

Aktion Zusammen wachsen  
2. Digitaler Fachtag am 8. September 2021

## **Fachforum 1: Pat:innen gewinnen und halten**

Bernd Schüler

Zusammenfassung

### **Wie man Pat:innen gewinnen kann**

Beim Input wurde zunächst vorab klar gemacht, dass allzu konkrete Tipps oder Hinweise zu unspezifisch sein können, denn was funktioniert, hängt oft vom konkreten Konzept, von den jeweiligen Zielgruppen und vor allen vom (sozial)räumlichen Kontext (Stadt/ ländliche Region) und von den personellen und finanziellen Ressourcen ab. Deshalb wurden eher allgemeine Faktoren und Prinzipien geschildert, die bei der Außendarstellung und der Ansprache Interessierter wichtig scheinen.

- + Das eigene Angebot zweigleisig darstellen, zum einen emotional (durch Bilder, Zitate, Geschichten, Aussagen von lokalen Prominenten etc.), zum anderen rational (durch Bezug auf Forschungsergebnisse oder aktuelle Problemlagen wie jetzt aufgrund von Corona, verbunden mit gesellschaftlichem Bewusstsein für die weitere Benachteiligung vieler junger Menschen; durch die nüchterne Darstellung, wie Tandem-Aktivitäten ein Problem lösen) – damit gleichermaßen Herz und Verstand angesprochen werden.
- + Die Motive der Zielgruppe von Freiwilligen ansprechen (Zum Beispiel sind viele junge Menschen in Großstädten für das Thema Bildungsungleichheiten politisch stark sensibilisiert und wollen dagegen etwas tun. Menschen im mittleren Alter ohne eigene Kinder beginnen sich zu fragen, was sie weitergeben können; Generativität. Alte Menschen sind auch bestrebt, sich durch ein Engagement fit zu halten).
- + Viele unterschiedliche Kanäle bespielen, denn Menschen brauchen oft mehrere Impulse, bis sie handeln.
- + Die schon vorhandenen Freiwilligen befragen, wo und wie sie neue Freiwillige suchen würden bzw. wie sie sich dafür zusätzlich engagieren können (Zufriedene Freiwillige mobilisieren durch Mund-zu-Mund-Propaganda).
- + Im lokalen Umfeld nach Kooperationspartner:innen suchen, die als Multiplikator:innen den Bedarf an Freiwilligen kommunizieren oder diese direkt akquirieren können (Hier wurde von Teilnehmenden berichtet, es habe sich bewährt, in größere Firmen zu gehen, um angehende:n Rentner:innen auf ein Engagement als Mentor:in hinzuweisen. Die Möglichkeiten sind hier vielfältig, wie auch das letzte Fachforum

zeigte, wo etwa Chöre, KITAS, Vereine etc. genannt wurden).

- + Den Prozess der Kontaktaufnahme Interessierter daraufhin überprüfen, ob er niedrigschwellig ist (Wer zum Beispiel junge Pat:innen sucht, sollte via Instagram kommunizieren können; niedrigschwellig ist aktuell natürlich auch, Kennenlerngespräche und Einführungen digital zu organisieren, damit die Interessierten nicht so lange warten müssen).
- + Die Literatur empfiehlt, dass in der Ansprache die schönen Seiten von Patenschaften nicht überbetont werden sollten. Wer keine realistische Darstellung liefere, riskiere, dass Pat:innen enttäuscht werden, etwa aufgrund falscher Erwartungen über schnelle Dankbarkeit oder starke Selbstwirksamkeitserfahrungen. Es braucht eine Balance zwischen Werbung und Aufklärung.

+ Viele dieser Aspekte davon wurden von Teilnehmenden bestätigt und illustriert.

+ Teilnehmende bekräftigten etwa, dass es wichtig ist, neben dem konkreten Bedarf gleichzeitig aufzuzeigen, welche praktischen Handlungen erforderlich sind, um darauf als Patin oder Mentor angemessen eingehen zu können. Wie man unterstützen kann, sei sehr konkret zu beschreiben. Dadurch könne man den Eindruck von möglicher Überforderung vermeiden und alles als machbar erscheinen zu lassen.

+ Für manche Teilnehmende war es ein Denkanstoß aus dem Input, inwieweit man auf den Begriff „Patenschaft“ verzichten soll, um sein Angebot zu bewerben. Patenschaft, so die Argumentation dazu, sei ein großes Wort, das mit viel Verantwortung assoziiert wird und deshalb auf viele abschreckend wirken könnte. Zu überlegen wäre, je nach Konzept, inwieweit andere Begrifflichkeiten genutzt werden können.

