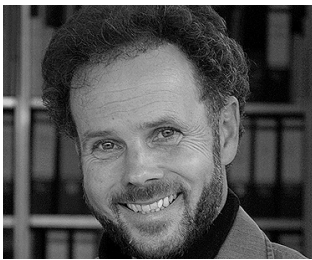


ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

»Ehrenamt aktiv – eine Zeitschrift für uns«



VON THOMAS MÄULE

Dr. Thomas Mäule – studierter Theologe, Sportwissenschaftler, Gerontologe und Sozialmanager – ist Referent für Theologie und Ethik bei der Evangelischen Heimstiftung GmbH in Stuttgart. Die Organisation ist mit 7.400 Plätzen und 6.400 hauptberuflichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der größte Anbieter von Altenhilfedienstleistungen in Baden-Württemberg.
E-Mail
t.maeule@ev-heimstiftung.de

Ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten ist eine wichtige Aufgabe in fast allen sozialen Organisationen. Eine trägereigene Zeitschrift speziell für Freiwillige kann dabei eine gute Hilfe sein, wie ein Beispiel aus Baden-Württemberg zeigt.

Über 2.500 Ehrenamtliche (1) engagieren sich in 71 Pflegeeinrichtungen der Evangelischen Heimstiftung GmbH. Im Jahr 2008 wurde eine Befragung unter allen ehrenamtlich Tätigen durchgeführt. Eines der wichtigsten Ergebnisse war die Bedeutung des Austauschs untereinander sowie der Bedarf nach ausreichend Information und Anregung.

Mit einer Zeitschrift für Ehrenamtliche wurde eine Plattform geschaffen, um mehr Erfahrungsaustausch zu ermöglichen und dem Informationsbedürfnis zu entsprechen. Ziel der Zeitschrift ist es, ein lebendiges Netzwerk unter Ehrenamtlichen entstehen zu lassen. Erwartungen können abgeglichen, Lernprozesse initiiert, ehrenamtlich Tätige durch Informationen aktiv einbezogen werden.

»Um das Netzwerk mit Leben zu füllen, sind wir auf Ihre Mithilfe angewiesen.« Im Sommer 2008 wurden alle Hausleitungen schriftlich gebeten, je eine Kontaktperson zu benennen: einen Haupt- und einen Ehrenamtlichen. Als Tandem mögen sie sich Gedanken machen, was sie für eine trägerweite Zeitschrift beisteuern können. »Wir brauchen kurze Informationen, die für andere Ehrenamtliche wichtig sind: eine erfolgreiche Feier, eine pfiffige Idee, eine gewonnene Auszeichnung, ein bemerkenswertes Feedback von Bewohnern – an Ideen sind hierfür keine Grenzen gesetzt.« Damit war der Startschuss für eine Zeitschrift von und für Ehrenamtliche gefallen. (2)

Acht Seiten mit Konzept

Uneitel, lebendig und frisch kommt die vierte Ausgabe von »Ehrenamt aktiv« daher. Im DIN-A 4-Format erscheint sie zweimal jährlich mit jeweils acht Seiten in einer Auflage von 6.000 Exemplaren. Die Zeitschrift wird kostenfrei verteilt. Allen

Freiwilligen wird sie ausgehändigt. Ebenso liegt sie im Foyer der Pflegeheime aus, aber auch in Rathäusern, Sparkassen, Arztpraxen, Bibliotheken. Der Leser soll sich selbst ein Bild machen: »Wie wäre das für mich?«

Durch wiederkehrende Rubriken hat sich die Redaktion einen Rahmen geschaffen, innerhalb dessen die Materialauswahl leicht fällt. Vierspaltiger Umbruch, luftiges Layout, farbige Bilder als Blickfang erleichtern die Lektüre. Dank der Rubrizierung wird der Leser klar durch das Heft geführt.

Coverbild und Editorial finden sich auf der Titelseite. Das Vorwort bezieht sich auf ein aktuelles Ereignis oder ein wichtiges Thema, das im Heft vorkommt. Es soll durch Stil und kurze Form das Interesse für Beiträge im Heft wecken. Und es soll den Leser binden, indem es ihn – mit persönlicher Unterschrift – direkt anspricht.

