

KURZVERSION

Optimales Vorgehen

zur

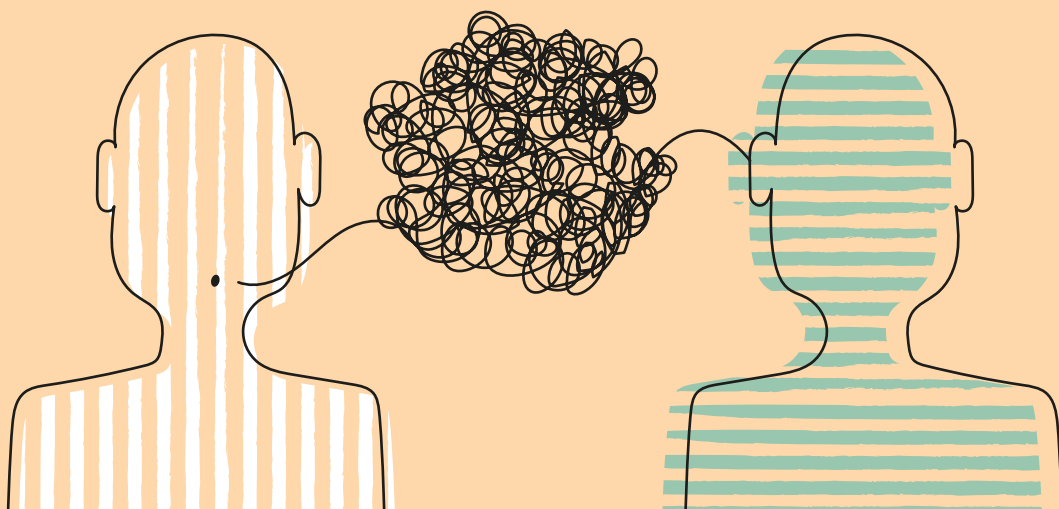
GEWINNUNG

von Freiwilligen

für

Telefonnotrufdienste

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union





Europäisches Projekt



Optimales Vorgehen zur Gewinnung von Freiwilligen für Telefonnotrufdienste

Kurzversion

2019

ERASMUS + PROGRAMME 2014-2020
Key Action 2 – Cooperation for Innovation and the exchange of good practices –

Strategic Partnership

Project Number : 2016 – 1 – DE02-KA204-003302



Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Dieses Handbuch wurde im Februar 2019 herausgegeben

Weitere Information

IFOTES Homepage www.ifotes.org

KONTAKTE :

IFOTES Europe e.V., Hagen, Deutschland
europa@ifotes.org

IFOTES, Rolle, Schweiz
info@ifotes.org

TelefonSeelsorge Österreich
www.telefonseelsorge.at

TelefonSeelsorge Deutschland
www.telefonseelsorge.de

Die Dargebotene Hand Schweiz
www.143.ch

Telefonhilfe
www.telefonhilfe.be



INHALT

1. EINLEITUNG	9
1.1 Ziel des Projekts	
1.2 Themen	
1.3 Partner_innen	
1.4 Methode	
1.5 Ergebnis	
2. RÜCKBLICK UND AUSTAUSCH ÜBER DIE AUSGANGSLAGE.	11
2.1 Die gegenwärtige Situation Freiwilliger bei TES	
2.2 Junge Menschen in TES	
2.3 TES Ausbildung	
2.4 Schlussfolgerungen	
3. ZUR MOTIVATION, JUNGE FREIWILLIGE ZU GEWINNEN.	13
3.1 Mehrwert und Motivation für TES Organisationen, junge Freiwillige einzusetzen	
3.2 Mehrwert und Motivation für Staat und Gesellschaft, junge Freiwillige in der TES-Arbeit zu haben	
3.3 Mehrwert und Motivation für die junge Freiwilligen selbst, in TES zu arbeiten	
3.4 Zweifel von TES-Organisationen hinsichtlich der Gewinnung von jungen Freiwilligen	
3.5 Schlussfolgerungen	
3.6 Empfehlungen	
4. LOKALE, NATIONALE UND INTERNATIONALE STRATEGIEN ZUR GEWINNUNG VON JUNGEN MENSCHEN.	16
4.1 Auf der lokalen Ebene	
4.2 Auf der nationalen Ebene	
4.3 Auf internationaler Ebene	
4.4 Empfehlungen	
5. DIE VERWENDUNG UNTERSCHIEDLICHER MEDIEN UND DES INTERNETS.	18
5.1 Generelle Verwendung von Medien und Internet in den Notrufdiensten	
5.2 Wo suchen junge Menschen nach Informationen?	
5.3 Was motiviert junge Menschen für Freiwilligenarbeit?	
5.4 Welche Verbesserungen können TES-Organisationen machen?	
5.5 Zusammenfassend	
5.6 Empfehlungen	
6. KOMMUNIKATION, WERBEMASSNAHMEN UND ANDERE WEGE, UM JUNGE FREIWILLIGE ZU MOTIVIEREN UND ZU INVOLVIEREN	20
6.1 Methoden	
6.2 Herausforderungen	
6.3 Nutzbringende Aktivitäten	
6.4 Nützliche Mittel bei der Gewinnung	
6.5 Unterstützung junger Menschen während ihres Dienstes	
6.6 Empfehlungen	
7. MODELLE, KONZEPTE UND VORGEHENSWEISEN ZUR GEWINNUNG JUNGER FREIWILLIGER.	22
7.1 Zusammenfassung: 5 Empfehlungen	
8. SCHLUSSFOLGERUNGEN	25
DANK UND ANERKENNUNG.	27

1 . EINLEITUNG

1.1 Ziel des Projekts

Ziel des Youthes-Projektes war es, Erfahrungen zu teilen und das Wissen durch gemeinsame Reflexion und Austausch über die besten Vorgehensweisen zur Gewinnung junger Freiwilliger, die in den Telefonnotrufdiensten der Partnerorganisationen arbeiten, zu erweitern.

