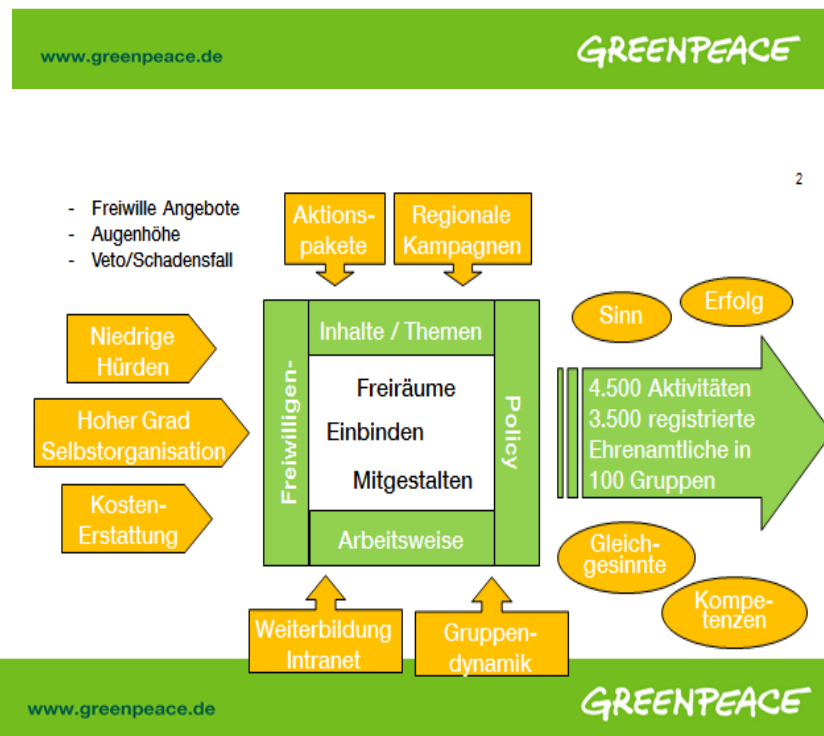


## Das Ehrenamt Ein Teil von Greenpeace



Anhand dieser Übersicht wurden Kernaspekte der ehrenamtlichen Arbeit bei Greenpeace Deutschland erläutert:

Vielen Dank für die Einladung. Für uns ist es sehr spannend die Debatte um ehrenamtliche Strukturen in andern Organisationen mitzuerleben. Die Aspekte, die ich bei Ihnen bereits mithören konnte, sind mir gar nicht so unbekannt, auch wenn unsere Struktur ganz anders ist: wie ist das Verhältnis von Haupt- zu Ehrenamt? Wie wird Zeit gewertschätzt? Für wen macht man das überhaupt? Und wer darf wem Danke sagen?

In meinem Vortrag konzentriere ich mich auf die Kernaspekte, warum ehrenamtliches Engagement bei Greenpeace so gut funktioniert. Der Titel meines Vortrags lautet: „Ehrenamt - ein Teil von Greenpeace“.

Neben dem Ehrenamt gibt es zwei weitere Teile: Zum einen den hauptamtlichen Teil und zum anderen die Förderer. Auf diesen drei gleichberechtigten Säulen fußt unsere Organisation.

Die Grundlage für unsere ehrenamtliche Arbeit bildet einen Rahmen, der vom hauptamtlichen Teil gesetzt wird. Dieser Rahmen besteht aus folgenden Elementen:

Erstens: Unsere Inhalte und Themen: Als internationale Organisation konzentrieren wir uns auf bestimmte Themen und Inhalte. Um erfolgreich zu sein, bündeln wir unsere Kräfte auf die Ziele, die wir uns gesetzt haben. Diese Fokussierung gilt auch für das Ehrenamt.

Zweitens: Unsere Arbeitsweise fußt immer auf dem bestehenden Gesetzesrahmen. Alles was Ehrenamtliche bei uns im Rahmen unserer ehrenamtlichen Gruppenstruktur tun können, basiert auf dem gegebenen gesetzlichen Grundlagen. Das ist besonders wichtig, da wir auch Kinder- und Jugendgruppen haben.

