Projekt die Menschen hinter dem Ehrenamt und wir fragen uns, wie viel Engagement vielleicht auch in uns selbst steckt. Um das Projekt nun auch in anderen Städten bekannt zu machen, begleitet die Ehrenamtskoordinatorin im Landkreis Uckermark unser Vorhaben.“*

➔ [www.johanniter.de/vollmeinding](http://www.johanniter.de/vollmeinding)



### Tipp: Engagement hörbar machen

Podcasts sind ein vielfältiges und wirkungsvolles Medium. Sie haben den Vorteil, dass sie eine andere Wahrnehmungsebene ansprechen, als es Newsletter, Berichte oder textlastige Internetseiten tun können. Sie bieten damit eine wertvolle Möglichkeit, eine **Bindung zum regionalen Engagement** zu schaffen. Je nach Nutzungsart können Podcasts rein informativ sein oder auf einer emotionalen Ebene Einblicke in das Leben von Engagierten ermöglichen.

Podcasts sind an keinen festen Rahmen gebunden. Sie **können individuell gestaltet werden** und z.B. in ihrer Länge deutlich variieren. Episoden von fünf bis zehn Minuten gelten als kurz. Nach oben hin sind keine Grenzen gesetzt. Episoden, die länger als zwanzig bis dreißig Minuten dauern, werden jedoch eher von einem kleineren Publikum gehört.

Allerdings: Zur Aufnahme von Podcasts in ausreichender Qualität wird eine **technische Grundausstattung** benötigt.



Weiterhin muss die Technik vom Podcast-Macher gut beherrscht werden, was durch kurze Qualifizierungen ermöglicht werden kann.

Die Erstellung einer ansprechenden Podcast-Folge bedarf ausreichender Vorbereitung, einer guten Gesprächsführung und einer Nachbereitung, sodass ein Produkt entsteht, das **grundlegende Qualitätsansprüche** erfüllt.

**Engagierte und Hauptamtliche** können das Medium nutzen, um das Ehrenamt zu Wort kommen zu lassen und es bekannt zu machen. Sie können aber auch selbst aktiv werden und Podcasts aufnehmen. In beiden Fällen bedarf es der Unterstützung durch das Hauptamt, was zur Sichtbarmachung in Form von Informationsweitergabe und Anerkennung führt.

### → Landkreis Göttingen: Podcast zu nachhaltigen Ideen

*Ein Beispiel für eine Podcast-Reihe, bei der Engagierte zu Wort kommen, findet sich im Landkreis Göttingen. Im Rahmen einer Kooperation mit der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst (HAWK) haben Studierende der Sozialen Arbeit eine Podcast-Serie produziert: „Engagiert, Inspiriert, Informiert – der Podcast zu nachhaltigen Ideen“. In der Serie kommen viele Ehrenamtliche zu Wort, die sich für das Thema Nachhaltigkeit einsetzen.*

↗ [www.engagiert-im-landkreisgoettingen.de/podcast-engagiert-inspiriert-informiert](http://www.engagiert-im-landkreisgoettingen.de/podcast-engagiert-inspiriert-informiert)

## 4. Vereins- und Unterstützungsmanagement

Der Begriff „Vereinsmanagement“ klingt zunächst trocken und spröde. Die Erfassung aller freiwillig Engagierten in einem Landkreis ist aber die elementare Grundlage dafür, diese Personen überhaupt zielgerichtet kontaktieren zu können. Eine Unterstützung des Ehrenamts gelingt nicht, wenn man nicht weiß, wer sich tatsächlich ehrenamtlich engagiert.

