



**Unterstützung für Engagement & Ehrenamt
Menschen für Engagement begeistern und gewinnen**

Arbeitsgemeinschaft Netzwerk Bürgerschaftliches Engagement

Landratsamt Bodenseekreis, 10. November 2022

Fördermöglichkeit

**EHRENAMT GEWINNEN.
ENGAGEMENT BINDEN.
ZIVILGESELLSCHAFT STÄRKEN.**

Mikroförderprogramm der Deutschen
Stiftung für Engagement und Ehrenamt



für strukturschwache und ländliche Räume
Projektförderung bis zu 2.500 Euro

Mikroförderprogramm DSEE fördert

Dankeschön-Veranstaltung

Snacks für Schnupperaktion

Gemeinsamer Ausflug als Dankeschön

Preis

Ehrenamtliche ins Rampenlicht

Fortbildung

Programmierung neuer Website

gute Ideen um Ehrenamtliche zu gewinnen

Fördermöglichkeit

Ab November 2022

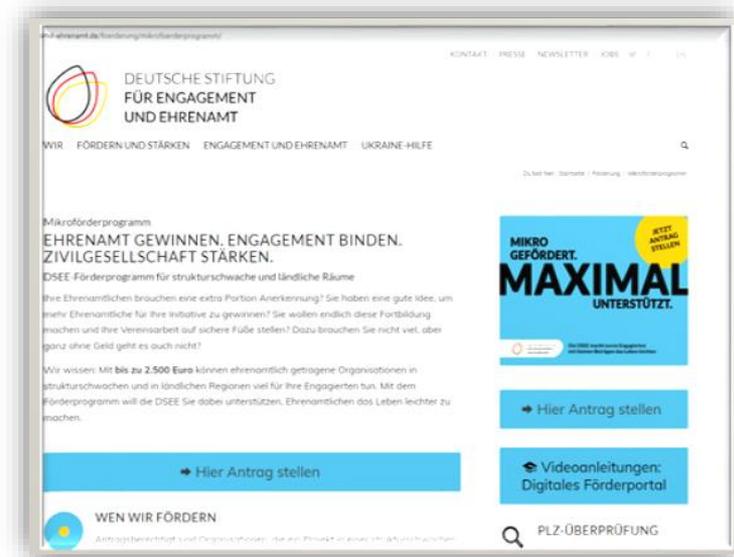
Antrag Projektförderung für das Jahr 2023

<https://www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de/foerderung/mikrofoerderprogramm/>

14. November 2022, 17:00 - 18:00 Uhr

Infoveranstaltung zum Förderprogramm

<https://www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de/veranstaltung/dseeinformiert-ehrenamt-gewinnen-engagement-binden-zivilgesellschaft-staerken-18/>



Fördermöglichkeit

Kommunaler Entwicklungsbaustein

Wer kann einen Antrag stellen?

Mitglieder der kommunalen Netzwerke
Bürgerschaftliches Engagement:
Gemeindenetzwerk, Städtenetzwerk,
Landkreisnetzwerk. Sofern eine Kooperation
mit der Kommune erfolgt, können Vereine
und sonstige Institutionen teilnehmen.

Förderhöhe: bis 3.000 Euro



Fördermöglichkeit

Kommunaler Entwicklungsbaustein

Ziel:

Gefördert wird die Entwicklung von Strukturen und Prozessen, die das Bürgerschaftliche Engagement vor Ort unterstützen im Rahmen von Projekten, Fachtreffen, Fortbildungen sowie methodische Herangehensweisen...