### **Was bleibt schwierig oder unklar?**

- + Mit Werbung in Zeitungen gibt es sehr unterschiedliche Erfahrungen, allerdings teilt jemand mit, dass er sehr gute Erfahrungen mit Anzeigen gemacht hat.
- + Der Erfolg über Medienarbeit wird sehr unterschiedlich beurteilt. Über Zeitungen zu gehen und dort Artikel zu platzieren wird für die Zielgruppe der Älteren als erfolgreich gewertet. Allerdings ist der Zugang zu Zeitungen sehr von lokalen Bedingungen abhängig.

### **Und Corona?**

Bezogen auf die derzeitige Rekrutierung in der Pandemie wurde weiterhin gesagt, dass das gesellschaftliche Bewusstsein, gerade benachteiligte Kinder und Jugendliche bräuchten zusätzliche Förderung, gerade groß ist und die Chancen, mit Patenschaften Anklang zu finden, daher gut sind.

### **Wie man Pat:innen halten kann**

In einem kurzen Input dazu wurden zentrale Punkte aus Literatur und Qualitätsstandards vorgestellt. Demnach geht es darum, Pat:innen zu binden, indem man als Projekt/ Programm durch unterschiedliche Maßnahmen dafür sorgt, dass sie sich

- + mit dem Angebot bzw. der Rolle als Pat:in identifizieren,
- + mit anderen Tandems und/oder Pat:innen als Gemeinschaft empfinden,
- + respektiert fühlen,
- + in ihren Bedürfnissen und Zielen bestätigt erleben können und
- + insgesamt zufrieden sind.

Diese Aspekte konnten die Teilnehmenden bestätigen bzw. praktisch veranschaulichen. Für wichtig befunden wurden u.a.

- + regelmäßiger persönlicher Kontakt (Wie eine Koordinatorin betonte, solle sich dieser nicht nur auf die Patenschaft beziehen soll, sondern auch die sonstigen Lebensumstände, denn nur durch eine solche Beziehungspflege könne Verbundenheit hergestellt und aufrechterhalten werden)
- + Wertschätzung
- + Fortbildung
- + Supervision
- + Zielvereinbarungen
- + Aufmerksamkeiten wie etwa kleine Präsente.

+ Eine Teilnehmende machte, im übrigen ganz ähnlich wie jemand beim ersten Forum, deutlich, dass die Sicherung der Nachhaltigkeit des Engagements schon damit beginnt, dass man sich im Erstgespräch viel Zeit nimmt, um Vertrauen und eine Arbeitsbeziehung aufzubauen. Demnach soll sogar der Zusammenhang gelten: Je gründlicher man beim Einführungsgespräch vorgeht, desto länger bleiben die Leute. Dabei sollen auch sehr persönliche Themen wie Stärken und Schwächen berührt werden. Sofern es um eine Patenschaft mit Kindern gehe, sollen auch die Kindheit des künftigen Paten angesprochen sein.

+ Für die Zufriedenheit mit der Patenschaften entscheidend sei auch, dass sich Freiwillige an den kleinen Schritten und Erfolgen zu orientieren, um sich als selbstwirksam erleben zu können.

### **Was schwierig oder unklar ist**

+ Angesprochen wurde die Begleitung von Pat:innen durch erfahrene Pat:innen selbst, durch sozusagen „alte Hasen“, die dies aufgrund ihrer Erfahrung leisten können; noch gäbe es dazu aber wenig Erfahrungswerte, wie gut dies gelingt.

### **Und Corona?**

+ Einzelne Koordinierende berichten, aufgrund der Pandemie hätten etliche

Freiwillige ihr Engagement ruhen lassen, um sich selbst nicht zu gefährden. Nach der Impfung würden die Patenschaften wieder vermehrt reaktiviert. Noch ist aber nicht absehbar, ob und welche Folgen das Pausieren hat. Insgesamt sei mit einem Wandel zu rechnen, weil auch die Patinnen und Mentoren unter Umständen Gewohnheiten verändert und einen anderen Alltag haben, verbunden womöglich mit neue Prioritäten, wie verfügbare Zeit eingesetzt wird. Die Erfahrung zeige aber, bislang kommen Pat:innen immer wieder.

+ Digitale Austauschtreffen mit Pat:innen hätten funktioniert und ihre Aufgabe erfüllt, sich zu sehen und auf den Stand zu bringen. Jedoch sei die Digitalisierung dieser Aufgabe keine dauerhaft zufriedenstellende Lösung.