### a) Datenbanken (Vereinsdatenbank)

Das Vereinsmanagement beginnt meist mit dem Aufbau einer Vereinsdatenbank. Häufig findet sich über Gemeindeämter oder Städte eine Übersicht der ansässigen Vereine,

die aber in jedem Fall auf ihre Aktualität und Vollständigkeit überprüft werden sollte. Ein weiterer Weg, um die Vereinsstrukturen zu erfassen, führt über das **Vereinsregister**. Allerdings sind die Vereinsregister erfahrungsgemäß nicht immer dazu bereit, die Daten eingetragener Vereine an den Landkreis herauszugeben. Man sollte aber zumindest versuchen, diese Möglichkeit für sich zu nutzen. Eine weitere Variante ist die Abfrage über das Handelsregister bzw. über das gemeinsame Registerportal der Länder<sup>17</sup>. Diese Daten sollten dann noch ergänzt werden mit z.B. Selbsthilfegruppen oder beständigem, aber ohne rechtlichen Rahmen organisiertem Engagement (z.B. Initiativen).

Die erfassten Daten sollten alle Informationen enthalten, die für eine aktive Ansprache notwendig sind (postalische Anschrift, E-Mail, Telefonnummer), aber auch Informationen über die Organisation (z.B. für die Vermittlung von Personen, die an einem Engagement interessiert sind oder für potenzielle Netzwerkpartner).

Die so entstandene Liste sollte mit Hilfe eines Tabellenkalkulationsprogramms (z.B. Excel) geführt werden, das das Filtern nach angelegten Kriterien (z.B. Ort oder Organisationsart) ermöglicht. Aus diesem Grund ist es sinnvoll, die erfassten Daten einzelnen, vorher festgelegten **Kategorien** zuzuordnen, um z.B. bestimmte Themen direkt mit den jeweiligen Organisationen aus einem Bereich besprechen zu können bzw. Informationen mit diesen Organisationen zu teilen. Denkbar sind etwa Zuordnungen zu Themenfeldern wie Sport, Kultur, Soziales, Natur, Fördervereine und Hilfsorganisationen.

Zusätzlich können **weitere Filterkriterien** hilfreich für die Erreichbarkeit bestimmter Gruppen sein, z.B. gegliedert in Städte, Ämter und Gemeinden oder nach der Art der Organisation (eingetragener Verein, Interessengemeinschaft, lose Gruppe, Verband, Förderverein, Selbsthilfegruppe u.a.). Außerdem kann nach Themen differenziert werden. Wenn mehrere Themenbereiche in einer Organisation untergebracht sind und es z.B. verschiedene Ansprechpartner für Teilbereiche gibt, kann das mit abgebildet werden. Etwa hat ein Dorfverein einen Denkmalschutzbereich für eine alte Kapelle und fungiert auch als Karnevalsverein. Ein Sportverein hat viele Teilbereiche: Basketball, Fußball, Leichtathletik etc.

Es empfiehlt sich, **eine Tabelle für sämtliche Inhalte** anzulegen, damit bei Änderungen nicht an verschiedenen Stellen Datensätze aktualisiert werden müssen.

Es sind **weitere Datenbanken** denkbar, die die Arbeit in der Ehrenamtskoordination vereinfachen, z.B. eine Liste mit den Amtsleitern der Gemeinden, den Bürgermeisterinnen und den Ortsvorstehern. Außerdem sind Listen der Einrichtungen, mit denen zusammengearbeitet wird, sinnvoll (z.B. Schulen, Kindergärten etc.).

### b) (Online-)Umfragen

Umfragen sind eine gute Möglichkeit, um Informationen, Stimmungen, Meinungen, Ideen, Bedarfe oder Wünsche einzuholen und eine **direkte Beteiligung** der Organisationen zu ermöglichen. Dabei können Onlineumfragen ein breites Spektrum abdecken – von einer kleinen, einfachen Ja-/Nein-Abfrage über die Abstimmung zu einem Termin oder Thema. Das Ergebnis kann auf verschiedene Weise grafisch aufbereitet werden (etwa in Form von Diagrammen oder einer Wortwolke), ebenso sind mithilfe kostenloser oder -günstiger digitaler Tools auch detaillierte, längere Umfragen möglich. Auch die werden jedoch nicht einfach „nebenbei“ durchgeführt. Sie bedürfen einer sorgfältigen Planung und einer ansprechenden und wohlüberlegten Ausgestaltung.