Weitere Informationen:

<https://sozialministerium.badenwuerttemberg.de/de/soziales/buergerengagement/foerderprogramme/>

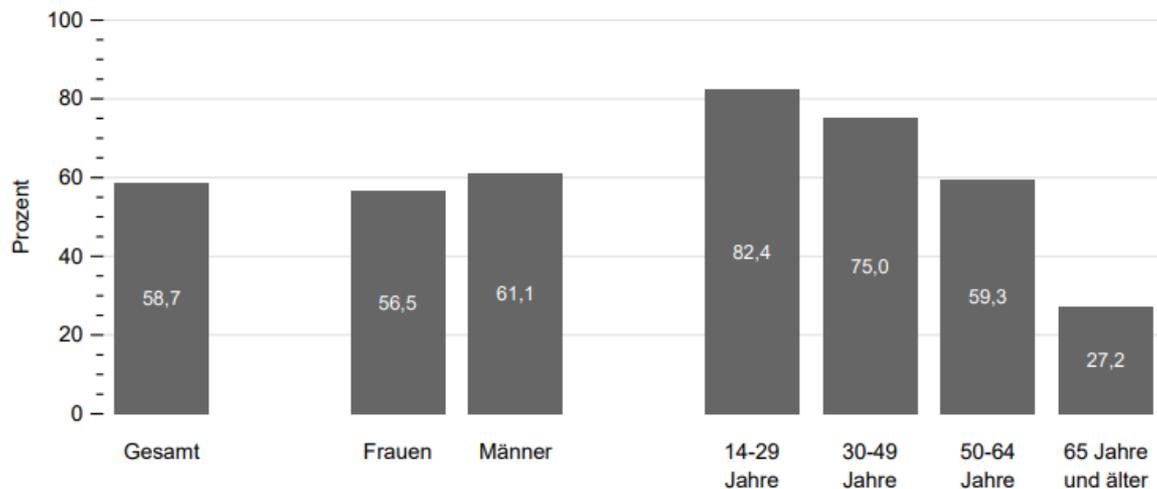


Freiwillige gewinnen



Die gute Nachricht

Abbildung 6-11: Anteile aktuell nicht-engagierter Personen, die zu einem Engagement bereit sind, 2019, gesamt, nach Geschlecht und nach Alter (Basis: aktuell nicht-engagierte Personen)



Quelle: FWS 2019, gewichtet, eigene Berechnungen (DZA). Basis: aktuell nicht-engagierte Personen (n = 15.479).

Die geschlechts- sowie alle altersspezifischen Unterschiede sind statistisch signifikant.

Freiwillige gewinnen

Motivation

Zielgruppe

**Öffentlichkeits
arbeit**

Grundlagen

Zielgruppen



Ernst P. (69) Ehem. Steuerberater

Hobbies: Geschichte, Stadtführungen, Publikum
Kanz: Kontakte knüpfen, Menschen gewinnen
Macht gerne: Erfahrung weitergeben, Vorträge
Kennst: alle Behörden-Mitarbeiter, die noch im Amt sind oder es ja waren!; 90 Ex-Mandanten; 15 derzeitige Freizeitmandanten; 25 Touristengruppen u.a.
Mitglied: Heimatverein, Volkshochschule, Bund d. Selbständigen



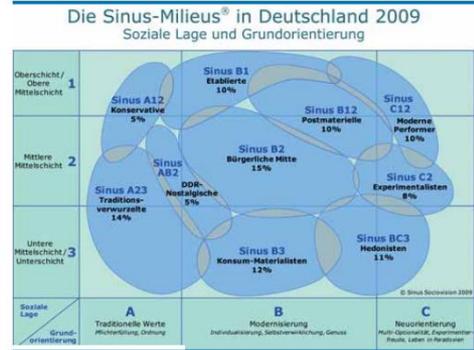
Ina H. (53) Einzelhandelskauffrau (in Ernestsunfähigkeit)

Hobbies: Gesundheit, Garten, Radio, Ferner „Biber“
Kanz: Mit anderen sprechen, durchhalten, Zufügen
Macht gerne: Schreiben (Prosa, unveröff.), Sudoku
Kennst: 99 Rezepte aus Dinkelmehl und Getreide; zu wenig Menschen für gemeinsame Interessen und Aktionen; 22 Ablehnungstexte von Buchverlagen
Mitglied: noch nirgend.



