



Resultat 1: KOMPETENZ-KODEX

28. Februar 2023



Co-funded by
the European Union



INHALT

GLOSSAR	2
1. DIE UNTERSCHIEDE ZWISCHEN VERSCHIEDENEN FAIRTRADE (FT)-ORGANISATIONEN (A1)	3
1.1 Die Unterschiede bei Fair-Trade-Dachverbänden	3
2. ERFAHRUNGEN FÜR DIE ENTWICKLUNG VON FREIWILLIGEN (A2)	6
2.1 Aktuelle Angebote der Dachverbände	6
2.2 Gewünschte Verbesserungen der aktuellen Angebote der Dachverbände	7
2.3 Folgen einer unterlassenen Angebotsänderung	7
2.4 Sekundärforschungsergebnisse für A2	8
3. VERGLEICHENDE STUDIE ZU FREIWILLIGENKOMPETENZEN IN EUROPÄISCHEN NICHT-FORMALEN BILDUNGSPRAKTIKEN IN BELGIEN, ITALIEN UND SPANIEN (A3)	11
3.1 Die aktuelle Situation in den beteiligten Fair-Trade-Organisationen	12
3.2 Die notwendigen Änderungen und Verbesserungen	13
3.3 Richtlinien oder Rahmenbedingungen für die Validierung von durch Freiwilligenarbeit erworbenen Fähigkeiten, die in den Partnerländern verwendet werden bzw. verfügbar sind.	14
3.4 Fazit von A3	17
4. DIE RELEVANTEN KOMPETENZEN DER FT-FREIWILLIGEN	18
4.1 Der neue und der erfahrene Freiwillige	18
4.2 Perspektiven und Erfahrungen von Freiwilligen im Bereich der Kompetenzentwicklung (A4) .	19
5. DIE POSITIONEN DER FAIR-TRADE-FREIWILLIGEN	23
5.1 Der Einhorn-Traumladen	23
5.2 Freiwilligentypen	24
5.3. Erweiterte Rollen	25
6. Rekrutierung von Freiwilligen in Fair-Trade-Organisationen	30
6.1 Die Rollen der Freiwilligen im Fair-Trade-Shop im Rekrutierungsprozess	31
6.2 Rekrutierung von Freiwilligen in anderen Organisationen des Dritten Sektors	32
6.3 Rekrutierungsprozess	35
6.4 Gute Praxis und Verbesserungen bei der Personalbeschaffung	37
7. WILLKOMMEN DER FREIWILLIGEN (A9)	39
7.1 Die einladende Organisation	40
7.2 Anerkennung und Wertschätzung der Freiwilligentätigkeit	45
7.3 Schlussfolgerung	46

GLOSSAR

Die Projektpartner verwenden Buchstabenkürzel, um die verschiedenen Aktivitäten/Schritte des Projekts zu bezeichnen:

- **A:** Auszuführende Aufgabe/auszufüllendes Dokument.
- **C: Training.** Eine Schulung, die von den Partnern und teilweise mit externen Referenten gemeinsam gestaltet wird.
- **M: Transnationales Projekttreffen.** Hierbei handelt es sich um ein Treffen aller Projektleiter, um die Zusammenarbeit zu stärken und die verschiedenen durchzuführenden Aktivitäten zu besprechen.
- **R: Resultat/Projektergebnis.** Was muss in verschiedenen Phasen des Projekts erstellt werden? Wir müssen 3 Ergebnisse erzielen (R1, R2, R3).
- **WP: Arbeitspaket.** Es umfasst mehrere Projektaktivitäten zum gleichen Thema.