Beim Erstellen einer Umfrage sollte zunächst darauf geachtet werden, dass durch Logos und entsprechende Überschriften eindeutig sichtbar gemacht wird, von wem die Umfrage durchgeführt wird, um damit Vertrauen zu schaffen. Wichtig ist zudem, die Reichweite der geplanten

Umfrage zu klären. Es gibt offene Umfragen, aber auch Umfragen für eine abgegrenzte Teilnehmergruppe. Generell ist darauf zu achten, die Umfrage **nicht zu umfangreich oder zu komplex zu gestalten**, da die Gefahr besteht, dass viele Teilnehmer zwischendrin die Beantwortung abbrechen. Die Einblendung eines sogenannten Prozessbalkens, der anzeigt, wie weit die Beantwortung der Umfrage fortgeschritten ist, kann motivieren, die Umfrage bis zum Schluss zu beantworten. Außerdem ist anzuraten, vorab die ungefähre Dauer der Beantwortung anzugeben und ebenso deutlich zu kennzeichnen, bis wann die Umfrage läuft.

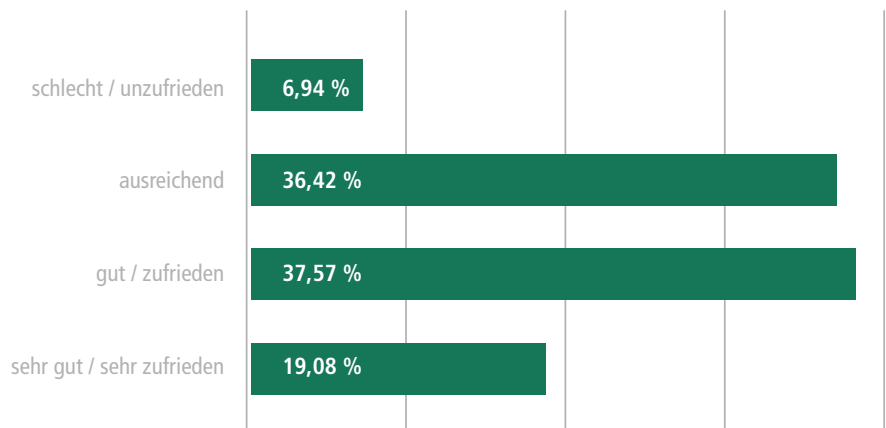
Elementar für die Verwertbarkeit der Ergebnisse ist das **Fragendesign**. Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, wie die Fragen gestaltet werden können. Von der Einfachauswahl über die Mehrfachauswahl bis hin zur Skala oder Matrix. Ihnen gemeinsam ist jedoch, dass die Fragen selbst eindeutig formuliert sein müssen. Es bietet sich insoweit an, den Fragebogen im Vorfeld in einem Probelauf zu testen. Innerhalb des Fragebogens ist es möglich, mit Abhängigkeiten zu arbeiten. Wer z.B. Frage 3 mit „Nein“

#### Wie schätzen Sie die Vereinbarkeit von Beruf und Ehrenamt ein?

Zur Auswahl standen folgende Antworten:

- 1) sehr gut / sehr zufrieden
- 2) gut / zufrieden
- 3) ausreichend
- 4) schlecht / unzufrieden

#### Vereinbarkeit Beruf und Ehrenamt

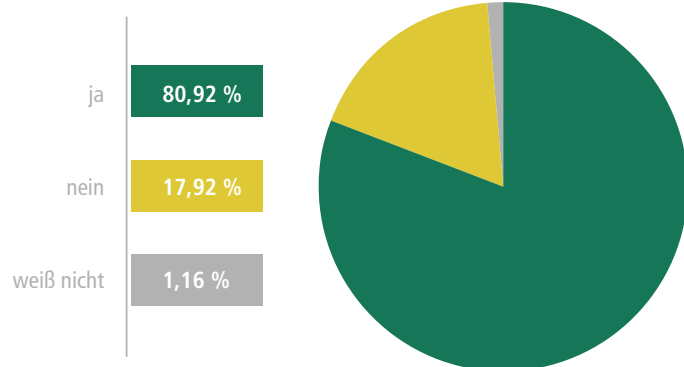


#### Sind Sie berufstätig?

Zur Auswahl standen folgende Antworten:

- 1) ja
- 2) nein
- 3) weiß nicht

#### Berufstätigkeit



Beispiel: Auszug aus den Ergebnissen einer Onlineumfrage des Landkreises Uckermark unter freiwillig Engagierten (Mai 2021)

beantwortet hat, springt automatisch zur Frage 5. Möglich sind auch freie Textantworten auf einzelne Fragen. Hierbei ist jedoch zu bedenken, dass die Auswertung dieser freien Antworten viel Zeit in Anspruch nimmt und im Anschluss an die Umfrage nicht einfach als Diagramm veröffentlicht werden kann.

Für die Teilnehmer ist es sehr wichtig, zeitnah nach Abschluss der Umfrage auch über die Ergebnisse informiert zu werden. Hierfür sollten sowohl die Fragen als auch die Antworten präsentiert werden, wozu am besten übersichtliche Diagramme genutzt werden sollten.

Worüber man sich in jedem Fall bewusst sein sollte: Bei einer Umfrage werden immer Daten erhoben, wobei es egal ist, ob es sich um eine Terminabstimmung oder eine Evaluation handelt. Auch wenn lediglich die IP-Adresse eines Teilnehmers erfasst wird, handelt es sich um die Erfassung personenbezogener Daten. Aus diesem Grunde muss auch dann ein Hinweis auf die jeweilige **Datenschutzerklärung** gegeben werden.

Zudem sollte auf die Speicherung der Daten auf Servern in Deutschland bzw. der EU geachtet werden. Viele, auch kostenlos nutzbare Tools gibt es ebenfalls von deutschen Anbietern, deren **Server in Deutschland** stehen. Hinweise, welche Daten erhoben und weiterverarbeitet werden, finden sich in den jeweiligen Datenschutzerklärungen des Anbieters. Man sollte sich immer darüber im Klaren sein, dass keine Firma umsonst arbeitet. Das bedeutet, auch wenn die Umfragen kostenlos angeboten werden, ist nicht auszuschließen, dass die Gegenleistung in den Daten der Teilnehmenden und des Umfrage-Organisators besteht.

## GELINGENSAKTOREN

- ✓ klares Ziel der Umfrage / Frage definieren
- ✓ Anreiz zur Beantwortung bieten
- ✓ Resultate veröffentlichen
- ✓ Bewerben: Mail, Soziale Medien, Presse
- ✓ direkte Möglichkeit zur Auswertung, unmittelbar
- ✓ Möglichkeit zur präsentablen Auswertung, z.B. Diagramme
- ✓ vordefinierter Zeitraum

## STOLPERSTEINE

- ✗ offene Antworten (schwer auszuwerten)
- ✗ Zugang zur Umfrage nur online
- ✗ Datenschutz
- ✗ hilfreiche Antworten, aber kein repräsentatives Ergebnis

### c) Anmeldesoftware

Schließlich benötigt man technische Hilfsmittel, um Veranstaltungen zeitsparend und professionell planen und managen zu können. Auch hierzu bieten digitale Plattformen verschiedene Funktionen an. Alternativ können digitale Unterstützungs- und Hilfsmittel natürlich auch selbst konzipiert und erstellt werden.