Auf den Seiten 2 und 3 folgt ein Themenblock, zu dem die freiwillig Engagierten und Ehrenamtskoordinatoren um Beiträge gebeten werden. Schwerpunkte sind beispielsweise »Rahmenbedingungen«, »Gewinnung von Freiwilligen«, »Kooperation von Haupt- und Ehrenamtlichen«, »Schweigepflicht«.

In einem ganzseitigen »Praxisbeispiel« auf Seite 4 geht es um ein nachahmenswertes Projekt. Es zielt nicht allein darauf ab, über Erfolge zu berichten. Das Good-Practice-Projekt soll auch als Bauplan zur Nachahmung dienen. Das Rad muss nicht in jeder Einrichtung wieder neu erfunden, sondern in zunehmendem Maße gedreht und genutzt werden. Genau darin liegt eine wesentliche Aufgabe der Zeitschrift.

Die Rubrik »Nachrichten« auf den Seiten 5 bis 7 gibt den Blick frei auf viele abwechslungsreiche und zugleich interessante Tätigkeiten in den Einrichtungen. Auch »Namen sind Nachrichten«. Deshalb findet sich in jeder Ausgabe die Rubrik »Engagiert« und das »Portrait« einer Ehrenamtlichen.

Die letzte Umschlagseite (Seite 8) ist als »Ratgeber« attraktiv gestaltet und weist mit Bild und knappem Text auf Fortbil-

Ehrenamt aktiv

Engagiert in der Evangelischen Heimstiftung

1/2010



Fußball und Ehrenamt – ein starkes Stück Leben!

Fußball ist das einfachste Spiel der Welt. Das Runde muss ins Eckige. Sprich: Der Ball muss ins Tor.

Auf dem Bild erlebt ein Beatmungspatient des Robert-Breuning-Stifts ein Heimspiel seiner Lieblingsfußballer. Pflegekräfte und Ehrenamtliche aus Besigheim haben den Stadionbesuch möglich gemacht. Alles dreht sich in diesen Tagen um den Ball. Immer wieder ist das runde Leder für Überraschungen gut. Gerade darin liegt der Reiz. Das macht ein Spiel aus. Bei jedem Spiel gibt es etwas, was kein Spieler auf dem Fuß hat. Erst recht nicht in der Hand.

Der springende Punkt ist der Ball. Und wie den Ball, so stelle ich mir gelingendes Ehrenamt vor: als erfülltes Leben. Zusammengesetzt aus vielen Teilen, die sich im Laufe der Zeit zu einem Ganzen zusammenfügen.

Stück für Stück, Naht für Naht wachsen die Erfahrungen zusammen. Sie machen das Leben zu einer runden Sache. Schön bunt sind die einzelnen Abschnitte. Ein Flicker darf ruhig dabei sein. Hauptsache, die Luft geht nicht vorzeitig raus! Der Ball ist das Kernstück. Er hält das Spiel am Laufen und die Spieler zusammen.

„Ich jage ihm nach“, heißt es beim Apostel Paulus (Phil 3,12). Sein Leben dreht sich zwar nicht um den Ball, aber er bekennt: „Alles tue ich um des Evangeliums willen, um an ihm teilzuhaben“ (1 Kor 9,23). Paulus lässt seiner Begeisterung freien Lauf. Kein Weg ist ihm zu weit. Und er fordert auf: Es lohnt sich, am Ball zu bleiben. Die eigene Berufung zu finden.

Es lohnt sich, weiterzugeben, was uns selbst weitergebracht hat. Sich einzusetzen und die Dinge zu bewegen. Ich freue mich über die Dribbelkünstler aus aller Welt, die Stars auf dem Fußballfeld.

Und ich freue mich zugleich über die wahren Helden in unseren Einrichtungen. Die alle am Ball und auf Ballhöhe sind. Die ohne viel Aufsehen die Ärmel hochkrepeln und Herzenswünsche erfüllen. Viel mehr solcher Helden im Alltag sollte es geben. Deshalb ist das Heft dem Thema „Ehrenamtliche gewinnen“ gewidmet.

Herzlich grüßt Sie
Ihr

Pfarrer Dr. Thomas Mäule

Eine tragereigene Zeitschrift kann aktive und potenzielle ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ansprechen und informieren.



