

# Neue Formen der Öffentlichkeitsarbeit im Ehrenamt



Köln

# Vorwort

Das Ehrenamt lebt von Menschen, die sich für das Gemeinwohl engagieren – ob in der Nachbarschaftshilfe, im Senior\*innenzentrum, im Verein, im Sport, im Kinder oder Jugendbereich. Überall braucht es Menschen, die zusammenkommen, sich begegnen und sich unterstützen. Denn ohne Ehrenamt geht es nicht.

Aktuelle Krisen wie die Coronapandemie, Krieg und Unsicherheiten wirken sich auf das Ehrenamt stark aus. Vereine verzeichnen einen starken Rückgang an Ehrenamtlichen und die Anbindung neuer Ehrenamtlicher oder Mitglieder gestaltet sich schwierig.

Diese Broschüre ist eine Ideensammlung von neuen Formen der Öffentlichkeitsarbeit, angelehnt an Ideen von Wolfgang Nafroth, um Menschen wieder auf das Ehrenamt aufmerksam zu machen.

Die Devise lautet dabei:

"Sei frech und wild und wunderbar." – Pippi Langstrumpf

Die Eyecatcher geben uns recht: Menschen bleiben stehen und kommen ans Nachdenken, wahrscheinlich gerade deshalb, weil sie nicht aktiv angesprochen werden, sondern der Missstand förmlich vor den Füßen liegt.

Durch das Aufstellen im Lebensalltag von Menschen bewirken die Kampagnen, dass über die Kampagnen "stolpern" und somit zwangsläufig auf bestehende Herausforderungen aufmerksam werden.

Anders als bei der üblichen Ansprache, haben Menschen hier die freie Entscheidung, ob und inwieweit sie sich mit dem Thema und Engagement auseinandersetzen möchten. Vom flüchtigen Blick, über die Beratung über passende Unterstützungsmöglichkeiten bis hin zur Entscheidung sich aktiv zu engagieren, ist alles möglich.

Im Folgenden stellt das Büro für Bürgerengagement Aktionen vor, welche als Inspiration dienen.





# Kuscheltierdemo

Ob Kuscheltiere, Schokoladennikoläuse oder auch demonstrierende Gartenzwerge - diese Demos sind ein echter Hingucker für Jung und Alt.

Beliebig viele Stofftiere werden miteinander kombiniert und bilden zusammen eine sichtbare Versammlung im öffentlichen Raum.

Dazu eine Nachricht, die zum Nachdenken anregt. In unserem Beispiel haben wir 5 von 20 Tieren an den Rand der Plane gesetzt mit einem Schild:

**20% der Kinder in der vierten Klasse können nicht richtig lesen und schreiben. Findet Ihr erschreckend? Wir auch!**



# Aktionsfahrrad

Ein (altes) Fahrrad ist leicht aufzutreiben, kostengünstig und kann mit einfachen Mitteln zu einem Werbeträger in eigener Sache umfunktioniert werden. Sprühlack in bunten Farben und Reflektoren sorgen dafür, dass das Zweirad im öffentlichen Raum auch zwischen Dutzend anderen Rädern garantiert gut sichtbar ist.

Darüber hinaus bietet ein Fahrrad genügend Flächen um Flyer, Poster und andere Botschaften anzubringen. Sollte der Standort nicht das gewünschte Kommunikationsziel erreichen, kann das Fahrrad schnell umplatziert werden oder in Bewegung für die nötige Aufmerksamkeit sorgen.





# Ballfiguren

Sie sind charmant, nicht immer ganz korrekt und genau das macht unsere Ballfiguren so besonders!

Leere Farbeimer aufeinandergestapelt, ein Gymnastikball und rührende Papieraugen tragen diese Sympathieträger. Sie unterhalten sich über Sprechblasen und erklären, was ihnen nicht passt, diskutieren Lösungen und sprechen Vorbeigehende an.

Die Ballfiguren können alle möglichen Themen behandeln, ob Naturschutz, Bildungsungleichheit, Demokratie, (Kinder-)rechte etc.

Und anschließend werden sie ineinander gestapelt und passen in eine Plastiktüte.

Mit Charlie Chaplins Worten: "Handlung wird allgemein besser verstanden als Worte."



# Bodenzeitungen

Groß und auffällig und einfach sind unsere Bodenzeitungen.

Man nehme: eine Plane auf dem Baumarkt, Permanentmarker und ein Thema, das einen bewegt.

Und wenn Sie Passant\*innen eine Frage auf der Plane stellen und die Möglichkeit zur Beantwortung geben, dann können Sie eine hohe Beteiligung und interessante Gespräche erwarten.

Denken Sie daran: auch Bodenzeitungen müssen angemeldet werden!





