

# Fachforum

## Pat:innen gewinnen und halten

Digitaler Fachtag II  
„Aktion zusammen wachsen“:  
„Patenschaften und Mentoring –  
Perspektiven nach der Corona-Pandemie“  
am 8. September 2021

Bernd Schüler  
Autor Fachbrief „Telemachos“,  
bagfa e.V., biffy Berlin e.V.

# Pat:innen gewinnen

**Allgemeine Prinzipien,  
konkrete Hinweise  
plus Provokationen**

# Prinzip 1

## **Den Wert des Angebots *emotional* vermitteln**

Geschichten erzählen

Beteiligte erzählen

Bilder sprechen lassen

Lustiges, Ermutigendes, Empörendes  
zeigen, berichten etc.

# Hast Du Zeit für mich?



Patenschaften für Kinder  
psychisch erkrankter Eltern

**Paten gesucht!**

Kümmern Sie sich ehrenamtlich um  
ein Kind mit psychisch erkrankten Eltern.  
Geben Sie ihm Verlässlichkeit. Werden Sie Pate.

Deutschland

Weitere Informationen beim



Dank Ihnen

# Prinzip des Social Proof anwenden

Toll ist, was andere toll finden

Bsp. Testimonials von (lokalen) Promis,  
Bürgermeister:innen, Sportler:innen,  
Schauspieler:innen etc.



**Sandra Maischberger, ARD-Moderatorin und Journalistin**

"Es war mir ein Bedürfnis und eine Freude, die Mannschaft von biffy Berlin e.V. zu unterstützen. Weil biffy das macht, wovon andere nur reden: in einer Gesellschaft, in der Familien immer mehr auseinander fallen, neue Verbindungen zu stiften. Ich bewundere diese Arbeit sehr!"

## Prinzip 2

### **Den Wert des Angebots *rational/ kognitiv* vermitteln**

Personas/ Fälle vorstellen und die Lösung des Problems zeigen

Forschungsergebnisse zu Wirkungen etwa von großen Programmen wie Start with a Friend e.V. oder Balu und Du e.V. nutzen

## **Strategie des Highjacking anwenden**

An die Themen öffentlicher Debatten andocken – wie jetzt an die Berichte zu Bildungsrückständen von Kindern etc.

Bsp. Leserbriefe

## Prinzip 3

### **Die Motive der Zielgruppe ansprechen**

Das passende Thema bzw. Framing finden (Bsp. Armut, Bildung, Integration, persönliche Sinnstiftung, Generativität)

„Match recruitment messages to the motivations of potential mentors“  
(Stukas 2013)





**Komplize  
werden!**

## **Prinzip 4**

**Viele Kanäle bespielen  
(und die richtigen natürlich auch)**

Oft braucht es mehrere Impulse,  
bis Menschen handeln

Facebook oder Instagram  
nebenan.de, Flyer, Plakate, Pressearbeit etc.

**Online/ Soziale Medien  
gerade jetzt!?**

## Prinzip 5

### **Die (Kanäle der) anderen nutzen**

Wer kann Gesuch streuen?

Kooperationspartner aufbauen

wie Universität,

Unternehmen

Mitarbeiter/innenzeitung/  
Kirchengemeinde etc.

## **Prinzip 6**

**Mit den schon vorhandenen  
Pat:innen und Mentor:innen arbeiten**

Die schon vorhandenen Freiwilligen  
analysieren, befragen,  
in die Suche einbinden

## Prinzip 7

# Prozess der Kontaktaufnahme durchdenken und auf Niedrigschwelligkeit überprüfen

Was sind mögliche Hürden bei der  
Kontaktaufnahme mit Ihnen?  
(Beispiel Frage von homosexuellen Männern:  
Wollen die mich überhaupt?)

**Ängste nehmen!**

# Warnhinweis 1

„Present the **challenges and difficulties of mentoring** (as well as the benefits) to prevent disillusionment, disappointment and resentment“  
(Stukas 2013)

„Use recruitment strategies that **realistically portray** the benefits, practices, supports, and challenges of mentoring“ (EEPM)

Spannungsfeld zwischen Werbung  
und Aufklärung!

# Provokation 1

**Patenschaft klingt...  
nach viel zu viel Verantwortung  
Daher: Tinderisierung einbauen!?**

**Motto: Du kannst jederzeit wieder gehen!**

**Niedrigschwellige Zugänge bieten!?  
Formate ändern und anpassen!?  
In jedem Fall: Machbarkeit aufzeigen!**

## **Provokation 2**

**Und wenn sich dann  
viele Freiwillige melden...  
...ist immer noch nichts gewonnen**

Denn es folgt der Arbeitsschritt:  
Auswahl der Richtigen

Sind die, die sich spontan melden, die  
Richtigen?



# Leitfragen für den Austausch

- 1) Was funktioniert bei Ihnen?**
- 2) Wovon raten Sie ab?  
(Und warum?)**
- 3) Was sind offene Fragen?**

# **Pat:innen halten**

**Allgemeine Prinzipien  
inklusive Provokation**

# Zentral für die Gewinnung wie für die Bindung

## An der Zufriedenheit von Mentorinnen und Paten arbeiten

Motivation erhalten, Kontinuität des Tandems  
sichern → Wirksamkeit der Patenschaft  
Erfüllendes Engagement → Kommunikation im  
sozialen Umfeld → Mund zu Mund-Propaganda  
Erfüllendes

Aber was macht Mentorinnen und  
Paten zufrieden?

## Prinzip 1 + 2

„Encourage mentors  
to **identify with the program** and  
**build a sense of community**“  
(Stukas 2013)

Angebote zum Austausch mit anderen  
Pat:innen, Fortbildung, Information etc.

## Prinzip 3 + 4

„Offer **sufficient support** to mentors to allow them to **feel respected**“

„Evaluate and ensure that **mentors own needs and goals are satisfied** by mentoring as well as any other activities that the organization offers to support “

Spannungsfelder beachten und konstruktiv verarbeiten

# Beispiel für ein Spannungsfeld

„Begrenzte Führbarkeit“  
von Patinnen und Mentoren

Eigenständige Persönlichkeiten UND  
zugleich formale Rahmung

Eigensinn UND Funktionalität

**Und insbesondere bei Tandems  
mit größeren Problemlasten:**

Sinnhaftigkeit der Erfahrung  
und  
Selbstwirksamkeitserleben  
ermöglichen

durch  
entsprechende Deutungen und  
begleitende (An)erkennung

# Leitfragen für den Austausch

- 1) Was funktioniert bei Ihnen?
- 2) Wovon raten Sie ab?  
(Und warum?)
- 3) Was sind offene Fragen?



# Vielen Dank!

Wissenschaftliche Einsichten über  
Mentoring und Patenschaften finden  
Sie im Fachbrief „Telemachos“:



Kostenlos zu bestellen unter [www.kipa-berlin.de](http://www.kipa-berlin.de)