Gymnastikgruppe mit Schwung und Spaß

Die Ehrenamtlichen des DRK bringen sich ein

Viele Aktivitäten und Betreuungsdienste werden von über 20 Ehrenamtlichen im Haus am Seeweg in Heddesheim Woche für Woche für die knapp 80 Bewohnerinnen und Bewohner durchgeführt. Alle Leistungsangebote und Aktivitäten sind dabei so ausgerichtet, dass jeder Bewohner daran teilnehmen kann. Das täglich wechselnde Programmangebot steht selbstverständlich allen zur Verfügung und sorgt immer wieder für viel Freude und Abwechslung.

Es ist eine besondere Lebensqualität, was den Heimbewohnern durch unsere engagierten Helferinnen und Helfer zugutekommt. Deren Engagement hat einen besonderen Stellenwert.

Jeden Montag ab 9:30 Uhr geht es auf den Stationen ein wenig hektischer zu, denn man will ja pünktlich zur Gymnastikstunde. Währenddessen gestalten die flei-

ßigen Ehrenamtlichen vom DRK schon die Cafeteria um. Die männlichen Helfer räumen sämtliche Tische und Stühle beiseite, und die Damen legen die Utensilien für die Gymnastikgruppe bereit. So wird Platz für über 20 Beteiligte, darunter sechs bis acht Rollstuhlfahrer, geschaffen. Beginnt dann um 10:00 Uhr die Musik, freuen sich die Bewohner bereits auf einen schönen Montagvormittag mit sehr viel Schwung und Spaß. So

mancher kommt auch ganz schön ins Schwitzen. Beim gemeinsamen Schunkeln und Mitsingen werden seniorengerecht Übungen für alle Gliedmaßen (Füße, Beine, Hände, Körper, Nacken und Kopf) spielerisch eingebaut.

Ganz viel Spaß machen den Damen und Herren auch die Übungen mit dem großen Schwungtuch und das Spielen mit Bällen. Ab und zu wird auch Fußball im Sitzen gespielt.

Bewegung im Alter hält auch den Geist fit. Dem dienen die Geschicklichkeitsübungen: „rechte Hand auf linke Schulter, Ringfinger auf Daumen, linke Faust auf rechtes Knie“. Nicht nur Bewohner, auch mancher Helfer kommt dabei ins Grübeln.

Zum Abschluss wird gemeinsam ein Lied gesungen. Dabei reichen sich alle die Hände und schunkeln mit. Leider ist die Gymnastikstunde mit diesem Lied auch schon wieder vorbei. Die Hauptamtlichen bringen die Damen und Herren wieder in ihre Wohnbereiche. Nicht selten hört man dann auf dem Weg so manches „Ach schade, schon wieder zu Ende!“. Auch wenn es für diesen Montag zu Ende sein sollte, können die Bewohner gewiss sein, dass der nächste Montag kommt und die Gymnastikstunde wieder stattfindet.

Die ehrenamtlichen DRK-Helfer engagieren sich das ganze Jahr über für die Gymnastikstunden in unserem Haus.

► Ihre Ansprechpartnerin:
Monika Arnheiter
Hausdirektion
Telefon (0 62 03) 9 54 26-0
m.arnheiter@ev-heimstiftung.de



Tipps zur Herausgabe eigener Zeitschriften

Eine regelmäßig erscheinende Publikation für die Öffentlichkeit, die Mitarbeiterschaft oder die Nutzer kann als Teil von Information und Kommunikation der Organisation gesehen werden. Innerhalb einer Gesamtkonzeption von Öffentlichkeitsarbeit muss Klarheit über die Aufgabe und die Zielgruppe – und daraus resultierend: über die Inhalte und deren Gestaltung – der hauseigenen Zeitschrift gewonnen werden. Woran Sie denken müssen, wenn Sie selbst eine Zeitschrift konzipieren wollen:

1. Aufbau- und Ablauforganisation

- Aufgabenverteilung
- Finanzierung
- Redaktionskonzept
- Terminplanung und Terminkontrolle
- Redaktion und Gestaltung
- Herstellung
- Vertrieb und Marketing