# Der Liebesbrief

*Liebes Mäuschen,*

*ich glaube ich werde es tun!*

*Ich habe mit Toni gesprochen, der macht es schon lange.*

Wann haben Sie zuletzt einen Liebesbrief erhalten?  
Oder erinnern Sie sich noch wann Sie den letzten geschrieben haben?

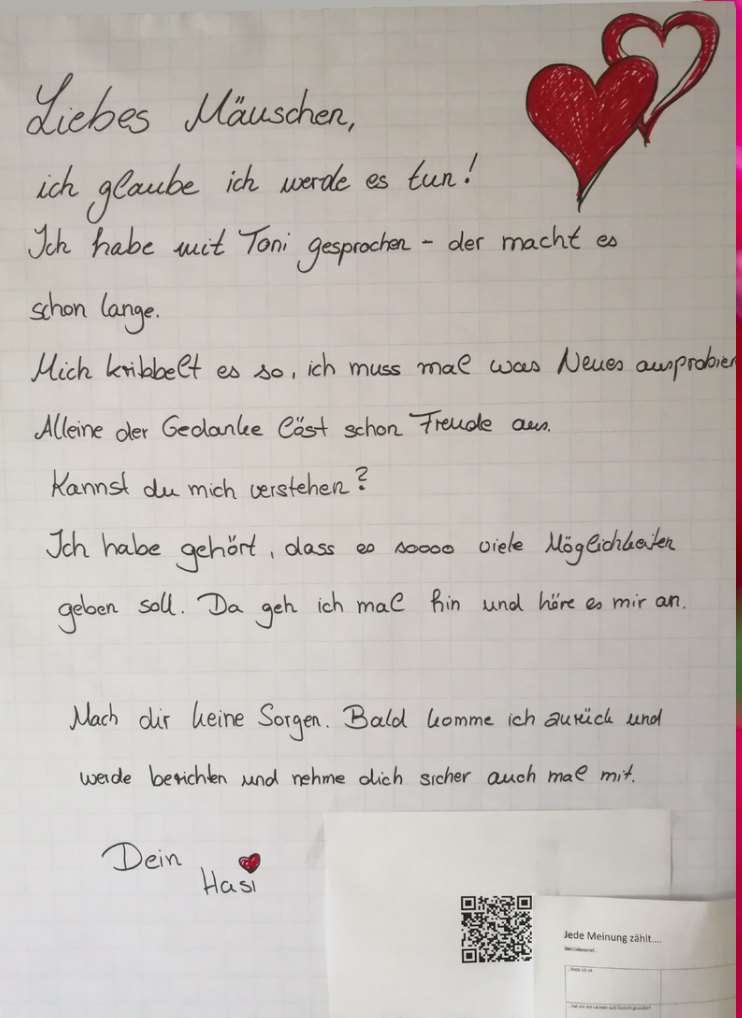
Ein Liebesbrief ist ein Beweis dafür, dass man sich Zeit nimmt, weil es einem eine\*r wert ist. Im Laufe der Jahre schreiben wir immer weniger Liebesbriefe. Umso besonderer ist es, einen zu lesen.

Dies ist eine wunderbare Methode um auf Themen aufmerksam zu machen.

Denn am Ende erfahren die Leser\*innen z.B.:

**...ich muss mich auch mal zum Thema Ehrenamt informieren.**

**Bin bald zurück, dein Hase**





# Mobiles Rad

Ein Informationsstand auf Rädern - praktisch, flexibel einsetzbar und umweltbewusst.

Statt eines Lastenrades lässt sich natürlich auch ein übliches Fahrrad nutzen, bestückt mit Holzkisten und -körben, Informationsmaterial.





# Danke

Manchmal erscheint das, was wir haben selbstverständlich. Es ist es wichtig, immer wieder mal Danke zu sagen.



Danke



**Stadt Köln**

für die Unterstützung im Projekt "Neue Formen der Öffentlichkeitsarbeit im Ehrenamt"





Man hilft nur mit dem Herzen gut.

### Impressum

Arbeiterwohlfahrt Kreisverband Köln e. V.  
Ulli Volland-Dörmann  
Rubensstr. 7-13  
50676 Köln  
Tel.: 0221 20407-0

### Verantwortlich

Susanne Budkova  
Rubensstr. 7-13  
50676 Köln

Mit freundlicher Unterstützung  
von Philipp Stiller

### Bilder & Elemente

Quelle: AWO Köln  
<https://www.canva.com/>



**Arbeiterwohlfahrt Kreisverband Köln e.V.**  
**Engagementförderung und**  
**Verbandsentwicklung**  
Rubensstr. 7-13  
50676 Köln

[www.awo-koeln.de](http://www.awo-koeln.de)  
Tel. 0221-20407-17  
E-Mail: [budkova@awo-koeln.de](mailto:budkova@awo-koeln.de)