1.2 Themen

Folgende Themen und Ziele wurden bei der Entwicklung des Projekts untersucht:

- **Altersstruktur** in den einzelnen Verbänden und TES –Stellen: Ähnlichkeiten und Unterschiede
- **Analyseder** Ergebnisse und Daten der vorherigen Projekte QuaLiS und TESVolSat hinsichtlich Alter und Motivation Freiwilliger in Krisenhotlines
- **Austausch von Modellen und Erfahrungen** der Partnerorganisationen hinsichtlich erfolgreicher Gewinnung junger Freiwilliger
- **Ausbildung und Unterstützung** junger Freiwilliger: spezifische Bedürfnisse und Charakteristika der Zielgruppe
- **Work-life-balance** für junge Freiwillige hinsichtlich der Stundenanzahl und der Dauer der Mitarbeit

1.3 Partner_innen

IFOTES Europe (IE) – Deutschland

SOS Amitie France (SOS) – Frankreich

Kirkens SOS i Bjorgvin (KIRB) – Norwegen

TelefonoAmico Italia (TAI) – Italien

Magyar LelkiElsosegelyTelefonsozgalatokSzovetsege(LESZ) – Ungarn

TelefonSeelsorge Österreich (TES) – Österreich

Studio Rucli(SR) – Italien

PalvelevaPuhelin(PP) jetzt Kirkonkeskusteluapua - Finnland

1.4 Methode

Während des Projektes hatten die TES Partner_innensechs **transnationale Treffen und Workshops**, um sich auszutauschen und um Strategien zur Gewinnung junger Freiwilliger zu entwickeln und hierbei verschiedene Medien zu nutzen.

Die Ergebnisse basieren auf den Projekt-Workshops und zwei Fragebögen. Die Ergebnisse werden in thematischer Reihenfolge präsentiert.

Der YOUthES - Fragebogen A war für die Projektpartner. Die Fragen betrafen Informationen hinsichtlich der Gewinnung junger Freiwilliger, Nutzen für die Jungen/für TES Organisationen/für die Gesellschaft und über den Gebrauch von Medien und Internet bei der „Rekrutierung“. Alle Partner beantworteten den Fragenkatalog. Dadurch konnten wir ein gutes Bild von der Situation in 11 europäischen Ländern (Österreich, Belgien, Finnland, Frankreich, Deutschland, Ungarn, Italien, Niederlande, Norwegen, Slowenien, Schweiz) bekommen.

Der YOUthES - Fragebogen Brichtete sich an junge Menschen in Europa. Er beinhaltete Fragen zur Motivation, zu notwendigen Veränderungen in den Notrufstellen und Informationskanälen. Der elektronische Fragebogen war von Dezember 2017 bis März 2018 geöffnet. Wir erhielten 315 Antworten aus den 11 oben angeführten Ländern. 84% der Fragebogennutzer_innen gehörten zur Zielgruppe der 20 – 34-Jährigen. Ein Drittel war 25 – 29 Jahre alt. Drei Viertel waren weiblich. Annähernd die Hälfte der Teilnehmer_innen waren Freiwillige in Notrufdiensten und 10% waren ehemalige Freiwillige; 42% waren im Augenblick nicht als Freiwillige tätig.

1.5 Ergebnis

Die Partner entwickelten ein „Best practice“- Manual, das das Ergebnis des Projekts und Empfehlungen für Notrufdienste, die die Anwerbung junger Freiwilliger durch gezieltere Information und Ausbildungsmethoden verbessern wollen, darstellt. Das Handbuch ist allen Notrufdiensten in Europa, die emotionale Unterstützung anbieten, sowie jeder anderen Non-Profit-Organisation, die junge Menschen für eine Mitarbeit gewinnen will, zugänglich.

Die vollständige Fassung des Handbuches ist in Englisch und steht auf den Homepages der Partnerorganisationen zur Verfügung.

Eine Kurzfassung wurde erstellt. Dank des Engagements der Partner und Mitglieder von IFOTES im Internationalen Komitee konnte diese in 10 Sprachen übersetzt werden und ist in den folgenden Sprachen vorhanden:

- Englisch
- Deutsch
- Französisch
- Italienisch
- Spanisch
- Holländisch
- Slowenisch
- Finnisch
- Norwegisch
- Ungarisch

Alle Kurzfassungen sind auf der IFOTES Homepage www.ifotes.org und auf den Homepages der Partner und IFOTES- Mitglieder verfügbar.

Anmerkung

TES: Telephone Emergency Services (Telefonische Notrufdienste)

2. RÜCKBLICK UND AUSTAUSCH ÜBER DIE AUSGANGSLAGE

2.1 Die gegenwärtige Situation Freiwilliger bei TES

Die Arbeitsgruppe startete zu Beginn des Projekts mit der Beschreibung der Ausgangslage in Europa. Als Grundlage (Rahmen) diente eine Umfrage über die Zusammensetzung der TES-Mitarbeiter_innen in Europa zum aktuellen Zeitpunkt.

Die Resultate zeigten, dass die Mehrheit der Freiwilligen über 50 Jahre alt ist, 77,04% sind zwischen 50 und 79 Jahren, 76% sind Frauen.

Diese Daten bestätigten einen **gravierenden Mangel an jungen Leuten in den Notrufdiensten** und ermutigte die Gruppe über die Zukunft der TES-Dienstleistungen und die soziale Auswirkung dieses Mangels zu reflektieren.

2.2 Junge Menschen in TES

Wie definiert man «jung» in der Freiwilligenarbeit? Die Gruppe entschied sich, «junge» TES-Mitarbeiter_innenauf die Altersspanne von 20 bis 34 Jahren festzulegen.

Eine zweite Umfrage (T2), die sich an die TES-Stellenleitenden richtete, diente dazu, nach den Mitarbeitenden dieser Altersgruppe zu fragen. Im Durchschnitt sind weniger als 5% der Freiwilligen nach obiger Definition jung, die meisten sind weiblich, und sie bleiben in der Regel 1-2 Jahre in derselben Stelle (Minimum, das die meisten TES-Stellen voraussetzen).

Für die Rekrutierung, Ausbildung und Motivation von jungen Freiwilligen investieren die TES (Leiter_innen) 20-30% ihrer Arbeitszeit und 0-10% ihres Budgets.