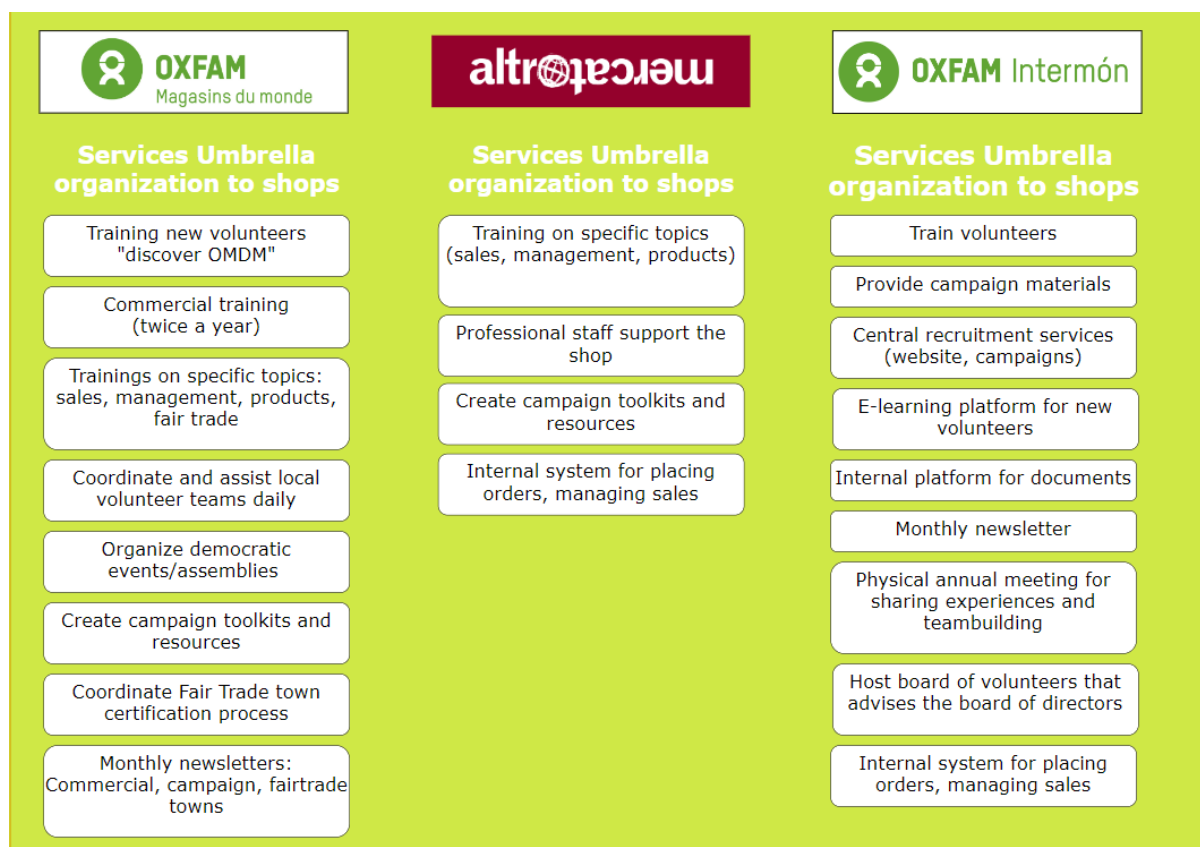
1. DIE UNTERSCHIEDE ZWISCHEN VERSCHIEDENEN FAIRTRADE-ORGANISATIONEN (A1)

Mithilfe der Ergebnisse einer Umfrage unter unseren Fair-Trade-Partnern wurde eine Grafik der Organisationen erstellt, die Gemeinsamkeiten und Unterschiede hervorhebt.

Kernfragen für diesen Abschnitt:

- Welche Unterschiede sind für das Projekt am wichtigsten?
- Was bieten die Fair-Trade-Läden ehrenamtlichen Helfern?
- Wie stehen wir zu einmaliger, episodischer und externer Freiwilligenarbeit?
- Was sind die Einreisevoraussetzungen für Freiwillige?
- Wie stehen die Organisationen zu flexibler Organisation, einmaligen – episodischen – Dritten und Projektfreiwilligen?
- Was muss das VoW-Projekt abdecken, welche Inhalte sollte es haben, um bei den Partnerorganisationen und damit auch bei den Shops Wirkung zu erzielen?

1.1 Die Unterschiede bei Fair-Trade-Dachorganisationen



Services by shops	Services by shops	Services by shops
Sell products	Sell products	Sell products
Fundraising breakfast once a year		Catering
		Cash and carry for independent shops
Other activities by shops	Other activities by shops	Other activities by shops
Events I.e. donut economy exposition	Events I.e. Fast Fashion Protest	Joining activities of other platforms (ngo's or Fair Trade)
Workshops	Campaigning	Campaign events i.e. Ukraine fundraising, International Fair Trade Day, Fashion Revolution week, Rights of immigrants
Stand on market	Education on Fair Trade & Sustainability in schools	Host three campaigns a year
Host 2 campaigns a year (content created with volunteers)		
Shop products	Shop products	Shop products
Food and beverages	Food & beverages	Sustainable fashion Pyjamas, socks, scarfs, bags
Crafts	Fashion	Food Coffee, chocolate, sugar, teas
Art of the table	Natural cosmetics	Bijouterie
Beauty and well-being	Crafts	Nativity sets
Babies and children's products	Jewelry	Natural cosmetics
Gourds	Books	Educative games
Jewelry		Books
Stationary		Frames and boxes
Jewelry		
Clothing, bags, accessories		
Cleaning products		
Seasonal products		
No-waste line (north product)		
Volunteer demographics	Volunteer demographics	Volunteer demographics
Age: 50/70	Age: 54	Age: >50
Starting age: 63	Starting age: ?	Starting age: >50
% under 35: ?	Gender: 87% female	% under 35: 12%
Gender: 85% female	Level of education: ?	Gender: Mostly female
Level of education: University	Political or religious affiliation: ?	Level of education: University
Political or religious affiliation: Left leaning	Avg. hours committed p/w: 5	Political/ religious affiliation: ?
Avg. hours committed p/w: 1	% under 35: ?	Avg. hours committed p/w: 4
Avg. duration: 7,5 years	Avg. duration: ?	Avg. duration of volunteering: 1/4 leaves first year, others about 4