Britta S. (59) Bankangestellte

Hobbies: Familie, Rad, technische Reparaturen
Kanz: Kontakte knüpfen, Emotionen beherrschen
Macht gerne: Jazzfrühstücken, Pilates, Fahren
Kennst: 60 Fahrschüler ab 17J.; 3 Fahrschüler über 65J.; jede Stasse im Ort; 1001 Kniffe für sicheres Bewegen im Straßenverkehr; Erste-Hilfe-Training
Mitglied: Frauenstammtisch, Elternbeirat (Realschule)



Die Sinus-Milieus

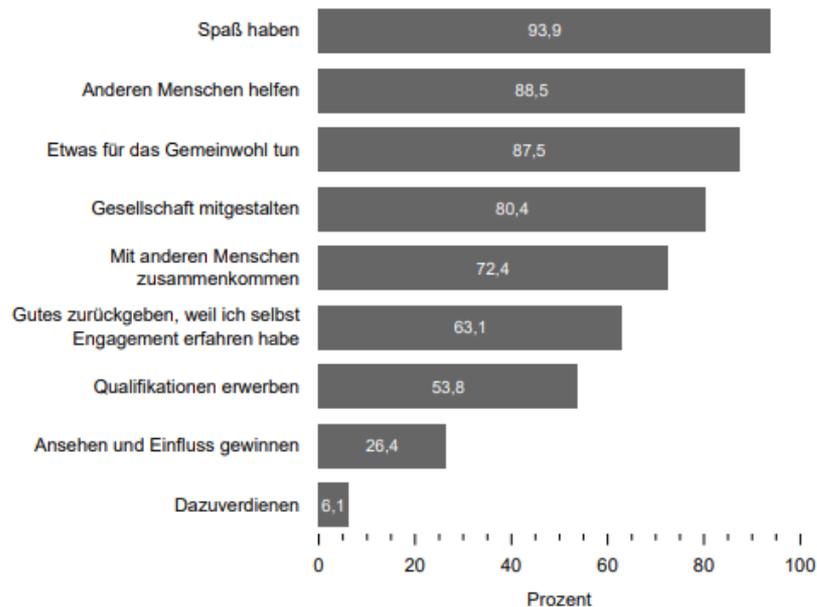
Die Darstellung der Sinus-Milieus® ist nützlich, um eine Vorstellung zu entwickeln, welche Freiwilligen überhaupt in einem Engagement leben. Zwei zentralen Forschungsergebnisse des Instituts Sociovision für Deutschland - nur einen statistischen Querschnitt an. Durch entsprechende Kollegen im Führungsteam, durch Heimfrüherer oder durch lokal verankerte

Mitarbeiter lassen sich die örtlichen Abweichungen vom statistischen Mittel ganz pragmatisch und praxisorientiert erkennen und benennen. Durch diese differenziertere Sicht auf das eigene Engagement entsteht Klarheit über das tatsächliche Potenzial derjenigen Menschen, die sich für Einladungen zu verschiedenen Mensch-Angeboten der Einrichtung überhaupt interessieren können und werden.

Motive der freiwillig Engagierten



Abbildung 6-2: Angaben der freiwillig Engagierten zu den Motiven für ihr Engagement 2019
(Basis: alle Engagierten; Mehrfachnennungen möglich)