2. Redaktionskonzept

- Zielgruppen: Wer soll die Zeitschrift lesen?
- Inhaltliches Konzept: Welche Themen sollen behandelt werden?
- Erscheinungszeitraum: Wie viele Ausgaben im Jahr soll es geben? Die Erfahrung zeigt: Öfter und dünner ist besser als seltener und dicker.
- Titel: Stellt der Haupt- und Untertitel der Zeitschrift einen lokalen Bezug her und gibt er einen Hinweis auf die herausgebende Organisation?
- Gliederung: Welche ständigen Rubriken soll es geben? Beispiele: Titelgeschichte, Kommentar, Grußwort, Kurzinformationen aus der Organisation, Nachrichten aus dem Stadtteil, aus der Kommune, aus der Sozialpolitik, Preisrätsel, Umfragen, Drei Fragen an ...; Jubilare, neue Mitglieder, neue Mitarbeiter, Menschen aus dem Stadtteil oder der Nachbarschaft stellen sich vor, Leserbriefe, Bericht des Betriebsrates, Termine
- Formales Konzept: Wie sollen die Themen dargestellt werden und in welcher Reihenfolge sollen sie in der Zeitschrift erscheinen?
- Gestaltung: Welches Format soll die Zeitschrift haben? Wie viele Seiten soll ein normales Heft haben? Wie soll der Umschlag aussehen? Welche formalen Gestaltungsmittel sollen und können eingesetzt werden (Texte, Graphiken, Karikaturen, Fotos)?
- Herstellung: Was soll selbst gemacht werden – Satz, Korrektur und Umbruch, Bindung –; was soll – an wen? – vergeben werden? Wie hoch soll die durchschnittliche Druckauflage sein?

3. Terminplanung

Die Terminplanung für eigene Zeitschriften muss sich am gewünschten Verfügbarkeitstermin der jeweiligen Ausgabe beim Leser orientieren, und von diesem Zeitpunkt her sind die anderen Termine zurückzurechnen:

- Heftkonzeption
- Autorenverpflichtung
- Redaktionsschluss
- Redaktionelle Bearbeitung des Materials und Gestaltung der Zeitschrift
- Herstellungsbeginn und Fertigstellung

- Vertriebsbeginn
- Zeitschrift bei der Leserschaft

4. Finanzierung

- Allgemeine Haushaltsmittel
- Spezielle Haushaltsmittel
- Geldspenden
- Sachspenden
- Verkaufserlöse
- Anzeigen

(Bei diesen Finanzierungsformen muss der eventuelle Status der Gemeinnützigkeit der Organisation beachtet werden; Entscheidungen können hier nur im Einzelfall getroffen werden. Bei der Aufnahme von Anzeigen darf zudem der sich daraus ergebende Verwaltungsaufwand nicht unterschätzt werden: Akquisition, Korrekturfahnen- und Belegexemplarversand, Rechnungstellung, Prüfung des Zahlungseingangs etc.).

5. Presse- und Urheberrecht

- Die Pressegesetze der Bundesländer regeln die öffentliche Aufgabe, den Informationsanspruch, die Sorgfaltspflicht, den Gegendarstellungsanspruch, die Verantwortung der Redaktion und des Anzeigenverantwortlichen sowie das Impressum. Das Impressum muss in der Regel bei »periodisch erscheinenden Druckwerken« enthalten: den Herausgeber, die verantwortliche Redakteurin oder den verantwortlichen Redakteur, den Namen oder die Firma und die Anschrift des Druckers sowie gegebenenfalls einen Verantwortlichen für den Anzeigenteil.
- Das Urheberrecht schützt praktisch alles, was irgendwo gedruckt erschienen ist; das gilt für Texte ebenso wie für Graphiken und Karikaturen. Diese dürfen nur mit Zustimmung des Urhebers in der Zeitschrift nochmals veröffentlicht werden; gegebenenfalls ist zusätzlich noch die Erlaubnis des Nutzungsberechtigten, beispielsweise der Tageszeitung oder des Verlages, erforderlich. Ausnahmen: reine Nachrichten (»Meldungen, die den äußeren Ablauf eines Ereignisses in Worten darstellen, so wie sie jedermann zu schildern vermag«), amtliche Werke (Gesetze, Verordnungen etc.), öffentliche Reden über Tagesfragen sowie Zitate, die als Beleg in einem »selbständigen Sprachwerk« dienen.

