

Gesamteindruck:

Die EhrenamtsAgentur Weimar hat sich uns als eine gut funktionierende Freiwilligenagentur dargestellt. Es ist deshalb nicht nachvollziehbar, warum sie sich bei der Selbstbewertung immer die Basisstufe gegeben haben? Immer wieder konnte in der Begutachtung eine höhere Qualitätsstufe vergeben werden. Die Unterlagen sind vollständig, aber zum Teil redundant. Etwas mehr Vielfalt und Detailliertheit hätte die Vergabe höherer Stufen erleichtert und weniger zusätzliche Nachrecherche auf der Homepage bedeutet. Es handelt sich um eine gut geführte Agentur mit eingespielten Arbeitsabläufen. Bemerkenswert finden wir, dass die Agentur bewusst und gut die personellen und finanziellen Ressourcen einteilt. Für die Interessierten, Freiwilligen, Vereine und Institutionen ist sie eine feste Anlaufstelle, die Informationen, Fortbildungen und Kontakte anbietet, somit die etablierte Adresse beim Thema Bürgerschaftliches Engagement. Die EhrenamtsAgentur ist gut vernetzt und fest eingebunden in der Stadt Weimar und im Land Thüringen. Sie hat feste Kooperationspartner.

Hervorzuheben ist, dass ihr Selbstverständnis durch BürgerInnen und der Bürgerstiftung Weimar entwickelt wurde. Das sollte aber auf Dauer systematisch angepasst und weiterentwickelt werden. Projekte werden gezielt gesucht und passen gut ins Profil. Die Agentur hat durch die Stadt Weimar und ihrer Bürgerstiftung Weimar eine zuverlässige Basisfinanzierung, darüber hinaus aber immer Strategien zur Akquise, um zusätzliche Finanzmittel zu gewinnen.

Deshalb wurde von uns GutachterInnen die Vergabe des Qualitätssiegels empfohlen.

Rückmeldungen zu den einzelnen Bereichen:

Bereich 1 • Angebote für Freiwillige und Organisationen

Handlungsfeld 1: Information

Es werden die unterschiedlichsten Plattformen genutzt, um Interessierte, Vereine und Initiativen zu informieren. Sehr eindrucksvoll ist dabei die Homepage oder die Facebook Gruppe Ehrenamt. Aber auch der Rathauskurier der Stadt oder die Plattformen der Kooperationspartner wie z.B. das Projekt „Weimars Gute Nachbarn“ sprechen verschiedene Zielgruppen an. Dazu werden auch noch die Tageszeitungen, Aushänge im eigenen Laden-Schaufenster als Plattform für Informationen genutzt, nicht zu vergessen: die monatliche eigene Radiosendung Help!. Die Aufmachung der Website ist übersichtlich, aktuell und spricht durch zahlreiche Abbildungen bzw. Medien-Dateien auf positive Weise an.

Wir geben die Vertiefungsstufe. Weil gerade durch die kontinuierliche Bewerbung und die unterschiedlichsten Kommunikationsmethoden viele Zielgruppen gut angesprochen werden.

Handlungsfeld 2: Beratung und Austausch

Es gibt ein gut ausgearbeitetes Beratungskonzept. Da zurzeit zwei Personen die Beratungsgespräche führen, ist es möglich, auf kurzen Weg Änderungen zu besprechen und gegebenenfalls anzupassen. Die Agentur ist flexibel in der Terminvergabe und bietet zusätzlich Beratungsgespräche außerhalb ihrer Büroräume an. Gut ist die enge Bindung an die Kooperationspartner, den Organisationen und Initiativen mit denen zusammengearbeitet wird. Hervorragend ist die klare Linie, an wen und was vermittelt wird. Die Beratungsunterlagen sind strukturiert und durchdacht. Interessant ist dabei der Hinweis, dass es Menschen geben kann, die nicht für ein Engagement geeignet sind. Das ist hilfreich und wird doch selten formuliert. Es gibt Fortbildungsangebote über die VHS Weimar und dem Digitalen Nachbarschaftstreff DiNa e.V.

Es gibt zudem Fortbildungsangebote, deshalb sehen wir hier die Vertiefungsstufe erreicht.

Handlungsfeld 3: Vermittlung:

Vermittelt wird über direkte Beratung, der Aktion Mensch Homepage, durch eine Selbstregistrierung bei der eigenen Datenbank Freinet oder Kurzzeitangebote über Facebook. Es gibt klare schriftlich definierte Kriterien über das Engagement, Einsatzstellen und Vermittlungen.

