



# Unterschiedliche Engagementbranchen bzw. -cluster benötigen unterschiedliche Aspekte und Formate des Engagementmanagements und der Engagementförderung

## Empfehlungen der BBE-AG Bürgerschaftliches Engagement & Kommune<sup>1</sup>

- |          |   |          |
|----------|---|----------|
| <b>1</b> | <b>Bund – Länder – Kommunen: Engagementstrategien mit differenziertem Verständnis der Engagementlandschaften</b>      | <b>1</b> |
| <b>2</b> | <b>Zivilgesellschaftliche Organisationen mit Engagierten: Branchen- und aufgabenspezifisches Engagementmanagement</b> | <b>2</b> |
| <b>3</b> | <b>Öffentlichkeit: Vielfalt des Engagements wahrnehmen, anerkennen und wertschätzen</b>                               | <b>2</b> |

Erarbeitet als Ergebnis der AG-Diskussionen und weiterer Rückmeldungen von AG-Mitgliedern zum ersten Entwurf.

\*\*\*

Ehrenamt bzw. Engagement ist nicht gleich Ehrenamt bzw. Engagement. Ziele, (Qualifizierungs-)Anforderungen, Rahmenbedingungen und anderes mehr unterscheiden sich sehr stark, je nachdem ob es sich z.B. um ein Engagement bei Hilfsorganisationen, bei Wohlfahrtsorganisationen, im Kulturbereich, in (politischen) Bürgerinitiativen usw. handelt. Diesen Unterschieden muss bzw. müsste auch das jeweilige Engagementmanagement (bzw. Freiwilligenmanagement, Ehrenamtskoordination ...) und auch die jeweilige Engagementförderung durch die Kommune und andere Förderakteure gerecht werden.

### **1 Bund – Länder – Kommunen: Engagementstrategien mit differenziertem Verständnis der Engagementlandschaften**

Es braucht auf Bundes-, Länder- und kommunaler Ebene „Engagementstrategien“, die in einem partizipativen Prozess zwischen Verwaltung / Exekutive, Politik, Zivilgesellschaft und ggf. weiteren Akteuren (wie z.B. enga-

<sup>1</sup> Bei Rückfragen zum Diskussionspapier wenden Sie sich bitte die AG-Sprecherin Ute Bertel ([ute.bertel@muenchen.de](mailto:ute.bertel@muenchen.de)) oder an den AG-Sprecher Dieter Schöffmann ([ds@visavis-wirkt.de](mailto:ds@visavis-wirkt.de)).



gierten Unternehmen oder Förderinstitutionen) erarbeitet werden. Eine solche Strategie adressiert insbesondere Herausforderungen und Entwicklungsbedarfe in den Engagementlandschaften und dient als Orientierung und Planungsgrundlage für engagementförderliche Maßnahmen.

Damit solche Strategien engagementförderlich und problemlösend wirken können, sollte ihnen eine differenzierte Analyse und Diagnose zugrundeliegen:

- ❑ Welche gemeinsamen, aber auch unterschiedlichen Herausforderungen gibt es aufseiten der Engagierten einerseits und der Engagementorganisationen<sup>2</sup> andererseits, und zwar in den diversen Organisations- und Engagementfeldern, wie sie etwa mit dem Zweiten Engagementbericht der Bundesregierung<sup>3</sup> und dem aktuellen Freiwilligensurvey<sup>4</sup> herausgearbeitet wurden?
- ❑ Welche spezifischen Anforderungen gibt es an die Gestaltung engagementförderlicher Rahmenbedingungen für die jeweiligen Organisationsbranchen bzw. Engagementfelder? Z.B. Überwindung finanzieller oder rechtlicher Ungleichbehandlungen innerhalb einer Branche bzw. eines Feldes oder Vereinbarkeit des branchenspezifischen Engagements mit Beruf und Familie.

Neben der Auswertung einschlägiger wissenschaftlicher Studien sollten bei dieser Analyse die entsprechenden Organisationen und Engagierte in ihrer Vielfalt bei der Situationsanalyse und der Entwicklung engagementförderlicher Lösungsansätze einbezogen werden.

## 2 Zivilgesellschaftliche Organisationen mit Engagierten: Branchen- und aufgabenspezifisches Engagementmanagement

Ein professionelles (nicht unbedingt hauptamtliches) Engagementmanagement ist ein Schlüsselfaktor für die Gewinnung und Bindung Engagierter an die Organisation wie auch für ein breites und vielfältiges Angebot an Engagementmöglichkeiten für potenziell Engagementinteressierte.

Konzepte und Instrumente des Engagementmanagements sind – wenn überhaupt – bei den zivilgesellschaftlichen Organisationen in unterschiedlicher Güte vorhanden – u.a. abhängig vom Charakter der Organisation und der Engagementaufgaben (Soziales, Bildung, Politik, Bevölkerungsschutz, Kultur ...) und auch von der historischen wie aktuellen Bedeutung Engagierter für das Wirken der Organisation.

Ein wesentlicher Hebel der Engagementförderung ist daher die Befähigung zivilgesellschaftlicher Organisationen hin zu einem professionellen Engagementmanagement. Hier ist es ebenfalls notwendig, die Unterschiede hinsichtlich der Engagementbedingungen, der Organisationspotenziale, der erforderlichen Rahmenbedingungen u.a.m. in den diversen Branchen bzw. Engagementfeldern wahrzunehmen und zu berücksichtigen, damit die eine Förderung zielgerichtet und wirksam erfolgen kann.

## 3 Öffentlichkeit: Vielfalt des Engagements wahrnehmen, anerkennen und wertschätzen

Die Anerkennung und Wertschätzung des persönlichen Engagements wie der Organisationsleistungen mithilfe Engagierter wird wesentlich beeinflusst von der öffentlichen Wahrnehmung und dem öffentlichen Verständnis für die Leistungen, die mit dem Engagement der Gesellschaft „geschenkt“ werden.

<sup>2</sup> = zivilgesellschaftliche Organisationen, in deren Kontext das Engagement stattfindet bzw. die die Engagementinfrastruktur bilden.

<sup>3</sup> BMFSFJ (2017): Zweiter Bericht über die Entwicklung des bürgerschaftlichen Engagements in der Bundesrepublik Deutschland. Schwerpunktthema: „Demografischer Wandel und bürgerschaftliches Engagement: Der Beitrag des Engagements zur lokalen Entwicklung“ | Bericht der Sachverständigenkommission an das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend für den Zweiten Engagementbericht „Demografischer Wandel und bürgerschaftliches Engagement: Der Beitrag des Engagements zur lokalen Entwicklung“; S. 68ff.

<sup>4</sup> Simonson, Julia/ Kelle, Nadiya u.a. (Hrsg.) 2022: Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019; S. 95ff. („Gesellschaftliche Bereiche des freiwilligen Engagements“).



Diese Aufmerksamkeit ist ungleich verteilt und unterliegt einem Werte-Ranking, das bei weitem nicht immer dem tatsächlichen gesellschaftlichen Wertbeitrag des Engagements bzw. der Engagementorganisation entspricht.

Eine Schlüsselmaßnahme können hier Preise, Ehrungen, Wettbewerbe oder auch Förderprogramme sein, die gezielt Engagementfelder und Branchen in den Vordergrund rücken, die bislang zu Unrecht unbeachtet bleiben – wie z.B. das (gesellschafts-)politische Engagement in Bürgerinitiativen, Parteien oder Kommunalpolitik.

Dies bietet einen Hebel, um die Aufmerksamkeit der Medienöffentlichkeit auf die Vielfalt bzw. auf bisher ignorierte Felder des Engagements zu richten.