

# **Fachforum**

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

Fachtag „Aktion zusammen wachsen –  
Herausforderungen für Patenschaften  
während der Corona-Pandemie und  
Perspektiven danach“  
am 28. April 2021

Bernd Schüler  
Autor Fachbrief „Telemachos“ u.a.  
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

**Z.B. BMin Karliczek:  
2021 und 2022 sind  
„Aufholjahre“**

## 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!**

# **Beispiel Newsletter**

## **Big Brothers Big Sisters America**

„... Auf die Frage, warum sich nicht mehr Menschen freiwillig engagieren, hat Big Brother Albert eine einfache Antwort. "Sie verfangen sich in dem Gedanken: 'Vielleicht bin ich nicht genau da, wo ich im Leben sein will...warum sollte mir jemand zuhören? Ich habe nicht viel zu geben...'

**Und übrigens: Perfektion. Wird hier nicht verlangt. Cool sein, das ist ein Plus.“**

# 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“ (EPPM)

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“:  
Sind die, die sich spontan melden, die  
Richtigen?

**Spannungsfeld zwischen  
Gewinnung und Eignung!**

**Und immer wichtig – für die Gewinnung wie für die Bindung**

## **An der Zufriedenheit von Mentorinnen und Paten arbeiten**

Warum?

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

# **Pat:innen halten**

**Allgemeine Prinzipien  
inklusive Provokation**

## 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...“

U.a. Spannungsfeld zwischen Zielen der Pat:innen und des Projekts!?

# Vielen Dank!

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



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