2.3 TES Ausbildung

Die Mehrheit der TES bietet keine spezifisch angepasste Ausbildung für Junge an. Auch gibt es keine Unterschiede bezüglich der Dauer der Ausbildung (im Vergleich zu den «älteren» Freiwilligen). Die Ausbildungen dauern in der Regel 40-120 Stunden und umfassen zwischen 3-24 Monaten. Diese Dauer der Ausbildung im TES-Bereich gilt einerseits als Garantie für Qualität, andererseits ist dies eine gute Möglichkeit, die Motivation der

Mitarbeiter_innen zu prüfen, auch was die Langfristigkeit ihres Einsatzes betrifft. Eine anspruchsvolle Ausbildung bietet die Möglichkeit, die Freiwilligen gut auf ihre zukünftige Tätigkeit vorzubereiten und sie dementsprechend einzubeziehen. Die TES möchten die Qualität ihrer Ausbildung für alle Altersgruppen beibehalten.

2.4 Schlussfolgerungen

Nach den Resultaten aus T1 und T2, die wenigen Ressourcen für die Rekrutierung und Ausbildung von jungen Leuten betreffend, zeigte sich in den Diskussionen der Gruppe während der ersten Meetings viel Widerstand im TES Umfeld gegen die Rekrutierung junger Freiwilligen. Negative Aspekte erschienen bedeutender als positive. Allerdings änderte sich während der 3-jährigen Arbeit an diesem Projekt diese Einstellung. Während der Workshops T3 und T4 am Ende dieses Prozesses war die ganze Gruppe überzeugt und begann die Vorzüge zu schätzen, die mehr junge Leute in die TES bringen könnten.

«Zuerst kommt der Gedanke, dann die Umwandlung dieses Gedankens in Ideen und Pläne, dann die Umsetzung dieser Pläne in die Realität. Der Beginn findet, wie man beobachten wird, in Ihrer Einbildung statt.» Napoleon Hill

3. ZUR MOTIVATION, JUNGE FREIWILLIGE ZU GÉWINNEN

Zu Beginn dieses Projektes war eine der wichtigsten Fragen: „Warum sollten wir junge Freiwillige werben?“ Die Resultate des Projektes zeigen, dass sie einen vielfältigen Mehrwert sowohl für die TES als auch die Gesellschaft als Ganze mit sich bringen. Traditionellerweise waren Freiwillige in den TES hauptsächlich Erwachsene und ältere Menschen. Ein Wandel der Altersstruktur hat offensichtliche Konsequenzen für die Arbeitsmethoden innerhalb der TES - diese Herausforderung sollte aber nicht schwer zu bewältigen sein.

3.1 Mehrwert und Motivation für TES Organisationen, junge Freiwillige einzusetzen

Das Brainstorming in den Projekt-Workshops brachte folgende Ideen und Meinungen hervor:

- Junge Freiwillige geben uns **Zugang zu neuen Technologien**.
- Aufgrund ihrer Lebenssituation, sind sie **flexibler** als ältere Freiwillige.
- Sie sind **dynamisch, enthusiastisch, innovativ und motiviert**.
- Mit den jungen Freiwilligen macht es **Spaß!** Dementsprechend macht TES mehr Spaß und das ist eine Freude für uns alle.
- Sie sind daran **interessiert daran, sich zu verbessern und zu lernen**. Auf eine gute Weise fordern sie so die älteren Freiwilligen heraus.
- Junge Freiwillige haben **Verbindungen zu ihrer Altersgruppe**, deshalb können sie weitere junge Freiwillige gewinnen.
- Sie haben ein **gemeinsames Verständnis der Probleme der jüngeren** Generation.
- Sie sprechen **dieselbe Sprache wie junge Anrufende**, sodass sie für diese Gruppe von Anrufern und Chattern ausgezeichnete Kommunikationspartner und Zuhörer sein können.
- Sie haben **gerade erst studiert**, sodass sie besonders aktuelle Forschungserkenntnisse über menschliche Probleme haben.

Junge Freiwillige zu haben, macht uns Hoffnung für das Überleben von TES in der Zukunft. Davon abgesehen, tragen junge Freiwillige zum guten und zeitgemäßen Ruf der TES in der Öffentlichkeit bei.

3.2 Mehrwert und Motivation für Staat und Gesellschaft, junge Freiwillige in der TES-Arbeit zu haben

Junge Freiwillige mit Zuhör-Fertigkeiten zu haben, beeinflusst auch die Gesellschaft als Ganze. TES Trainings und das Zuhören an sich machen junge Freiwillige besser darin, mit Krisen umzugehen und herausfordernden Situationen positiv entgegenzutreten. Sie werden achtsamer und zugewandter. Sie werden zu engagierten Bürgern, was auf ihr soziales Umfeld und ihre Arbeitsumgebung abfärbt. Sie verbreiten die Idee, dass Reden hilft. Sie bestätigen die positiven Auswirkungen davon, dass einem jemand zuhört.

Indem sie sich als Zuhörer engagieren, helfen sie den Ratsuchenden und retten vielleicht auch Leben. Mit jungen Freiwilligen können die TelefonSeelsorgestellen eine bessere Beratungsqualität gerade für junge Anrufer und Chatter bereitstellen.

3.3 Mehrwert und Motivation für die junge Freiwilligen selbst, in TES zu arbeiten

Im Projekt wurden drei Umfragen durchgeführt. In der letzten wurden junge Erwachsene nach ihrer Einstellung zu TES-Arbeit gefragt. Der am meisten motivierende Aspekt für junge Erwachsene, ein TES-Freiwilliger zu sein, besteht darin, die Erfahrung zu machen, helfen zu können. Fast 96 % der Befragten empfanden diesen Aspekt entweder als sehr bedeutsam oder als bedeutsamen Grund, TES-Arbeit zu tun. Junge Erwachsene suchten somit nicht einen Gewinn für sich selbst: sie wollten mit ihrem Engagement auch der Welt und anderen Menschen etwas geben.

Beinahe 90% der Befragten empfanden die Möglichkeit, eine höhere Selbst-Achtsamkeit zu erlangen und ihre Persönlichkeitsentwicklung voran zu bringen, als sehr bedeutsam oder bedeutsam. Die Arbeit als Zuhörer bietet eine gute Gelegenheit, ein tieferes Verständnis über das Leben in der Gesellschaft heute zu erlangen. Der Zuhörer hört von Lebens- und Problemlagen, von denen er womöglich noch nie gehört hat. TES-Arbeit verstärkt die Empathiefähigkeit und trägt zur persönlichen Reifung bei.