Für jede Veranstaltung kann ein individuelles und flexibles **digitales Anmeldeformular** erstellt werden. Es bietet sich an, dieses nicht in der eigenen Internetpräsenz „untergehen“ zu lassen und für die jeweilige Veranstaltung oder das Event eine eigene Seite mit ansprechender und klarer Gestaltung vorzusehen. Für die Veranstaltungen wird dann ein Link generiert, der auf der Webseite oder in Social Media eingebunden werden kann, was eine einfache und schnelle Anmeldung ermöglicht. Neben dem eigenen Logo und Banner können Fotos und Dateien auf der Eventseite hochgeladen werden. Nach erfolgreicher Anmeldung erhalten die Personen automatische Mails mit anpassbaren Texten für Buchungseingang, Zahlungseingang (wenn nötig) und Stornierung. Bei Bedarf ist auch die Einbindung eines Bezahlsystems oder der gebuchten Veranstaltungen in Mailprogrammen möglich. Um eine Überbuchung einer Veranstaltung zu verhindern, kann eine begrenzte Teilnehmerzahl eingestellt werden.

Ein Dashboard, das die relevanten Daten komprimiert und übersichtlich grafisch darstellt, gibt einen schnellen Überblick über Anmeldungen und Einstellungen für jedes Event. Hier können alle detaillierten **Anmeldedaten zu jeder Buchung** eingesehen und bearbeitet werden. Diese Anmeldedaten können zusätzlich gefiltert und exportiert werden, um auch nach der Veranstaltung alle Infos jederzeit abrufen zu können. Über die Funktion „Testmodus“ kann bei der Erstellung eines Events auch die Rolle des Nutzers eingenommen werden, um die Funktionalität zu testen.

**→ Vorteile**

- zeitsparende und professionelle Planung von Veranstaltungen
- individuell und flexibel für jede Art von Event
- Einbindung von Logos, Bannern, Fotos und Dateien
- Anmelde-link ermöglicht eine einfache Handhabung, Anmeldung durch Einbindung auf Homepage oder Social Media
- anpassbare automatische Mails nach erfolgreicher Anmeldung
- Einbindung von Outlook etc. möglich
- begrenzte Teilnehmerzahl möglich
- schneller Überblick über alle detaillierten Anmelde-daten

**→ Nachteile**

- IT-Sicherheit und Schutz vor Bedrohungen muss bei der Auswahl der Software beachtet werden.

## 5. Fazit

Die Digitalisierung bietet für Vereine vielfältige Möglichkeiten, um auf sich aufmerksam zu machen, mit Dritten ins Gespräch zu kommen und sich zu vernetzen. Digitale Angebote bieten eine gute Möglichkeit, Engagierte zu erreichen und Interessierte auf ein Ehrenamt aufmerksam zu machen sowie Netzwerke zu stärken. Zudem können durch den neuen und einfachen Kommunikationsweg Stolpersteine bei der Kontaktaufnahme abgebaut werden. Meistens geht es jedoch nicht nur um die reine Kommunikation, sondern um eine systematische **Moder-nisierung von Prozessabläufen** innerhalb der Organisation. So kann z.B. die Verwaltung der Mitgliedsdaten über spezielle Programme erfolgen und einige Veranstaltungen können in digitaler oder hybrider Form stattfinden. Onlineveranstaltungen ermöglichen das Zusammenkommen im digitalen Raum auch in Zeiten von Kontaktbeschränkungen oder dann, wenn lange Anfahrtswege die Zahl der Teilnehmer reduzieren. Zudem kann online flexibler geplant werden, da man sich nicht auf einen Veranstaltungsort mit gegebenen Kapazitätsgrenzen einigen muss.

Welches Medium sich für welches Format eignet, muss genau mit den eigenen Vorstellungen und den **gegebenen Rahmenbedingungen und Möglichkeiten** abgestimmt werden.

**☐ Checklist: Schon probiert?**

1. Hören Sie mal in den **Podcast** rein
2. Informieren Sie die Vereine über den **Newsletter**.
3. Welche **Formate der Onlineschulungen** gibt es?
4. Markt der **Möglichkeiten – Austauschformate/Kommunikation untereinander (Apps)**
5. Vereine im Griff mittels **Datenbank**
6. die **Meinung der Vereine zählt (Umfragen)**
7. Vereine und Organisationen gezielt ansprechen (**Datenbanken**)

Zudem gilt: **Nicht jedes digitale Format ist für jede Zielgruppe geeignet**. Hier gibt es deutliche Unterschiede im Nutzungsverhalten und unter den Adressaten. Hiermit muss man sich im Vorfeld auseinandersetzen, damit die mit der Nutzung verbundenen Ziele auch erreicht werden können.