Drittens: Unsere Freiwilligen-Policy. Wir haben gemeinsam mit unseren Ehrenamtlichen ein Papier erarbeitet, wie wir die Zusammenarbeit zwischen Haupt- und Ehrenamt verstehen. Dies ist auch im Internet veröffentlicht. Dabei ist uns besonders wichtig, dass keine hauptamtliche Arbeit durch Ehrenamt ersetzt wird. Wenn professionelle Anforderungen gestellt werden, dann müssen sie auch professionell gezahlt werden.

Innerhalb dieses Rahmens gibt es große Freiräume. Zunächst bei der Organisation der Gruppenarbeit: Wie diese sich organisieren ist ihnen selbst überlassen. Dadurch haben wir sehr niedrige Einstiegshürden und geben den Engagierten einen großen Freiraum sich entfalten zu können. Des Weiteren werden Ehrenamtliche in die Arbeit eingebunden und können mitgestalten; sie können aber nicht mitentscheiden. Inhaltliche/grundsätzliche thematische Entscheidungen zu Kampagnen werden immer vom Hauptamtlichen-Team getroffen. Ehrenamtliche können aber sehr wohl Kampagnen vorschlagen. Zum Beispiel ist die Kampagne zu TTIP aus dem Ehrenamt entstanden. Das Hauptamt hat bei der Entwicklung geholfen und strategisch beraten. Anschließend wurde die Kampagne in den hauptamtlichen Gremien beschlossen.

Zentral für unser System sind folgende Punkte:

- Niedrige Einstiegshürden: Man muss nicht Mitglied werden, man muss kein Geld bezahlen, sondern „nur“ die Ziele und das Grundverständnis der Organisation teilen. Man kann ganz einfach zu einer Ortsgruppe gehen und mitmachen.
- Hoher Grad an Selbstorganisation: Die einzige Struktur, die wir vorgeben ist dass wir drei Ansprechpartner pro Gruppe benötigen - für die Organisation der Gruppe, die Pressearbeit und für die Finanzen.
- Kostenerstattung: wer seine Zeit einbringt, bekommt alle Kosten für Material oder ähnliches erstattet. Eine Ausnahme bildet unser Weiterbildungsprogramm, bei dem ein Eigenbeitrag für Verpflegung und Unterkunft erhoben wird.

- Weiterbildung: Um sicher zu stellen, dass die Ehrenamtlichen nichts machen, was die Organisation schädigt, setzen wir auf das System von Vertrauen und Weiterbildung. Wir bilden die Ehrenamtlichen aus in Medienarbeit, Gruppendynamik und Finanzen. Dieses System funktioniert hervorragend.
- Intranet: Unsere interne Plattform heißt „Ehrenamtsportal“ auf das alle Ehrenamtlichen Zugriff haben können. Sie dient zur Organisation, zum Austausch und zum Kontakt mit der Zentrale in Hamburg. Dadurch können wir die Zusammenarbeit in Kampagnen gut organisieren.
- Gruppendynamik: In unserem Team gibt es Mitarbeiter, die sich hauptsächlich um das Thema Gruppendynamik kümmern. Sie sind ansprechbar, um in Gruppen nach Lösungen zu suchen und Streit zu schlichten. Und wenn in einer Gruppe die Dynamik verloren gegangen ist, haben wir gelernt „Sterbehilfe“ zu geben: Nicht jede Gruppe muss um ihrer selbst willen erhalten bleiben – es kann auch eine Lösung sein eine Auflösung zu unterstützen und den bisher Aktiven „die Last der Weiterarbeit“ von den Schultern zu nehmen. Wir haben es oftmals erlebt, dass wir Gruppen geschlossen haben und ein Jahr später sich eine neue Gruppe mit einer neuen Dynamik gefunden hat.

Zwei weitere Aspekte unserer ehrenamtlichen Arbeit möchte ich Ihnen nennen, um die Spannweite der Angebote aufzuzeigen: Der erste sind „Aktionspakete“. Wenn wir eine besondere Kampagne machen, dann konzentrieren wir mitunter unsere Energie nur darauf. Alle anderen Kampagnen werden dann für einen gewissen Zeitraum zur Seite geschoben. Wie zum Beispiel zurzeit bei der Kampagne um den Hambacher Forst. Wir bieten dann Mitmachmöglichkeiten an, die bundesweit gestreut werden und relativ einfach unterstützt werden können.