In gemischten Altersgruppen zu arbeiten ist vergleichsweise selten. Hobbys und andere ehrenamtliche Arbeiten finden meist in recht homogenen Gruppen statt. TES-Arbeit gibt den jungen Freiwilligen die Möglichkeit, mit Menschen aller Altersklassen zusammenzuarbeiten. Größere Altersdiversifikation ist für alle von Vorteil.

3.4 Zweifel von TES-Organisationen hinsichtlich der Gewinnung von jungen Freiwilligen

Zu Beginn des Projektes gab es einige Zweifel innerhalb von TES-Organisationen hinsichtlich der Gewinnung junger Freiwilliger.

- Junge Menschen auszubilden ist einerseits ein Investment. Andererseits ist die Lebenssituation der Jungen unvorhersehbar und junge Freiwillige können aufgrund von Veränderungen in ihrer Lebenswelt die Einrichtung verlassen, ohne recht als Zuhörer gearbeitet zu haben. Dies kann eine große Enttäuschung für andere Mitarbeitende bedeuten.
- Junge Zuhörer engagieren sich vielleicht nicht wirklich in der Beratungsarbeit. Sie sind oftmals in viele unterschiedliche Projekte involviert und TES ist nur eines von vielen.
- Ein weiteres Argument ist, dass junge Freiwillige schlicht nicht über ausreichende Lebenserfahrung für die TES-Arbeit verfügen.

Dennoch scheinen die Vorteile, junge Freiwillige in der TES-Arbeit zu haben, die Nachteile, die dieses Engagement mit sich bringt, bei weitem zu übertreffen.

3.5 Schlussfolgerungen

Das YOUthES-Projekt warf zahlreiche neue Perspektiven auf, Motivation zu entwickeln, junge Freiwillige zu gewinnen. Zu Beginn hatte praktisch keiner der Projektpartner junge Freiwillige. Einige Partner erkannten die Notwendigkeit junge Freiwillige zu haben, doch andere bezweifelten das. Während des Projektes gab es mehrere Workshops und drei Fragebögen. Am Ende des Projektes gab es eine allgemeine Zustimmung, dass junge Erwachsene TES durchaus Vorteile bringen können.

Das größte Hindernis, junge Freiwillige zu werben, scheint die Befürchtung zu sein, dass sie die TES-Arbeit zu früh verlassen. – Das kann aber auch als Vorurteil betrachtet werden. Sobald die Vorzüge davon, junge Freiwillige zu haben gesehen werden, sollte diese Sorge nicht länger ein Hindernis darstellen.

TES gibt jungen Freiwilligen die Gelegenheit, Zuhörer und Berater in den Notrufdiensten und im Chat zu sein. Darüber hinaus werden die Freiwilligen auch in ihrem Alltag bessere Zuhörer. Sie können so ihrem Umfeld zeigen, dass es in Krisenzeiten helfen kann zu reden und lassen die Menschen erfahren wie wertvoll es ist, wenn ihnen zugehört wird. Diese Aspekte sind wichtig für die gesamte Gesellschaft.

Wir fragten die jungen Freiwilligen nach ihrer Sicht auf die ehrenamtliche Arbeit als Zuhörer. Die Antworten waren erhellend. Der bedeutsamste Aspekt für die jungen Freiwilligen war die Möglichkeit, jemandem behilflich zu sein; das Gefühl, gebraucht zu werden. Ihre Motivation ist möglicherweise intrinsischer als wir dachten.

3.6 Empfehlungen

Die größte Hürde, junge Freiwillige zu gewinnen, schien in der Befürchtung zu liegen, sie zu früh zu verlieren. TES-Organisationen sollten ihre Gedanken über “Zu frühes Gehen” neu überdenken. Die Vorzüge davon, junge Freiwillige zu haben, sind beträchtlich. Selbst falls junge Freiwillige als Zuhörer für nur ein Jahr arbeiten, ist das wert, sie zu gewinnen und einzuarbeiten.

TES-Organisationen sollten die völlige Anonymität der Arbeit bei TES neu überdenken. Junge Freiwillige könnten dann ihren Freunden von ihrer TES-Arbeit erzählen. Das würde TES helfen, neue junge Menschen zu gewinnen.

TES-Organisationen sollten mehr kommunizieren, inwiefern Freiwillige mit Zuhör-Fertigkeiten zu wertvollen Mitgliedern der Gesellschaft werden. Junge Menschen möchten anderen behilflich sein. Sie eröffnen anderen die Möglichkeit zu erfahren, dass diesen zugehört wird. Das ist ein Gewinn für die gesamte Gesellschaft.

4. LOKALE, NATIONALE UND INTERNATIONALE STRATEGIEN ZUR GEWINNUNG VON JUNGEN MENSCHEN

Der mit der Gewinnung und Ausbildung junger Ehrenamtlicher einhergehende Gewinn ist aufgezeigt worden. Aber welche Strategie könnte entwickelt werden, um eine Balance zwischen den unterschiedlichen Generationen in der TES Stelle zu erreichen.

4.1 Auf der lokalen Ebene

- Veränderung der Einstellung um alle (Ausbilder_innen, Trainer_innen und alle Mitarbeitenden in den Stellen) von den Vorteilen zu überzeugen: ein modernes Bild/Auftreten der Stellen, Hilfen bei der Anwendung neuer Technologien und in den sozialen Medien, ein Dienst, in dem Menschen aller Altersklassen an der gleichen Aufgabe arbeiten können.
- Kommunikation: Umfragen zu den Bedürfnissen und Erwartungen junger Menschen in der Arbeit der TES Stellen könnten als Grundlage dienen, eine klare und zielgerichtete Kommunikationsstrategie mit speziell für die unter 35-jährigen mit dafür geeigneten Materialien zu implementieren: Präsenz in den sozialen Medien, kontinuierliche Erstellung und Pflege digitaler Inhalte.
- **Die hohe Kommunikationsbereitschaft** junger Menschen sollte nicht unterschätzt werden.
- **Entwickeln und Pflegen sie enge Beziehungen zu Jugendorganisationen, Schulen und Hochschulen.**
- Passen sie Vereinbarungen, die Anzahl der zu leistenden Dienste an junge Menschen mit ihren Verpflichtungen im Beruf und in der Familie an. Dies sollte auch schon für die Ausbildung und die gewählten Methoden gelten.
- Stellen sie in der Werbung heraus, dass der Erwerb von Zuhörfähigkeiten eine positive, lebensverändernde Erfahrung sowohl im privaten als auch im beruflichen Umfeld sein kann.