Nicht überall müssen sämtliche digitalen Möglichkeiten ausgeschöpft werden. Vielmehr hängt die **richtige Auswahl** von den eigenen Zielen und der Zielgruppe ab. Überfordert man seinen Empfängerkreis oder betreibt alle Anwendungen nur halbherzig, kann dies schnell demotivieren und man erreicht genau das Gegenteil der ursprünglich guten Absicht.

Dabei dürfen auch **Aufwand und Kosten** nicht unterschätzt werden, um digitale Angebote langfristig zu etablieren. Besonders bei der Nutzung der Sozialen Medien ist eine Kontinuität notwendig, da man sonst schnell in Vergessenheit gerät. Es ist ratsam, sich im Vorfeld einige Themen für Beiträge zu überlegen, die man dann in regelmäßigen Abständen veröffentlicht.

Neben den Möglichkeiten der internen Datenverarbeitung und der Etablierung verschiedener Onlineformate, soll vor allem die **Möglichkeit der digitalen Kommunikation** hervorgehoben werden. Diese muss sich nicht nur nach innen richten, nach außen erleichtert sie die Kontaktaufnahme mit Vereinen und Initiativen und baut so mögliche Berührungspunkte ab. Mit speziellen Themenwochen oder Beitragsserien im Foto-, Video- oder Audioformat kann darüber hinaus der Fokus auf einen

bestimmten Bereich oder eine Tätigkeit des Ehrenamtes gerichtet werden, das durch dieses Herausstellen eine Würdigung erfährt. Kanäle in den Sozialen Medien können genutzt werden, um **Anerkennung, Dank und Wertschätzung** zu transportieren. Auch allgemeine Öffentlichkeitsarbeit kann eine Form der Wertschätzung und Anerkennung sein, wenn Vereine oder ehrenamtliche Strukturen dabei namentlich genannt werden. Hier kann bereits mit vergleichsweise geringen Mitteln eine Bühne für das Ehrenamt und dessen wichtige Rolle in der Gesellschaft geschaffen werden.

Doch auch die **Gefahr der Marginalisierung** z.B. beim so einfach erscheinenden Zugang (etwa durch unzureichendes Wissen oder mangelhafte Internetverbindung) sowie die Fallstricke des Datenschutzes sind zu beachten und mit passenden Antworten zu versehen. Ob man diese digitalen Hilfsmittel nutzen kann, sollte auf alle Fälle jeweils mit der **Datenschutzbeauftragten** abgestimmt werden. Nicht alle Datenschutzbeauftragte lassen eine Nutzung von Sozialen Medien zu. Auch Tools oder Softwarelösungen können aufgrund interner Sicherheitsbestimmungen abgelehnt werden. Die engagementfördernde Stelle muss somit abklären, was möglich und sinnvoll ist.

### GELINGENSAKTOREN

- ✓ Kostenersparnis (es fallen keine Fahrt- und Übernachtungskosten etc. an)
- ✓ Zeitersparnis
- ✓ Vernetzung mit verschiedenen Akteuren
- ✓ einfacher Zugang
- ✓ Attraktivität
- ✓ gemeinsames Arbeiten an Projekten jederzeit möglich

### STOLPERSTEINE

- ✗ schlechte Internetverbindung
- ✗ Datenschutz
- ✗ Cyber-Kriminalität (z.B. Hackerangriff)
- ✗ hohe Technikkosten
- ✗ Schulungsbedarf
- ✗ Einschränkung der persönlichen Kommunikation
- ✗ Ausschluß nicht digitalaffiner Zielgruppen