



Engagementnachrichten 17/ 2021

Schlechte und gute Nachrichten, EngagementGewinner, Corona-Lage, Klimaschutz, Digitaler Wandel, Wissenstransfer, Tinder

„Only bad news are good news.“

(Spruch)

Liebe Kollegin, lieber Kollege,

dass zentrale Fragen des Engagements auf der ersten Seite eines überregionalen Leitmediums verhandelt werden, kommt nicht eben häufig vor. (Gabs noch nie, sagt unser Gedächtnis.)

Umso aufmerksamer schaut man hin, wenn es mal so weit ist.

In der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung lautete letztes Wochenende der Aufmacher-Titel: „Vereine leiden unter Corona“. Nicht nur gibt es diese vierspaltige Nachricht auf dem Cover vorne, nein, weiter hinten wird das Thema sogar in einer zweiseitigen Reportage unter der Überschrift: „Einer muss es machen“ detailliert an Einzelfällen anschaulich gemacht. (Leider nur hinter der Bezahlschranke [hier zu lesen](#).)

Der Tenor der Reportage: „Weil ihnen die Ehrenamtlichen weglaufen, stehen immer mehr Vereine vor dem Aus. Corona hat die Krise nochmal verschärft.“ Und der des Aufmacher-Textes: „Mehr Austritte in der Pandemie. Verbände und Politik wollen Ehrenamtliche stärken“.

Nun kann man vieles daran spannend und auch betrüblich finden. Etwa, dass mit „Vereinen“ hier nur Sport- und Musikvereine angesprochen werden, die schon vor Corona Mitglieder verloren haben.

Aber wichtig scheint uns auch, wie hier (überregionale) Medien Engagement und Ehrenamt thematisieren. Denn das könnte ein allgemeines Lehrstück für die Öffentlichkeitsarbeit sein. Folgende Lektionen sind u.a. enthalten:

- Der Aufmacher-Text nennt gleich am Anfang diverse Zahlen, zum Beispiel: 20 Prozent der Vereine, die befragt wurden, sagen, sie würden Mitglieder verlieren. Merke: Liefere Zahlen, die einen Zustand, ein Potenzial oder einen Verlauf verdeutlichen.

- Als Gewährsmann für die Zahlen fungiert ein „Vereinsexperte“, hier Holger Krimmer von Zivilgesellschaft in Zahlen (ZiviZ). Merke: Gebe externe Instanzen an, bei denen man irgendwie Unabhängigkeit annehmen kann.
- Zudem enthält die Nachricht Einschätzungen von Vertreter:innen des Deutschen Olympischen Sport-Bunds und des Bundesmusikverbands Chor Orchester. Merke: Lasse Expert:innen einschätzen und baue Perspektiven anderer ein.

Doch noch mehr scheint in diesem Fall etwas auf, was immer wieder als grundlegendes Prinzip des Medienbetriebs beschrieben wird: „Only bad news are good news.“

Sprich, man malt die Krise an die Wand, mit möglichst dicken Pinselstrichen, denn nur so lässt sich (die große) Aufmerksamkeit generieren.

Jetzt könnten Sie allerdings einwenden: Ach, wieso alles immer so negativ?! Engagement steht doch für etwas Positives – für Hinwendung zum Leben, für Gestaltung des Gemeinsamen, für Überwindung alles Üblen. Vielleicht würden Sie deshalb auch aus vollem Herzen zustimmen, dass es zu wenig gute Nachrichten gibt – weshalb in englischen Städten eine Bewegung entstanden ist, die neue Zeitungen aufbaut, die etwa „Good News Liverpool“ heißen (by the way, ist das auch eine Idee für ein Freiwilligen-Projekt?). Und ein dänischer Journalist fordert gleich in einem ganzen Buch mehr „Konstruktive Nachrichten“.

Doch wie man es dreht und wendet: Menschen sind eher auf Negatives ansprechbar. Psychologische Studien bezeichnen das als „negativity bias“, als in uns angelegte Neigung, zuerst das Bedrohliche wahrzunehmen. Kein Wunder eigentlich, wer in der Steinzeit nicht als Erstes das Problem in einer Situation sah, war unter Umständen tot.

Und doch muss man nicht dabei stehen bleiben, auch das lässt sich mit Studien belegen: Menschen sind aufgeschlossener für schlechte Botschaften, weil sie ein Grundvertrauen haben, dass das meiste in ihrem Leben und um sie herum funktioniert – oder funktionieren kann. „Nur vor hellem Hintergrund werden die dunklen Flecken hervorgehoben.“

Daraus ließe sich auch eine Strategie zur Kommunikation über Engagement ableiten: Es gibt Probleme, aber wir gehen sie an. Beziehungsweise: Um die Welt im Guten zu erhalten, müssen und können Menschen etwas tun.

Auch der Text kriegt die Kurve in diese Richtung – indem er beispielhaft über einen Musikverein berichtet, der Vorstandsaufgaben in kleine Portionen auf- und auf mehrere Köpfe verteilt.