4.2 Auf der nationalen Ebene

Zunächst sollten die Vorsitzenden und Mitglieder der nationalen Gremien von der Notwendigkeit überzeugt werden, jungeFreiwilligezurekrutieren undauszubilden.

Denn sie sind es die, Veränderungen einleiten, Entscheidungentreffen und deren Umsetzung einleiten müssen.

- Das nach außen sichtbare Bild der nationalen Organisation sollte Menschen aller Lebenslagen und jeden Alters

präsentieren.

- Es wäre sehr vorteilhaft, eine Art „Botschafter-in“ mit einer positiven Ausstrahlung auf junge Menschen zu finden, der/die quasi zum „Gesicht“ der Organisation in Kampagnen und Aktionen auf der nationalen Ebene und in den sozialen Medien wird.
- Die Ausbildung sollte in allen TES Stellen mit ähnlichen Inhalten und Methoden geschehen, so dass die jungen Ehrenamtlichen ihren Dienst auch dann in anderen Stellen fortsetzen können, wenn sie z.B. aus persönlichen oder beruflichen Gründen in eine andere Stadt umziehen müssen.
- Verbindungen mit Universitäten oder Forschungsinstituten: Studierende der Psychologie oder anderer sozialer Fachrichtungen können sicherlich durch die hohe Qualität der Ausbildung für die TES-Arbeit interessiert werden. Daneben sollten aber auch die Studierenden anderer Fachrichtungen nicht übersehen werden, da sie in der Zukunft potentielle Spender_innen, Unterstützer_innen und Förderer_innen sein können.
- Projekte auf der nationalen Ebene, wie zum Beispiel Kongresse, sollten immer auch junge Menschen einbeziehen und sich an den für diese Altersgruppe relevanten Themen orientieren.

4.3 Auf internationaler Ebene

- IFOTES-Delegierte sollten in ihren nationalen Verbänden berichten und sie ausführlich über die Ergebnisse und Schlussfolgerungen dieses Projektes informieren.
- Die Aufgabe von IFOTES besteht darin, die Mitgliedsverbände darin zu unterstützen, eine neue Haltung und Perspektive, bezogen auf das Engagement junger Menschen in den TES Stellen zu entwickeln.
- **Web- Plattform:** IFOTES könnte im Internet Seiten speziell für junge Menschen bereitstellen, die Informationen über das europäische Netzwerk bieten. Dies könnte zum Beispiel auch im Chat Kontakte und Austausch unter den Freiwilligen verschiedener Länder fördern.
- **Kongresse:** IFOTES könnte junge Ehrenamtliche ermutigen, an den internationalen Kongressen teilzunehmen und dies durch ermäßigte Gebühren fördern. Außerdem könnten auch Workshops zu den Themen und Bereichen, die gerade für diese Altersgruppe interessant sind, angeboten werden.
- Eine Lobby-Kampagne für die Aufnahme eines Artikels in die Europäische Menschenrechtskonvention der besagt, dass das Recht „gehört zu werden“ ein grundlegendes Menschenrecht ist.
- Ein internationaler Tag des Zuhörens, ein Tagesevent in ganz Europa, könnte dazu dienen, den Gewinn für den Einzelnen aber auch den für die gesamte Gesellschaft zu verdeutlichen, wenn Menschen zugewandt zugehört wird.

4.4 Empfehlungen

- Motivieren und überzeugen Sie Dienstauffallenebenen, kommunizieren Sie umfassend über die Vorteile, die sich für TES-Dienste, für junge Menschen und für die Gesellschaft als Ganzes ergeben.
- Nutzen Sie alle neuen Kommunikationsmittel und sozialen Medien, um ein modernes, integratives und attraktives Image zu schaffen.
- Heißen Sie junge Freiwillige willkommen und stellen Sie sich auf deren spezifische Bedürfnisse und Erwartungen ein.

5. DIE VERWENDUNG UNTERSCHIEDLICHER MEDIEN UND DES INTERNETS

5.1 Generelle Verwendung von Medien und Internet in den Notrufdiensten

Das Projekt hat die generelle Verwendung von Medien und Internet bei der Aufgabe der Gewinnung junger Freiwilliger für die TES – Arbeit beleuchtet. Der Überblick zeigt, dass die gegenwärtige Praxis durch einen ziemlich statischen Gebrauch von Medien und Internet bestimmt ist, und dass es größere Unterschiede in Kapazität, Kenntnissen und Motivation hinsichtlich der Verwendung von Medien und Internet bei der Gewinnung junger Freiwilliger gibt.

Alle Stellen haben eigene Homepages. Diese Webseiten sind einfach zu finden und haben informative Startseiten, aber nur wenige nützen die Homepage oder Facebook, um speziell auf junge Menschen abzielen und sie für eine Mitarbeit als Freiwillige zu gewinnen. Die Einrichtungen haben verschiedene Lösungen, um von Facebook auf die Homepage für weiterführende Information darüber, wie man Freiwillige/r wird, zu verweisen. Bei jungen Menschen ist es wichtig, einfache und leicht zugängliche Methoden zur Informationsfindung und über das Freiwilligenengagement anzubieten. Gegenwärtig bieten nur die Hälfte der Stellen eine Online – Möglichkeit zur Anmeldung durch das Angebot eines Online – Anmeldeformulars.

Es mag noch weitere Gründe für diese beiläufige Praxis zielgerichtet Medien und Internet für die Gewinnung junger Freiwilliger für TES Arbeit zu verwenden, aber dies sind die beiden Hauptgründe:

- Die Organisation hat mangelnde Kenntnis und mangelnde Kapazität
- Die Organisation möchte nicht auf junge Freiwillige setzen, denn junge Freiwillige bleiben nicht lange im Dienst, bedenkt man die Investition, die die Organisation für ihre Ausbildung tätigt.