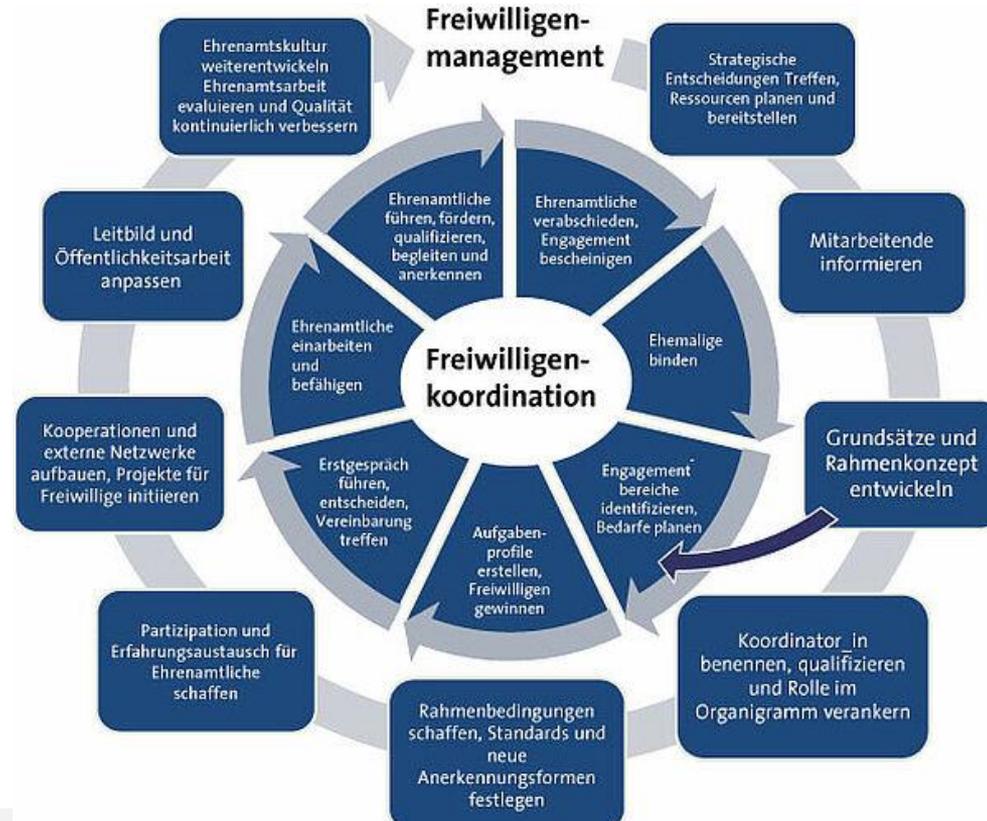


Quelle: FWS 2019, gewichtet, eigene Berechnungen (DZA). Basis: alle Engagierten (n = 11.813-12.009). Mehrfachnennungen möglich.

Grundlagen



Freiwilligenmanagement



Prozess des Freiwilligenmanagements
(Quelle: Reifenhäuser/Reifenhäuser 2013)

Öffentlichkeitsarbeit



INFORMATIONSKANÄLE Generell



Öffentlichkeitsarbeit



INFORMATIONSKANÄLE Für ein Engagement



Öffentlichkeitsarbeit



Öffentlichkeitsarbeit



Öffentlichkeitsarbeit

„Woche des bürgerschaftlichen Engagements“

FreiwilligenAgentur „Knotenpunkt“ startet mit außergewöhnlicher Plakatkampagne



Öffentlichkeitsarbeit



Engagement-Festival



<https://freiwilligenagentur-heidelberg.de/blog/vermittelbar-am-26-10-2022-engagement-stellt-sich-vor/>