Am „partiellen Vereinssterben“, wie es in der Reportage Holger Krimmer von ZiviZ diagnostiziert, ändert das dennoch nichts. Und auch nichts an der Erfahrung eines Sportvereinsmenschen, der über die Jahre bei seinen Mitgliedern eine „zunehmende ‚Nehmer-Mentalität‘“ entdeckt. Früher, erzählt dieser, habe es richtiggehend Wahlkämpfe um den Vorstand gegeben. Heute will keiner mehr so ein Amt, obwohl die Auflösung nicht mehr weit entfernt ist – wohlgemerkt die Liquidation eines eigentlich lebendigen Vereins.

Bevor man zum letzten Mittel greifen muss, dem Katastrophen-Szenario, hier noch weitere Hinweise, die auch gleich zum Thema passen.



Aus der Welt des Engagements

Wettbewerb: Neue Engagierte gewinnen dank „EngagementGewinner“

Dem Land und seinen Vereinen gehen die Vorstände aus. Damit nicht genug, sind viele Gruppen darin unterrepräsentiert, es fehlen vielerorts Frauen, Menschen mit geringer formaler Bildung, zugewanderte oder junge Menschen. Alle Welt sucht daher Wege, sie für das Engagement zu gewinnen und einzubinden. Wer weiß, wie das geht, könnte zusätzlich belohnt werden, findet die Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt. Deshalb vergibt sie 50 Mal 10.000 Euro für die „kreativsten Ideen“: „Wir suchen Organisationen, die Herausforderungen als Chance begreifen und mit kreativen und inklusiven Ideen Engagierte insbesondere in ländlichen und/oder strukturschwachen Räumen gewinnen und Lust haben, ihre Ansätze mit anderen Organisationen zu teilen.“

Bis 10. Oktober kann man sich bewerben. Mehr Infos hier. Es entscheiden vier regionale Expert:innen-Jurys, darunter diverse lagfa's. Zehn Mal die Preissumme gibt es auf Grundlage einer Publikumsabstimmung Anfang Dezember.

Publikation: In Corona Resilienz beweisen und Fragilität offenbaren

Hat die Corona-Pandemie das bürgerschaftliche Engagement verändert? So fragen zwei Forscher:innen in einem kurzen Aufsatz und antworten unter anderem ähnlich wie oben beschrieben: Ja, die Vereine haben Engagierte verloren. Unklar noch, wie es etwa mit engagierten Jugendlichen weitergeht. Aber man müsse auch den „Entwicklungsschub im Engagement“ sehen. Drei prägnante Zitate:

- „Engagierte als Krisenhelfer_innen, das bedeutet: innovative Ideen, große Einsatzbereitschaft und hohe Motivation.“
- „Wie jede Krise brachte auch die Corona-Pandemie neue Engagementformen und -formate hervor.“
- „Das Engagement hat sich durch die Krise verändert. Es hat Resilienz bewiesen und gleichzeitig Fragilität offenbart.“

Der ganze Aufsatz (mit mahnenden Worten für bessere Rahmenbedingungen), geschrieben von Andrea Walter und Matthias Freise, herausgegeben von der Friedrich-Ebert-Stiftung, findet sich [hier](#).

Umfrage: Die Lage mit/ trotz/ wegen Corona einfangen

Dass es Zahlen braucht, oft wenigstens, haben wir oben angedeutet. Deshalb braucht es sowohl Einrichtungen wie ZiviZ, die Daten zur Zivilgesellschaft erheben, als auch gemeinnützige Organisationen wie Sie und andere, die die Umfragen beantworten. ZiviZ fragt regelmäßig Vereine etc., wie deren Lage in der Corona-Pandemie aussieht: Geht's? Oder brauchen Sie oder andere Hilfe?

Bitte maximal zehn Minuten investieren und bis 19 September [hier antworten](#) und die Umfrage weiterleiten. „Sie leisten damit einen wertvollen Beitrag zur Weiterentwicklung der aktuellen Engagementpolitik“, schreibt ZiviZ.

Wettbewerb: Das Klima retten mit den geeigneten Partner:innen

Dass wir das Klima retten müssen, ist klar. Die Frage ist nur: Wie? Und auch: Mit wem zusammen? Deshalb lobt das BBE einen „Ideenwettbewerb“ aus, der nach passenden Möglichkeiten des Zusammenwirkens fahndet. Denn Vereine etc., für die das Klima nicht zum Satzungszweck gehört, brauchen vielleicht Partner:innen, die einen an die Hand nehmen – damit man gemeinsam sichten kann, wie man Klimaschutz bei sich umsetzen kann. Zugleich sollen sich Organisationen, die sich mit diesem Thema auskennen, mit „themenfremden Organisationen“ vernetzen.