5.2 Wo suchen junge Menschen nach Informationen?

Junge Menschen suchen Informationen z.B. auf Google. Sie nutzen Schlüsselworte, um Informationen über Notrufdienste oder ähnliche Organisationen zu finden. Nach einer Umfrage unter den teilnehmenden Organisationen fanden wir heraus, dass die 10 relevantesten Schlüsselwörter im internationalen Kontext folgende sind: Helpline(Notruf), Help (Hilfe), VolunteerWork (Freiwilligenarbeit), Volunteering (ehrenamtliche Arbeit), Suicide

(Suizid), Depression (Depression), Anonymity (Anonymität), Loneliness (Einsamkeit), Crisis (Krise), Listen (zuhören).

Diese Wörter sollten in eine Strategie zur Gewinnung junger Freiwilliger über Facebook und über die Homepage integriert werden und in Texten auf der Homepage oder auf Facebook verwendet werden. Das Bewusstsein für diese „Gateway“ (Zugangs-) Strategie mag in einigen Stellen stärker als in anderen sein.

5.3 Was motiviert junge Menschen für Freiwilligenarbeit?

In der Auswertung des Fragenkatalogs nannten die jungen Menschen selber drei Beweggründe, die sie motivieren würden, Freiwillige bei TES zu sein bzw. zu werden.

Beweggrund eins ist das Bewusstsein anderen helfen zu wollen, dass die Freiwilligentätigkeit sie zu guten Zuhörer_innen machen würde und dass sie dadurch Lebenserfahrung gewinnen würden, die ihnen für ihr eigenes Leben und ihre Entwicklung nützlich sein würde. Beweggrund zwei ist die Möglichkeit ein Zertifikat für den Abschluss der TES –Ausbildung und ihrer Mitarbeit zu bekommen. Das dritte ist, dass die TES-Ausbildung und die praktische Erfahrung sie für die Mitarbeit in einer anderen TES- Stelle qualifiziert, wenn sie umziehen.

5.4 Welche Verbesserungen können TES-Organisationen machen?

Nationale Organisationen sollten Angestellte oder Freiwillige haben, die Erfahrung mit Internet und modernen Medien haben und diesen Priorität einräumen. Die beste Vorgangsweise ist, dass die lokalen Stellen in Zusammenarbeit mit dem nationalen Verband auch Inhalte für lokale Seiten entwickeln. Es müssen regelmäßig Neuigkeiten, aktuelle Veranstaltungen, Artikel „gepostet“ werden und es muss Verantwortliche geben, die sich darum kümmern. Junge Menschen haben angemerkt, dass der effektivste Kommunikationsweg der ist, mittels Fotos, kurzen Videos u.ä.m. Geschichten zu vermitteln, die sie emotional berühren. Direkte Interaktion mit Hauptamtlichen, Freiwilligen oder anderen, die von ihrer Erfahrung bei ihrem Dienst berichten, wären ein weiterer vorteilhafter Beitrag für Besucher der Homepage.

5.5 Zusammenfassend

TES in Europa hat Mittel und Werkzeuge, um Medien und Internet effektiv für die Gewinnung junger Freiwilliger zu nutzen. Dennoch ist es so, dass derzeit noch nicht alle Mitglieder dies tun. Homepages und Facebook-Seiten sind statisch und nicht so dynamisch, wie sie sein könnten. Gezielte Kontaktaufnahme mit jungen Menschen fehlt häufig. Es gibt ein signifikantes Verbesserungspotential und Potential zur Entwicklung neuer Wege, um über soziale Medien junge Menschen für die TES-Arbeit zu gewinnen. Es wird vorgeschlagen, dass der Ausgangspunkt für die Entwicklung von Strategien der ist, zu wissen, was junge Menschen für TES-Arbeit motiviert.

5.6 Empfehlungen

1. Entwerfen Sie ihren eigenen Strategieplan zur Nutzung von Medien und Internet für die Gewinnung junger Freiwilliger.
2. Nehmen Sie als Ausgangspunkt die Motivation junger Menschen für die TES-Arbeit.
3. Finden Sie kompetente Personen für den Umgang mit sozialen Medien in ihrer Organisation.

6. KOMMUNIKATION, WERBEMASSNAHMEN UND ANDERE WEGE, UM JUNGE FREIWILLIGE ZU MOTIVIEREN UND ZU INVOLVIEREN

Die Ergebnisse des Youthes-Projekts unterstrichen, dass die Motivation der Schlüsselfaktor für den Erfolg bei der Erhöhung der Anzahl junger Freiwilliger in TES darstellt.

6.1 Methoden

Die gegenwärtigen Methoden junge Menschen anzuziehen und sie auch zum Bleiben zu veranlassen, wurden untersucht und folgende Ergebnisse erzielt:

- TES muss interessante Ausbildungsinhalte haben, um junge Menschen anzuziehen.
- Im Hinblick auf die Mobilität sollten gemeinsame europäische Ausbildungsinhalte Freiwillige dazu befähigen, ihre Arbeit bei TES fortzusetzen, wenn sie ihren Arbeitsplatz bzw. ihren Wohnort wechseln.
- Fähigkeiten und Talente junger Freiwilliger, die nicht das Zuhören betreffen, werden zu wenig berücksichtigt (z.B. Peer-Kommunikation).

6.2 Herausforderungen

Es gibt hinsichtlich junger Freiwilliger spezielle Herausforderungen, die spezielle Lösungen brauchen. Dies betrifft ihre Schwierigkeiten sich verbindlich einzulassen – was psychologische Unterstützung erfordert. Dies betrifft ihren Zeitmangel – was bedeutet die Auswahlperiode kurz zu halten. Dies betrifft ihren schnellen Motivationsverlust – was bedeutet Beratung und Unterstützung anzubieten.