Der zweite Aspekt sind die „regionalen Kampagnen“. Wenn Ortsgruppen regionale Kampagnen planen, dann helfen wir ihnen bei der Entwicklung, z.B. in der Auseinandersetzung um ein geplantes Kohlekraftwerk in Stade. Die einzige Bedingung ist hierbei, dass die regionale Kampagne zu unserem inhaltlichen Rahmen passt. Hier müssen die Gruppen dann viel mehr selbst entwickeln und gestalten, haben dafür einen sehr großen Freiraum.

Noch zwei Sätze zu unserem Grundverständnis: Alles was wir als hauptamtliches Team organisieren, folgt immer dem Verständnis, dass wir den Ehrenamtlichen Angebote machen. Wenn diese dann nicht mitmachen, dann sind nicht die Ehrenamtlichen „doof“, sondern dann war unser Angebot schlecht! Das finde ich vom Verständnis her wichtig. Man darf nicht nur den eigenen Blick haben, sondern muss auch den Blickwinkel des Ehrenamts einnehmen. Damit gute Ideen dabei rauskommen, ist es für uns im Team auch ein Antrieb, sie mit dem Ehrenamt gemeinsam zu entwickeln. Dann werden die Angebote auch in der Breite besser getragen.

Ganz wichtig ist für uns die Kommunikation mit dem Ehrenamt auf Augenhöhe. Da haben wir sehr viel gute Erfahrung gemacht mit konstruktiver Kritik. Allen die Kampagnen planen, Flyer entwickeln oder Presseerklärungen schreiben, geben wir die Möglichkeit, sie bei uns einzureichen, damit sie ein Feedback dazu bekommen. Wichtig ist dabei, dass derjenige der etwas einreicht selbst entscheidet, was er mit der Kritik macht. Wenn uns jemand einen Flyer einreicht, der inhaltlich richtig ist, aber gestalterisch ist er total daneben, dann sagen wir ihm, wie wir das machen würden. Aber ob er das übernimmt oder lieber seine Version, bleibt ihm überlassen. Wir haben zwar selber einen professionellen Anspruch, der ist aber im Ehrenamt nicht 1 zu 1 übertragbar. Da haben wir bei uns im Haus natürlich auch immer wieder Diskussionen. Dann heißt es, wie konntet ihr das zulassen und wir fragen dagegen unsererseits, schadet es jemanden? In der Regel haben wir in jedem Fall einen Vorteil. Der ist dann vielleicht nicht so groß, wie wenn wir die Idee professionell umgesetzt hätten, aber immer noch grösser, als wenn gar nichts gemacht worden wäre. Wenn man die

Ehrenamtlichen damit malträtiert, was aus hauptamtlicher Sicht das Beste ist, verbrennt man ohne Ende Energie und frustriert die Ehrenamtlichen. Deshalb unterstützen wir zunächst einmal immer den Vorschlag, der da ist.

Es gibt eine Ausnahme, nämlich das Veto im Schadensfall. Wenn wir den Eindruck haben, dass eine Gruppe etwas plant, was die Organisation gefährden könnte, beispielsweise unsere Gemeinnützigkeit, dann unterbinden wir das. Das ist in den 20 Jahren, die ich jetzt dabei bin, nur 1- oder 2-mal passiert. Durch die Weiterbildung und die Seminare haben wir eine sehr hohe Identifikation im Ehrenamt mit den Zielen der Organisation. Dieses System führt dazu, dass wir in Deutschland 4.500 Aktivitäten haben, die meistens irgendwo auf der Straße stattfinden und die getragen werden von den 3.500 registrierten Ehrenamtlichen.