Auch hier vergeben wir die Vertiefungsstufe, weil klar dargelegt werden konnte, dass es klare Definitionen gibt und sehr stabile, langjährige Erfahrungen in Projekten und mit Kooperationspartnern.

Bereich 2 • Projekte und Kooperationen von Freiwilligenagenturen

Handlungsfeld 1: Entscheidungskriterien für Projekte

Obwohl eine begrenzte personelle Besetzung zur Verfügung steht, werden durch gezielte Auswertungen Entscheidungskriterien festgelegt. Auch die vielfältigen Verbindungen und der Austausch mit der bagfa e.V., der Stiftung Mitarbeit, der Thüringer Ehrenamtsstiftung, zum Paritätischen Landesverband Thüringen und der Abteilung Ehrenamtsförderung ermöglichen neue passende Projekte zu finden. Eine sinnvolle strategische Entscheidung ist zum Beispiel, jedes Jahr nur ein neues Projekt aufzunehmen: Dadurch können langjährige Projekte und Module fortlaufend verbessert werden. Ein gutes Beispiel ist das Projekt Digitaler Nachbarschaftstreff DiNa e.V., das im September 2019 begonnen hat und die Digitalisierung in der Freiwilligenarbeit in der Region fördert und schult.

Es ist eine gute Entscheidung nur höchstens ein Projekt pro Jahr dazu zunehmen. Ein Glücksfall ist sicher das Projekt DiNa e.V.: schon im September 2019 die Digitalisierung im Freiwilligensektor zu schulen und zu fördern! Wir sehen hier die Vertiefungsstufe erreicht.

Handlungsfeld 2: Projektumsetzung

Es gibt für alle Projekte ordentliche Pläne mit Ziel, Zeitaufwand, Zuständigkeit, Kostenaufstellung. Alles wird beschrieben und abgerechnet, auch bewertet und verändert.

Es wäre hilfreich, wenn sich die einzelnen Projekte mit einander austauschen können. Hier wird die Basisstufe vollumfänglich erfüllt.

Handlungsfeld 3: Kooperationen

Es gibt mehrere Kooperationen, die schriftliche Zielvereinbarungen mit klaren Verpflichtungen und Aufgabenverteilungen der Partner haben: wie z.B. mit der Stadt Weimar, der VHS Weimar, dem Kinderbüro der Stadt Weimar durch die Bürgerstiftung und Deutschland sicher im Netz. Darüber hinaus gibt es auch Kooperationen, die mündlich vereinbart werden, wie mit der Lebenshilfe Weimar. Die eigenen Ressourcen sind bekannt, die anstehenden Entscheidungen werden pragmatisch getroffen. Es erfolgt ein regelmäßiger und intensiver Austausch entweder durch festgelegte Termine oder bei Bedarf spontane Besprechungen.

Mit einer dünnen Personaldecke wird einiges geleistet, da ist eine systematische Auswertung der Kooperationen auf Dauer Ressourcen schonend. Erfahrungen können für zukünftige Kooperationen genutzt werden. Wir geben die Vertiefungsstufe.

Bereich 3 • Interessenvertretung für bürgerschaftliches Engagement

Handlungsfeld 1: Positionierung

Das Selbstverständnis, die Ziele und die Aufgaben der Freiwilligenagentur wurden von BürgerInnen der Stadt Weimar und der Bürgerstiftung im Jahre 2004 entwickelt. Das Entstehen der Agentur wurde von dem Weimarer Marktforschungsinstitut Aproxima mit einer Bestandsanalyse unterfüttert. Daraus folgte eine Zielvereinbarung im Jahr 2007. Das ermöglichte die unbefristete Förderung der Stadt Weimar und

der Thüringer Ehrenamtsstiftung. So haben sich Aufgaben und Ziele öffentlich entwickelt und werden über die Homepage auch jedem Interessierten zugänglich gemacht.

Hier sehen wir die Basisstufe erfüllt. Ggf. wäre es an der Zeit, die bisher geleistete Arbeit im Rahmen unter Anknüpfung an die Studie von 2004 erneut zu untersuchen (Evaluierung).