6. Redaktionsgrundsätze

- Die Leser wollen Geschichten, keine Verlautbarungen.
- Ein Beitrag kann immer nur einen wichtigen Gedanken enthalten. Wenn drei wichtige Themen behandelt werden sollen, müssen auch drei Artikel dafür vorgesehen werden.
- Menschen sind auf der Suche nach Vorteilen: Ein Zeitschriftenartikel sollte deshalb auf die unbewusste Frage des Lesers eingehen: Was habe ich davon, dass ich das lese?
- Lösungen statt Probleme bringen.
- Der Leser will aktiviert werden: durch persönliche Ansprache, durch Handlungsappelle, durch Beteiligung (Aktion »Was meinen Sie dazu?«, kleine Belohnungen für veröffentlichte Leserbriefe, Preisausschreiben, Rezeptesammlung, Veranstaltungshinweise zum Ausschneiden etc.).
- Motto beim Bearbeiten eigener und fremder Texte: »Was gestrichen ist, kann den Leser nicht langweilen.«

dungen, eine herausragende Veranstaltung, Film- und Buchtipps oder eine Idee für den Ehrenamtsausflug hin. Die Ratgeberseite schließt mit dem »Wort« eines Ehrenamtlichen, der mit Foto dem Leser sein Gesicht zeigt und ihn nochmals persönlich anspricht.

Informativ, spannend und lesenswert

»Wie sag' ich's meinem Autor?« Bei jeder Ausgabe steht die Redaktion vor diese Frage. Eigentlich müsste man den Ausflug-Bericht zurückweisen: »Pünktlich morgens um acht trafen wir uns am Pflegezentrum. Der Bus stand schon bereit ...«. Viel zu lang, zu trocken, voller Banalitäten. Zwickmühle: Der Autor schreibt immer so. Da ist es gut, von Anfang an für Schreiber und Leser den Rahmen abzustecken, was Ziel und Umfang des Textes ist. Auch, dass sich die Redaktion vorbehält, den Artikel gegebenenfalls zu redigieren.

Neben handwerklichen Fähigkeiten gehört Konfliktbereitschaft zur Redaktionsarbeit. Und die Prinzipien: »Was uns selbst langweilt, kommt nicht ins Heft.«

Und: »Alles muss eine Bedeutung für die Gegenwart und für andere Ehrenamtliche haben.« Langatmige Berichte über vergangene Sommerfeste in der Herbstausgabe sind damit ausgeschlossen.

Was Coverbild und andere Fotos angeht, sind Freiwillige und Ehrenamtskoordinatoren gebeten, neben Texten auch gute Bilder einzureichen (Prinzip: »Gesichter statt Massenbilder«). Auf die Fotos fällt der Blick zuerst.

Nachgefragt bei Ehrenamtlichen

Die Zeitschrift gibt die große Chance, Ehrenamtlichen die Möglichkeit des Austauschs von Erfahrungen und Fragestellungen zu bieten. Gleichgültig, ob es sich um Fachfragen in Zusammenhang mit der ehrenamtlichen Tätigkeit handelt oder um organisatorische Fragen. Ehrenamtlichen gibt sie Rückhalt und Sicherheit, aber auch die Chance zur Mitsprache und Partizipation.

Mit der fünften Ausgabe wird eine Umfrage gestartet und gefragt, wie »Ehrenamt aktiv« bei den Lesern ankommt, wie sie die Zeitschrift nutzen und was sich verbessern lässt. Erhoben wird, welche Themenfelder

besondere Aufmerksamkeit finden, welche Rubrik künftig vertieft werden soll. Interessant wird sein, ob das Ziel, Impulse für die Praxis vor Ort zu geben, erreicht wird. Ob Austausch und Beziehungspflege verstärkt, Einzelne und Gruppen in Kontakt gebracht werden?

Dabei ist klar: Netzwerke unter Ehrenamtlichen können nicht kurzfristig aufgebaut werden. Sie brauchen Zeit, klare Regeln und die Freiheit, den Platz im Netzwerk selbst bestimmen zu können.