6.3 Nutzbringende Aktivitäten

Folgende Aktivitäten wurden als sinnvoll für die Gewinnung junger Freiwilliger erachtet:

- Nutzung von Medien und Presseaussendungen
- Organisation von Workshops und Befragungen
- Präsenz von TES in sozialen Medien mit ausgebildeten Angestellten, die diese regelmäßig updaten.
- Nutzung der persönlichen Kontakte der Freiwilligen mit ihrer Familie, Freund_innen und Kolleg_innen

- Kontakt und Kooperation mit Universitäten
- Schaffung der Möglichkeit vor Ort Zuhören zu lernen und zu verbessern
- TES – Präsenz auf Festivals, Ausstellungen und speziellen Events wie dem Welttag der psychischen Gesundheit
- Videos und Interviews von Prominenten, TES –Mitarbeiter_innen und Anrufer_innen

6.4 Nützliche Mittel bei der Gewinnung

- Werbemaßnahmen zur Gewinnung sollten identisches, gut gestaltetes Material in allen möglichen Kommunikationskanälen verwenden.
- Es sollten Schlüsselwörter (Keywords) statt langer, komplizierter Texte verwendet werden, welche in Artikel und Interviews eingebaut werden.
- Es sollten Kooperationen mit anderen NGOs, Einrichtungen und lokalen und nationalen Instituten entwickelt werden.
- Es sollten online Ausbildungsmodule und Freiwilligenarbeit angeboten werden, während das Auswahlprozedere läuft.

6.5 Unterstützung junger Menschen während ihres Dienstes

- Es sollte eine gute und offene Atmosphäre in der Stelle geschaffen werden.
- Den jungen Freiwilligen sollte von der hauptamtlichen Leiter_innen, Supervisor_innen und Krisenarbeiter_innen spezielle Aufmerksamkeit geschenkt werden.
- Ihre Schichtzeiten sollten angepasst, wenn nicht sogar verringert werden.
- Bestimmte Dienstzeiten, speziell in der Nacht oder während der Ferien sollten bezahlt werden.
- Psychologische Expert_innen oder berühmte Vortragende sollten in die Stelle eingeladen werden.
- Eine Umfrage von über 300 jungen Menschen wurde gemacht, um herauszufinden, was für diese Altersgruppe attraktiv ist und was sie inspiriert.

6.6 Empfehlungen

- Ein allgemeines Ausbildungsprogramm, das einen Wechsel von einer Stelle zur anderen ermöglicht, wäre wünschenswert.
- Die Möglichkeit auch andere Aufgaben als das Zuhören zu übernehmen, wäre wünschenswert.
- Die Präsenz und Sichtbarkeit der Einrichtung in sozialen Medien zu erhöhen, wäre wünschenswert.

7. MODELLE, KONZEPTE UND VORGEHENSWEISEN ZUR GEWINNUNG JUNGER FREIWILLIGER

Die Motivation der Mitarbeiter_innen, sowohl des Managements als auch der freiwilligen Mitarbeiter_innen, ist die Basis für die erfolgreiche Gewinnung junger Freiwilliger. Wenn Stellenleiter_innen, die am Auswahlprozess Beteiligten und Freiwillige vom Wert der Jungen überzeugt sind, ist der erste Schritt getan.

Der nächste Schritt ist, **die Organisation unter jungen Menschen bekannt zu machen** und die Chancen zu vermitteln, die die Mitarbeit bei einer Krisen- Hotline jungen Menschen bietet. Das sind vor allem der Gewinn, den man selbst daraus zieht, anderen zu helfen, ein nützliches Mitglied der Gesellschaft zu sein, persönliches Wachstum und Lebenserfahrung. Auch sollte ein Zertifikat, das das Können im Bereich Zuhören und ehrenamtliches Engagement bestätigt, gegeben werden.

Zusätzlich zu traditionellen Kommunikationsmitteln ist es wichtig, **soziale Medien zu bedienen**, um junge Freiwillige zu erreichen. Derzeit sind Webseiten, Facebook und persönliche Ansprache die drei Hauptorte. Es ist unumgänglich up-to-date zu sein und ein Auge auf die am häufigsten verwendeten Kommunikationsmittel der Zielgruppe zu haben. Es muss das Ziel sein, junge Menschen dort anzutreffen, wo sie ihre Zeit verbringen (z.B. im Internet), nützliche und interessante Information über die Organisation zu präsentieren und sie einzuladen, auf einfache und effektive Weise in Kontakt zu treten. Eine Voraussetzung dafür ist natürlich, dass die Organisation ausreichendes Wissen über den Gebrauch des Internets hat und/oder Geld, um jemanden damit zu beauftragen.

Aber es ist nicht nur das Internet, in dem man junge Menschen antreffen kann. Persönlicher Kontakt hat immer noch seine eigene Qualität. Es ist eine Option **mit Schulen und Universitäten in Kontakt zu treten**.

Es ist auch notwendig strukturelle Änderungen in der Organisation anzugehen. Alte Regeln und Gewohnheiten müssen überdacht und wahrscheinlich verändert werden, wie z.B. Mindestverweildauer, Anonymität, gewohnte Wege der Mitarbeiter_innengewinnung und der Ausbildung. Wenn man die Mobilität junger Menschen bedenkt, sollte es auch möglich sein, von einer Hotline zu einer in einer anderen Stadt zu wechseln.

Junge Menschen können und wollen durchaus länger in der Organisation bleiben oder später wiederkommen, wenn sie sich dort wohlfühlen. Eine **gute Ausbildung** zieht sie an und diese Basisausbildung muss durch weiterführende Fortbildungen ergänzt werden.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist, dass **Junge sehr gut in die Organisation eingegliedert werden müssen**. Sie sollten nicht diejenigen am Rande sein, sondern im Zentrum. Sie müssen ernst genommen und an Entscheidungsprozessen beteiligt werden. Wenn ein Mensch geschätzt wird und die Aufgabe Sinn macht, besteht eine gute Chance, dass junge Freiwillige für eine längere Zeit in der Organisation verbleiben.

7.1 Zusammenfassung: 5 Empfehlungen

01 MOTIVIEREN SIE DIE MITARBEITER_INNEN DEN WERT JUNGER FREIWILLIGER ZU ERKENNEN!

- Nützen Sie verschiedene Wege zu motivieren: Workshops, Diskussionen auf lokaler und internationaler Ebene und mit Freiwilligen, Hauptamtlichen und der Organisation.
- Ändern sie das Bewusstsein: Haben Sie keine Angst davor, dass junge Menschen zu schnell wieder aufhören.

02 MACHEN SIE TES UNTER JUNGEN MENSCHEN BEKANNT!

- Engagieren Sie Experten, um einen strategischen Kommunikationsplan zu entwickeln.
- Nützen Sie moderne Kommunikationswege!
- Kommen Sie mit jungen Menschen über Schulen, Universitäten und nationale und lokale Events in persönlichen Kontakt.