Handlungsfeld 2: Netzwerke

Es konnte gut dargestellt werden, dass die Freiwilligenagentur an verschiedenen Netzwerken beteiligt ist. In Weimar beim Engagement für Geflüchtete, für Senioren oder den Mehrgenerationenhäuser vor Ort. Überregional mit der bagfa e.V. und diversen Netzwerken in Thüringen. Darüber hinaus stiftet sie auch selbst Netzwerke zum Beispiel Runde Tische für das Engagement psychisch kranker Menschen oder in ihrem eigenen Projekt MachBar, bei dem sie ganz gezielt neue Akteure zusammen bringen.

Da die Agentur auch oft Knotenpunkt eines Netzwerkes ist, vergeben wir die Vertiefungsstufe. Es geht ganz nah an die nächste Stufe, da sie sich aktiv in der Landes- und Bundesebene einbringen.

Handlungsfeld 3: Einfluss nehmen

Es wird glaubhaft klar dargelegt, mit wie vielen Schlüsselpersonen und Entscheidungsträgerinnen die Freiwilligenagentur in Verbindung steht.

Aus den vorliegenden Unterlagen geht leider nicht deutlich hervor, in welchem Umfang die Agentur selbst in lokale Entscheidungsstrukturen eingebunden ist und durch ihre Aktionen und Veranstaltungen Einfluss auf die Engagement-Szene und -Politik nimmt. Statt zu spekulieren, wird die Basisstufe vergeben.

Bereich 4 • Aufbau und Organisation der Freiwilligenagentur

Handlungsfeld 1: Arbeitsstrukturen

Außer in ihrem eigenen Büro, das gut erreichbar und mit viel Laufkundschaft ist, kann die Agentur auch die Räume der VHS für Beratungen in Anspruch nehmen. Es gibt feste Beratungszeiten und feste Bürozeiten. Aber auch Termine außerhalb der festen Zeiten werden angeboten. Die Homepage wird täglich aktualisiert, Facebook ständig bespielt und Interessierte können sich auch online registrieren. Außer über den AB kann auch über ein Arbeits-Whatsapp-Nummer Kontakt aufgenommen werden Die online Kontakte werden ständig ausgewertet.

Sehr beeindruckend wie konstant und über wie viele unterschiedliche Kommunikationskanäle die Agentur kontinuierlich erreichbar ist. Wahrscheinlich existieren auch Systeme zur Auswertung. Weil dazu leider keine schriftlichen Unterlagen vorliegen, gibt es (derzeit noch) die Vertiefungsstufe.

Handlungsfeld 2: Austausch-und Kompetenzentwicklung

Es wird sowohl an Fortbildungen teilgenommen als auch selbst angeboten. Am Anfang des Jahres wird der Fortbildungsbedarf festgestellt und die Teilnahme an Austauschtreffen, Schulungen, Treffen auf Kommunal-, Landes- und Bundesebene festgelegt. Für die Freiwilligen und Vereine gibt es eine eigene Fortbildungsreihe mit gewünschten Themen. Seit 2019 bieten sie in dem Projekt DiNa e.V. mit dem Thema digitale Nachbarschaft und der Kooperation mit dem Verein Deutschland sicher im Netz e.V. Webseminare und Vor-Ort- Seminare an, an denen sie auch selbst teilnehmen. Relevantes Wissen wird auf die Homepage zum Download gestellt oder über spezielle Organisationsverteiler weitergegeben.

Damit ist die Exzellenzstufe erreicht.

Handlungsfeld 3: Leiten und Entscheiden

Die Aufgaben und Zuständigkeiten der beiden beruflichen Mitarbeiterinnen sind klar definiert. Auch die

Zusammenarbeit mit den freiwilligen Vorständen läuft gut strukturiert. Klar sind die Zuständigkeiten und AnsprechpartnerInnen festgelegt.

Es hat sich bewährt, auch freiwillige MitarbeiterInnen formal ins Team mit einzubinden, das könnte auch dazu führen, wieder Freiwillige für die Arbeit der Agentur zu gewinnen. Es ist unklar, warum diese Möglichkeit derzeit nicht genutzt wird. Die Entwicklung des Leitbildes gemeinsam mit den BürgerInnen der Stadt Weimar und Institutionen bei der Gründung der Freiwilligenagentur ist vorbildlich. Profile oder Leitbilder müssen aber systematisch weiterentwickelt werden, dies soll auch dokumentiert werden. Hierfür vergeben wir in diesem Handlungsfeld die Basisstufe.