Zum Abschluss noch 4 Aspekte, die aus meiner Sicht, die zentralen Erfolgsfaktoren sind:

Sinn: Das was die Leute bei uns machen, dass macht für sie Sinn. Ich hatte mal eine ähnliche Veranstaltung wie hier, nur saßen da nicht so viele Leute (bei der GEW), die sich um ihr Ehrenamt sorgten. Als ich dann sagte, dass das, was die Leute bei uns machen Sinn stiftet, fragten sie sich natürlich, was bei ihnen eigentlich Sinn stiftet. Es kam heraus, dass alles was sie den Ehrenamtlichen angeboten hatten bisher Gremienarbeit war. Man musste schon ein sehr hohes Abstraktionsvermögen haben, um in diesem Angebot Sinn zu sehen. ..

Erfolg: Wir haben das große Glück, dass man mit Greenpeace auch erfolgreich sein kann, weil wir ab und an auch Kampagnen gewinnen. Wir haben vor 1,5 Jahren eine Kampagne gestartet, zur Kennzeichnung von Fleisch bei Lidl. Wenn Lidl nach einem Jahr sagt, sie führen freiwillig eine Fleischkennzeichnung ein, dann ist das einfach ein Erfolg, der sehr direkt in Verbindung zum ehrenamtlichen Engagement steht.

Gleichgesinnte treffen: Es wird oft unterschätzt, dass die Treffen und die ehrenamtliche Arbeit mit „Gleichgesinnten“ auch einfach Spaß machen darf. Wenn es keinen Spaß macht, bleiben die Leute weg – eine recht einfache Erfahrung.

Kompetenzen: Für etliche Leute ist es auch immer interessant, bestimmte Kompetenzen weiterzuentwickeln und Fortbildungsangebote wahrzunehmen. Da bietet unserer Trainingsprogramm einfach einiges: So kann es für den späteren Werdegang ganz interessant sein, zu lernen, wie eine Gruppe von 10, 30 oder 50 Leuten organisiert werden kann oder wie erfolgreiche Medienarbeit aufgebaut werden muss.

Das war ein kleiner Abriss, wie es bei Greenpeace mit dem Ehrenamt läuft. Wir haben zwar eben dieses Video von facebook gesehen, wir machen aber eigentlich bundesweit gar keine Werbung für das Ehrenamt bei Greenpeace. Das einzige was wir intensiv machen ist, Leute die zu uns kommen, dabei zu begleiten in die Organisation hereinzuwachsen. Häufig ist es ja so, dass aus Gruppen die Rückmeldung kommt, sie fänden keinen neuen Mitstreiter. Wenn man dann nachfragt heißt es, letzte Woche waren 3 da, die sind aber nicht wieder gekommen und davor waren 8 da, die sind aber auch nicht wiedergekommen. Die Fragestellung muss also sein, warum bleiben die nicht. Dann muss man sich intensiv mit der Fragestellung auseinandersetzen, wie die Leute zu halten sind. Wir investieren viel in die Frage, wie integriert man neue Leute. Die Leute sind ja eigentlich da, aber man muss sich damit auseinander setzen, wie man sie integriert.

Ein letzter Punkt, wir unterscheiden bei uns nicht unbedingt soziologisch korrekt zwischen Macher oder Macherin und Mitmachern. Wir haben etliche Engagierte, die ganz intensiv aktiven sind und meinen, eigentlich müssten alle anderen genauso aktiv sein wie sie. Für diese „Konstellation“ haben wir ein spezielles Seminarangebot entwickelt. Das haben wir „Macher machen“ genannt. Die Teilnehmer\*innen melden sich oft mit der Idee an, sie würden jetzt lernen, wie sie andere dazu bringen genauso viel zu machen wie sie selbst. Im Seminar setzen wir uns dann ganz intensiv damit auseinander, wie die Leute selber sind und in ihrer Gruppe wirken. Wir entwickeln mit ihnen, warum sie dafür sorgen, dass andere nicht aktiver werden. Es hat ganz viel damit zu tun, was in einer Gruppe passiert. Wenn da immer einer ist, der sich

sofort meldet, alle Aufgaben übernimmt, der das perfekt macht und seit 20 Jahren da ist, da wird und kann kein anderes Kraut wachsen... Das war und ist für viele eine ganz zentrale Erkenntnis dieses Seminarangebotes und hat in den teilnehmenden Gruppen ganz unterschiedliche Dynamiken ausgelöst.