03 ÜBERDENKEN SIE REGELN, GEWOHNHEITEN UND WEGE DER MITARBEITERGEWINNUNG UND PASSEN SIE SIE AN!

- Befähigen Sie ausgebildete Freiwillige in jeder Stelle ihrer Einrichtung zu arbeiten, auch in ausländischen Partnereinrichtungen.
- Integrieren Sie junge Freiwillige in die Organisation und übertragen Sie ihnen Verantwortung.
- Überdenken Sie die Anonymitätsregel bei der TES – Arbeit. Lassen Sie junge Freiwillige über ihr Engagement anderen Menschen zu helfen, sprechen.
- Fragen Sie junge Freiwillige, ob Sie zumindest ein Jahr Mitarbeit zusagen können.

04 FÖRDERN SIE DIE MOTIVATION JUNGER FREIWILLIGER!

- Bieten Sie eine qualitätvolle, attraktive und zertifizierte Ausbildung an.
- Betonem Sie den Nutzen persönliches Wachstum und Lebenserfahrung zu gewinnen.
- Geben Sie den jungen Freiwilligen die Möglichkeit, Teil einer internationalen Gemeinschaft (IFOTES) zu sein.

05 FÖRDERN SIE DIE WICHTIGKEIT DER FÄHIGKEIT DES ZUHÖRENS IN DER GESELLSCHAFT!

- Entwickeln Sie Methoden, um aufzuzeigen, dass gutes Zuhören Menschen zu engagierten-Bürger_innenmachen kann und dass es zur psychischen und sozialen Gesundheit in der Gesellschaft beiträgt.

8 . SCHLUSSFOLGERUNGEN

Das YOUthES –Projekt zeigte viele neue Perspektiven hinsichtlich der **Motivation junge Freiwillige zu gewinnen**, auf. Am Beginn erkannten einige Partner_innen die Notwendigkeit junger Freiwilliger, andere bezweifelten selbst das. Während des Projekts hatten wir viele Workshops, eine Studie und zwei Fragebögen. Am Ende des Projekts erkannten alle Partner_innen die Vorteile, die junge Erwachsene für die TES – Arbeit bedeuten.

Dennoch sind einige Hindernisse zu **überwinden und Probleme zu lösen**. Als größtes Hindernis erschien die relativ kurze Verweildauer junger Freiwilliger in der TES – Arbeit. Die Organisationen waren an eine Situation gewohnt, in der Freiwillige jahrzehntelang als Zuhörer blieben. Das kann hauptsächlich als Mentalitätsproblem gesehen werden. Wenn es so viele Vorteile gibt, junge Mitarbeiter_innen zu haben, sollte es nicht so schwer sein, dieses Problem zu lösen. Zum Beispiel könnte der/die neue Freiwillige sich zumindest für ein Jahr verpflichten.

TES Organisationen bilden junge Freiwillige aus, damit sie in Notrufdiensten am Telefon oder im Chat mitarbeiten, aber sie werden damit auch zu **besseren Zuhörer innen im täglichen Leben** außerhalb von TES. Sie vergrößern damit die Chance für Menschen, dass ihnen in ihren Gemeinden zugehört wird und stärken das Bewusstsein dafür, dass Reden in schweren Zeiten hilft. Diese Aspekte sind hinsichtlich der ganzen Gesellschaft wichtig.

Junge Freiwillige wurden gefragt, wie sie ihr freiwilliges Engagement als „Zuhörer_innen“ empfanden. Die Resultate waren erhellend. Zunächst war angenommen worden, dass junge Freiwillige hauptsächlich durch Vorteile für sich selber, wie qualitativvolles Training und nützliche Empfehlungen auf einem Zertifikat motiviert wären. Der wichtigste Aspekt für junge Freiwillige hingegen war die Möglichkeit **anderen zu helfen und das Gefühl hilfreich zu sein**. Ihre Motivation kommt mehr aus ihnen selbst als wir erwartet hatten.

DANK UND ANERKENNUNG

Freiwillige und Hauptamtliche, die zur Entwicklung des Projekts beigetragen haben:

IFOTES Europe: Stefan Schumacher (Deutschland), Michael Grundhoff (Deutschland), Tina Duvivier (Frankreich), Marianne Maas (Belgien), Jaap Jakobs (Niederlande), Samikannu Peter Jeganatha Pillai (Spanien), Milena Jelen (Slowenien), Sonja Karrer (Schweiz), Susanna Winter (Finnland), Dirk Meyer (Deutschland), Ben De la Mar (Niederlande).

SOS Amitié France: Renée Cheval, Arnaud D’Avezac, Pierre Gutzwiller (Frankreich)

Kirkens SOS i Bjørgvin: Leif Jarle Theis (Norwegen)

Telefono Amico Italia: Monica Petra (Italien)

LESZ: Eva Brandisz, Melinda Medgyaszai, Attila Adam (Ungarn)

TelefonSeelsorge Österreich: Astrid Hoeppeger (Österreich)

Studio Rucli: Diana Rucli, Elena Misdariis (Italien)

Palvelevapuhelin/Kirkonkeskusteluapua: Titi Gavert (Finnland)

Europäische Länder, in denen das Projekt implementiert und verbreitet wurde und die betreffenden TES Organisationen:

Österreich: TelefonSeelsorge

Belgien: Fédération des Centres de Télé-Accueil de Belgique; Federatie van Tele-Onthaaldiensten; Telefonhilfe - Anonyme Lebenshilfe

Finnland: Palvelevapuhelin/Kirkonkeskusteluapua; FAMH/Kriisipuhelin

Frankreich: SOS Amitié

Deutschland: IFOTES Europe e.V., Katholische Konferenz für Telefonseelsorge; Evangelische Konferenz für Telefonseelsorge

Ungarn: Magyar LelkiElsősegély Telefonszolgálatok Szövetsége (LESZ)

Italien: Telefono Amico Italia; Studio Rucli; ARTESS – Association for Research and Training on Emotional Support Skills

Niederlande: Sensoor/deLuisterlijn

Norwegen: Kirkens SOS I Norge

Slowenien: Association of Slovenian TES

Spanien: Asociación Internacional del Teléfono de la Esperanza

Schweiz: IFOTES - International Federation of Telephone Emergency Services; Die Dargebotene Hand/La Main Tendue/TelefonoAmico