Bereich 5 • Finanzierung der Freiwilligenagentur

Handlungsfeld 1: Finanzverwaltung

Es gibt einen detaillierten Kostenplan, vollständig nachvollziehbare Buchhaltung und die Verwendung der Mittel sind öffentlich.

Das ist die Exzellenzstufe.

Handlungsfeld 2: Mittelbeschaffung

Es gibt jährlich eine Übersicht über den zukünftigen Finanzbedarf zum Regelbetrieb, den wiederkehrenden Projekten und den neuen Vorhaben. Die Agentur kennt ihre Zuwendungsgeber, Förderer und Spender, wendet die entsprechenden Förderrichtlinien an und holt Kontakt zu den Mittelgebern. Sie stellt jedes Jahr erfolgreich Anträge auf Förderungen und bewirbt sich auch bei Preisgeldern, und das sehr erfolgreich siehe Radioprojekt: Help!

Hier vergeben wir erneut die *Exzellenzstufe*.

Handlungsfeld 3: Finanzstrategie

Die Finanzierung der Freiwilligenagentur besteht aus einem Finanzierungsmix. Der Regelbetrieb wird durch eine feste Grundförderung der Stadt Weimar, Eigenmittel der eigenen Stiftung und der Thüringer Ehrenamtsstiftung finanziert. Zudem sind die Mitarbeiterinnen aktiv im Bereich Wettbewerbsgelder unterwegs. Die Strategie ist, den bewährten Finanzmix aufrecht zu halten und zum Grundstock neue Mittel dazu zu aktivieren. Es sollen auch neue Fördermöglichkeiten im Bereich des Stiftungsfundraisings und durch Projektausschreibungen akquiriert werden.

Das erfüllt die Exzellenzstufe

Die Gutachter wünschen Ihnen weiterhin viel Erfolg bei der Umsetzung des Qualitätsmanagements!



2. Bewertung

Bereiche	Selbstbewertung Freiwilligenagentur	Bewertung Gutachter/innen
Bereich 1: Angebote für Freiwillige und Organisationen	H 1 =B H 2 =B H 3 =B	H 1 =V H 2 =V H 3 =V
Bereich 2: Projekte und Kooperationen von Freiwilligenagenturen	H 1 =B H 2 =B H 3 =B	H 1 =V H 2 =B H 3 =V
Bereich 3: Interessenvertretung für bürgerschaftliches Engagement	H 1 =B H 2 =B H 3 =B	H 1 =B H 2 =V H 3 =B
Bereich 4: Aufbau und Organisation der Freiwilligenagentur	H 1 =B H 2 =B H 3 =B	H 1 =V H 2 =E H 3 =B
Bereich 5: Finanzierung der Freiwilligenagentur	H 1 =B H 2 =B H 3 =B	H 1 =E H 2 =E H 3 =E
Anzahl erreichter Stufen	Basisstufen: 15 Vertiefungsstufen: - Exzellenzstufen: -	Basisstufen: 4 Vertiefungsstufen: 7 Exzellenzstufen: 4

H: Handlungsfeld

B: Basisstufe

V: Vertiefungsstufe

E: Exzellenzstufe

Die Bewertung jeder Freiwilligenagentur wurde neben der Selbstbewertung von jeweils zwei externen GutachterInnen vorgenommen.

In jedem Handlungsfeld muss für den Erwerb des Qualitätssiegels das Erreichen der Basisstufe nachgewiesen werden. Die Basisstufe deckt die Anforderungen an eine verlässliche, lokale Infrastruktureinrichtung für bürgerschaftliches Engagement ab. Die Vertiefungs- und Exzellenzstufen, auf denen sich Freiwilligenagenturen in jedem Handlungsfeld selbst verorten, ergeben in der Gesamtschau ein individuelles Profil der Freiwilligenagentur.

Gutachter zum Qualitätssiegel für Freiwilligenagenturen der bagfa waren:

Ursula Erb, Ingolstadt

Dr. Hans-Joachim Lincke, Freiburg

Neben den Nachweisen für die Stufen in den Handlungsfeldern waren folgende Voraussetzungen zu erfüllen:

- A. Die Bestätigung des Trägers und des verantwortlichen Mitarbeiters bzw. der verantwortlichen Mitarbeiterin zur sachlichen Richtigkeit der eingereichten Unterlagen.
- B. Die Verpflichtungserklärung, die Qualitätsstandards in den nächsten drei Jahren aufrecht zu erhalten und ein Austauschtreffen zum Qualitätsmanagement der bagfa zu besuchen.