„Welche Mittel und Formate Sie wählen, ist Ihrer Kreativität überlassen“, schreibt das

BBE. In zwei Ausschreibungsrunden werden insgesamt zehn innovative Projekte gefördert, ab 27. September kann man sich bewerben. Der Ideenwettbewerb gehört zum Programm „Engagiert für Klimaschutz“ und wird von der Stiftung Mercator gefördert. Mehr [Infos hier](#).

Veranstaltung: Die digital verwandelte Zivilgesellschaft verstehen

„Zivilgesellschaft am Katzentisch? Perspektiven der Selbstermächtigung“: Das ist doch mal ein Titel für eine Podiumsdiskussion! Und dann auch noch besetzt mit einer bagfa-Mitarbeiterin unter den Debattierenden! Aber auch das Podium davor scheint lohnenswert, wenn (wahrscheinliche) Mitglieder des Deutschen Bundestags sich auseinandersetzen mit der Frage: „Zwischen Anspruch und Wirklichkeit – Engagementpolitik im Digitalen Wandel“.

Das alles und noch viel mehr bei der hybriden BBE-Abschlusskonferenz des „Forums Digitalisierung und Engagement“, die den Titel trägt: „Zivilgesellschaft im Digitalen Wandel“, und zwar am 13. Oktober ganztags. Achtung: Anmeldungen werden ggfs. nur bis 29. September entgegengenommen. Mehr [Infos hier](#).

Von uns für Sie

+ Hätten Sie es gewusst? Der kirchliche und religiöse Bereich ist nach dem Freiwilligen survey 2019 das fünftgrößte Engagementfeld in Deutschland. Gleichwohl spielt dies bei Freiwilligenagenturen oft keine Rolle. Darüber wäre zu reden – nicht zuletzt beim bagfa-Thementag **„Freiwilligenagenturen und Kirchengemeinden: Offen für Zusammenarbeit?“** am 24. September ab 10 Uhr online und kostenlos. Freie Plätze vorhanden, [Anmeldung hier](#).

+ Was sind die großen **Entwicklungslinien des Engagements** – und wie kann die nächste Bundesregierung zu ihrer Gestaltung beitragen? Das sind die Fragen, die wir in unserem Talk-Format „55 Minuten mit...“ Dr. Thomas Rübke klären wollen, dem Vorsitzenden des BBE-Sprecher*innenrats, und zwar am 6. Oktober um 10 Uhr. Anmeldung demnächst über die bagfa-Webseite möglich.

+ Wie man Akteure vernetzt, Erfahrungen austauscht und welche Entwicklungen und **Trends beim Wissenstransfer** es gibt – das verhandeln wir bei einem Talk rund um die Verleihung des bagfa-Innovationspreises, der genau zu diesem Komplex „Austausch in der Engagementwelt“ neue Ansätze auszeichnet, und zwar via Zoom am 6. Oktober von 15:30 bis ca. 16.45 Uhr, [Anmeldung hier](#).

Auch das noch

Der schönste Nebeneffekt des Engagements ist – wahrscheinlich für jede:n was anderes. Aber ein [Zeitungsartikel](#), wieder wie oben aus der FAS, jetzt von vorletztem

Wochenende, Titel: „Sie fühlen sich hilflos und vergessen“, dieser Artikel stellt etwas heraus, was zunächst so gar nicht zusammengehören scheint: Katastrophe und Romantik. Nachdem beschrieben wurde, dass im Unwettergebiet Ahrtal jetzt Freiwillige fehlen, die helfen, in der unfassbaren Zerstörung für etwas Ordnung zu sorgen, und wie schwierig es für die verbliebenen Helfer:innen geworden ist (Herbstwetter, Gaffer:innen und Dieb:innen), kommt die Sprache auf die Geselligkeit, auf die Freundschaften, die entstehen, wenn man die ganze Zeit zusammen ist – und „Liebschaften“ gebe es auch. „Eine junge Frau sagt: ‚Helfen ist das neue Tinder‘“. Irgendjemand habe den Begriff „Ahrship“ erfunden, in Anlehnung an „Parship“.

Im Namen des ganzen bagfa-Teams grüßt herzlich
Bernd Schüler



Impressum

Redaktion Engagementnachrichten:
Paula Bergmann, Tobias Kemnitzer, Bernd Schüler
V.i.S.d.P.: Tobias Kemnitzer
Datenschutz siehe hier

Gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen e.V.
Potsdamer Straße 99 | 10785 Berlin
Tel 030-20 45 33 66 | Fax 030-28 09 46 99 | bagfa@bagfa.de

Vereinsregister des Landes Berlin (AG Charlottenburg), VR-Nr.: 19406 B
Steuernummer beim Finanzamt für Körperschaften Berlin:
27/657/50058/63

Falls Sie wissen wollen, was Freiwilligenagenturen tun: [Kurzfilm](#)
Falls Sie Mitglied der bagfa werden wollen: [weitere Infos](#)
Falls Sie andere auf diesen Newsletter hinweisen wollen: [Archiv und Anmeldung](#)
Falls Sie keine Engagementnachrichten mehr erhalten möchten: [Abmeldelink](#)