

Ergebnisdokumentation Themen-Café:

*Praxiserfahrungen von Hannover, für Hannover*

Themen-Tisch 5

Gewinnung von Engagierten: Weitere Ideen

*Good-Practice-Beispiel u.a. Stadtsportbund Hannover e.V. (Talente-Karte)*

• **Suche nach Engagierten im eigenen Verein: Talente-Karte**

- Tool zur Abfrage von (vorhandenen) Stärken & Ressourcen unter Mitgliedern des Vereins („Was kann ich gut? Wobei kann ich unterstützen?“)
  - Zeigt Möglichkeiten des Engagements auf (außerhalb des Vereins-Zwecks)
  - Ermöglicht gezielte Ansprache von Personen mit vorhandenem Bezug, z.B. Vereinsmitglieder
- weitere Ideen/Übertragbarkeit:
- Mitglieder Gemeinde (Kirche)
  - Familienmitglieder/Verwandte (z.B. Hospiz)
  - Thematischer Kontext/Wirkungskreis

*Beispiel einer Talente-Karte (Handicap Kickers Hannover e.V.)*

Ich habe Kontakt zur Presse.	Ich springe gerne mal als Trainer ein.	Ich hab Zeit Dinge von zu Hause aus zu erledigen.	Verwaltungsaufgaben machen mir Spaß.	Ich bin gerne Schiedsrichter.
Ich fotografiere gern.	Ich bin Rettungssanitäter / Arzt / Pflegepersonal.	Ich Interessiere mich für Vorstandsaufgaben.	Trikots waschen ist für mich kein Problem.	Websitepflege macht mir Spaß!
Ich schreibe gern.	<b>TALENTKARTE VON:</b>			Ich kann Preise für eine Tombola organisieren.
Ich bin an Öffentlichkeitsarbeit interessiert.	NAME:			Für den Auf- oder Abbau eines Events steh ich gerne zur Verfügung.
	ANSCHRIFT:			
Ich Sorge gerne für das leibliche Wohl bei Veranstaltungen.	TELEFON:			Ich habe ein großes Auto.
	EMAIL:			
Ich bin Computerspezialist/in.	Ich organisiere gerne Feste und Feiern.	Mit rechtlichen Fragen kenne ich mich aus.	Ich kann gut organisieren.	Kinderprogramm anzubieten ist genau mein Ding.
Das kann ich außerdem noch gut:		Ich bin vernetzt mit:		

• **Mit dem Verein/Organisation sichtbar sein:**

- Persönliche Ansprache/ Infostände (z.B. auf Wochenmarkt, in der Innenstadt)
- Werbung in der Zeitung, z.B. Porträts von Engagierten
- Mitmachen bei Aktionen, z.B. Freiwilligenbörse

- **"Branding" → Aufbau einer wiedererkennbaren Marke**
  - z.B. über Gruppennamen, Logos & Farben, Merchandising, Kleidung,
  - ermöglicht Sichtbarkeit und Zuordnung bei Aktionen
  - fördert Zugehörigkeitsgefühl
  
- **Auf Unternehmen zugehen**
  - z.B. über „Schwarzes Brett“
  - Tlw. gibt es auch Freistellung von Mitarbeiter\*innen für Engagement
  - Social Day (Freiwilligenzentrum Hannover)
  - Interessant: Mitarbeiter\*innen die bald in Rente gehen