Anmerkungen

- (1) Die zum großen Teil über 70-jährigen Engagementgruppen in der stationären Pflege fühlen sich vom Begriff »Ehrenamt« eher angesprochen als von anderen begrifflichen Substituten wie »bürgerschaftlich oder freiwillig Engagierte«. Das ist der Grund, dass der Begriff »Ehrenamt« benutzt wird.
- (2) Alle bisherigen Ausgaben von Ehrenamt aktiv können direkt eingesehen werden unter: http://www.ev-heimstiftung.de/Engagement/Ehrenamt/Ehrenamt_aktiv/Archiv.pdf ◆

7. Journalistische Darstellungsformen

Der Einsatz verschiedener journalistischer Darstellungsformen macht eine, auch die eigene Zeitschrift interessant und schützt vor Eintönigkeit. Die Darstellungsform muss dem Thema angemessen sein.

- Nachricht: Meldung über einen nicht erwartbaren Vorfall (»Mann beißt Hund.«)
- Bericht: längere Nachricht mit Hintergrundinformationen
- Reportage: subjektive Beschreibung objektiver Zustände
- Feature: Mischform aus Bericht und Reportage mit wörtlichen Zitaten
- Interview und Umfrage: mehrere Fragen an eine Person oder eine Frage an mehrere Personen
- Fachbeitrag: Analyse und Interpretation eines Sachverhaltes
- Kommentar: subjektive Einordnung und Bewertung eines Themas
- Glosse: knapper, ironisch-witziger Kommentar
- Kritik und Rezension: Unterrichtung und Beurteilung eines Buches, Theater- oder Musikstückes, eines Vortrages, einer Radio- oder Fernsehsendung

8. Zeitschriftengestaltung

Die Gestaltung muss den Wunsch der Redaktion nach Vermittlung bestimmter Themen mit dem Bedürfnis der Leserschaft in Einklang bringen, informiert und unterhalten zu werden.

- selektives Lesen ermöglichen: etwa Text- und Grafikblöcke bilden, Texte gliedern
- lange Texte optisch verkürzen: neue inhaltliche Abschnitte mit Kapitalälchen beginnen, Absätze mit Einzug beginnen, Zwischenüberschriften und Zwischenthesen vorsehen, Zitate herausstellen
- längere Beiträge mit Vorspann ausstatten

- Artikelüberschriften sollen den Inhalt des Beitrags pointiert wiedergeben. Allerdings: Der Beitrag muss halten, was die Überschrift verspricht.
- Bilder und Graphiken mit Bildunterschriften versehen

9. Vertrieb und Marketing

Der Vertrieb muss sicherstellen, dass die Zeitschrift auch bei der ins Auge gefassten Zielgruppe ankommt, und zwar rechtzeitig. »Wenn das Produkt auf dem Markt ist, beginnt erst die eigentliche Arbeit«, lautet die wichtigste Marketing-Weisheit. Mit »Marketing« sind alle Aktivitäten gemeint, die die Akzeptanz der Zeitschrift sichern und steigern helfen (Leser-Blatt-Bindung), zur Leser- und Autorengewinnung sowie zur ständigen Überprüfung der Redaktionskonzeption beitragen.

- Vertrieb und Marketing innerhalb der Organisation
- Auslage mit Akzeptanzachtung
- persönliche Überreichung im Gespräch
- Verteilung bei Veranstaltungen, Arbeitsgruppen und Besprechungen mit Hinweisen auf die Bedeutung einer eigenen Zeitschrift oder Hauspublikation
- Vertrieb und Marketing außerhalb der Organisation
- Verteilung in der Nachbarschaft
- Verteilung an interne und externe Gremien und Institutionen
- Verteilung an Kooperationspartner
- Belegexemplare an Autoren und Anzeigenkunden
- Verteilung an erwähnte Personen und Organisationen
- Verteilung an potenzielle Autoren und an Gremien, mit denen man mit der Zeitschrift kooperieren will
- Rezensionsexemplare an die Presse
- Dokumentation von Reaktionen

Quelle: Gerhard Pfannendörfer: *Kommunikationsmanagement. Das ABC der Öffentlichkeitsarbeit für soziale Organisationen. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 1995. (Im Buchhandel vergriffen).*