<https://www.neu-in-goepplingen.de/termine/1-engagement-festival/>

Öffentlichkeitsarbeit

The screenshot shows the website for 'Stadt Esslingen am Neckar'. At the top, there is a search bar with the text 'Suche: Suchbegriff(e)' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar is a link for '[erweiterte Suche]'. Below the search bar is a banner image with the text 'ESSLINGEN & CO DIE KLIMA-INITIATIVE, BEI DER ALLE GEWINNEN.' and a green arrow pointing to the right. Below the banner is a navigation menu with the items 'ESSLINGEN & CO', 'Projekte', 'Veranstaltungen', and 'Downloads'. The main content area is titled 'Projekte' and contains a list of project categories: 'MarktKutsche', 'ÖKOPROFIT Esslingen', 'Kampagnen', 'Klimaschutz im Kleinen', 'Bekennerkampagne', 'Ältester Kühlschrank', 'Klimaschutz? Wir sind dabei', and 'Klima-Rechner'. The 'Ältester Kühlschrank' category is highlighted. Below the list is a breadcrumb trail: 'Home > Projekte > Kampagnen > Ältester Kühlschrank:'. The main article is titled 'ÄLTESTER KÜHLSCHRANK Esslingen hat den ältesten Kühlschrank gefunden'. The text of the article reads: 'Das Kühlfossil der Marke Bosch ist über 60 Jahre alt. Im Rahmen der Klima-Initiative ESSLINGEN & CO suchte die Stadt Esslingen am Neckar in Kooperation mit dem Energiezentrum Esslingen den ältesten Kühlschrank im gesamten Stadtgebiet. Alle Esslingerinnen und Esslinger waren vom 16. Juni bis 19. August 2012 aufgerufen zu prüfen, wie alt ihr Kühlschrank tatsächlich ist. Zugelassen waren dabei ausschließlich Serienmodelle, die voll funktionsfähig und bis heute in Betrieb sind. Am 14. November zeichnete Oberbürgermeister Dr. Jürgen Zieger die Gewinner aus.' Below the text is a photo of six people standing around a white refrigerator. To the right of the main content area is a sidebar with the heading 'Info' and a section for 'Kontakt' with the text 'Schreiben Sie uns! [Kontaktformular]'. Below that is a section for 'ESSLINGEN&CO auf Facebook' with a Facebook logo and the text 'Facebook'.

Stadt Esslingen am Neckar

[erweiterte Suche]

Suche: Suchbegriff(e)

ESSLINGEN & CO
DIE KLIMA-INITIATIVE,
BEI DER ALLE GEWINNEN.

ESSLINGEN & CO Projekte Veranstaltungen Downloads

Projekte

MarktKutsche

ÖKOPROFIT Esslingen

Kampagnen

Klimaschutz im Kleinen

Bekennerkampagne

Ältester Kühlschrank

Klimaschutz? Wir sind dabei

Klima-Rechner

Home > Projekte > Kampagnen > Ältester Kühlschrank:

ÄLTESTER KÜHLSCHRANK
Esslingen hat den ältesten Kühlschrank gefunden

Das Kühlfossil der Marke Bosch ist über 60 Jahre alt
Im Rahmen der Klima-Initiative ESSLINGEN & CO suchte die Stadt Esslingen am Neckar in Kooperation mit dem Energiezentrum Esslingen den ältesten Kühlschrank im gesamten Stadtgebiet. Alle Esslingerinnen und Esslinger waren vom 16. Juni bis 19. August 2012 aufgerufen zu prüfen, wie alt ihr Kühlschrank tatsächlich ist. Zugelassen waren dabei ausschließlich Serienmodelle, die voll funktionsfähig und bis heute in Betrieb sind. Am 14. November zeichnete Oberbürgermeister Dr. Jürgen Zieger die Gewinner aus.

1. Preis

Info

Kontakt

Schreiben Sie uns!
[Kontaktformular]

ESSLINGEN&CO auf Facebook

Facebook

Qualifizierungsangebote

Orientierungskurs



„Sich engagieren – aber wie?“ – unser Informationskurs für Unentschlossene und Aufgeschlossene auf der Suche nach dem passenden freiwilligen Engagement“ startet im Januar wieder.

Studien zeigen: Wer sich engagiert, hat mehr vom Leben, und Menschen, die im Gemeinwesen aktiv sind, leben zufriedener und gesünder. Besonders wichtig ist allerdings, das passende Engagement zu finden, ohne Stress und Überforderung. Dabei soll Ihnen dieser Kurs eine Hilfe sein.



Gute Geschäfte



Gute Geschäfte

Marktplatz für Unternehmen
und Gemeinnützige



<https://www.gute-geschaeft.org/>





Christine Stutz
Fachberatung
Bürgerschaftliches Engagement

Landkreistag Baden-Württemberg
Panoramastr. 37
70174 Stuttgart
Tel.: +49 711 22462-36
E-Mail: stutz@landkreistag-bw.de

www.landkreistag-bw.de