Most sold categories	Most sold categories	Most sold categories
Art of the table	Chocolate	Pyjamas
Jewelry	Coffee	Socks
Leather goods	Brown sugar	Coffee
Textile	Tea	Chocolate
Indoor decoration	Cooking ingredients	Sugar
Volunteer positions	Volunteer positions	Volunteer positions
"Mouvement" positions	General store personel	Shop coordinator
Coordinators	Communications/event staff	General shop staff
DBB unit (welcoming new volunteers)	Educator	Stock management person
Team meeting leader	Product and supplier manager	
Representative in general assembly		Shop governance positions
Representative in regional assembly	Shop governance roles	Chair
Secretary	Chair	Vice-chair
	Vice-chair	Treasurer
	Treasurer	Secretary
	Secretary	Human resources person
Commercial positions		
General shop personel		
Shopping window manager		
Product category manager		
Store development manager		
External seller		
Sorting manager		
Accounting		
Relationship manager		
Shop governance roles		
President		
Vice-president		
Treasurer		
Board member		

2. ERFAHRUNGEN FÜR DIE WEITERENTWICKLUNG DER FREIWILLIGEN (A2)

2.1 Aktuelle Angebote der Dachverbände

Altromercato

Bis Covid-19 ausbrach, organisierte die Organisation Schulungen für Freiwillige. Derzeit organisiert Altromercato keine Schulungen.

Oxfam Intermon- Stiftung

Für spanische Fair-Trade-Freiwillige gibt es online oder zumindest bei FOI keine strukturierten Schulungsangebote. Die Schulungen werden von den Geschäften selbst durchgeführt. Es gibt eine Online-Plattform, die ein grundlegendes Lernpaket für Anfänger über Oxfam Intermon und Fair-Trade bereitstellt.

Oxfam - Magasins du monde

Oxfam- Magasins du monde bietet seinen Freiwilligen verschiedene Schulungsmöglichkeiten an. Neue Freiwillige können an einem eintägigen Training „Discover Oxfam – Magasins du monde“ teilnehmen. Dieser Tag ist in vier Teile gegliedert: Was ist Oxfam – Magasins du Monde, was ist Fair-Trade, was ist der „Weg“ eines Produkts und wie läuft die Second-Hand-Kleidung bei Oxfam – Magasins du Monde ab?

Diese Organisation organisiert auch Schulungen für ihre Freiwilligen zu folgenden Themen:

- Präsentieren und verkaufen Sie unsere Produkte
- Produktschulung (was sind die Produkte, wer sind die Partner...)
- Entdecken Sie die Second-Hand-Kleidungsprozesse
- Begrüßen und schulen Sie neue Freiwillige
- Entdecken Sie unsere pädagogischen Hilfsmittel.
- Der pädagogische „Klimafresk“ (<https://climatefresk.org>)
- Entdecken Sie das Open Food Network (<https://openfoodnetwork.be>)
- Die Oxfam-Frühstücksveranstaltungen, die jedes Jahr im November organisiert werden, sind für die Belgier auch eine Möglichkeit, mehr über Fair-Trade zu erfahren.

2.2 Gewünschte Verbesserungen der aktuellen Angebote der Dachverbände

Altromercato

- Freiwillige von Anfang an engagieren und kontinuierlich einbinden
- Schaffung einer Schulungsinfrastruktur, insbesondere für neue Freiwillige, zur Entwicklung ihrer Kompetenzen und Kenntnisse.
- Es wäre sehr nützlich, Erfahrungen zu vermitteln, beispielsweise durch den Besuch eines Produzenten (in Italien) oder die Organisation von Online-Meetings mit Produzenten im Ausland.

Fundacio Oxfam Intermon

- Erstellen eines gemeinsamen Angebot für alle Fair-Trade-Freiwilligen im Zusammenhang mit allgemeinen Fair-Trade-Konzepten und den SDGs.
- Dieses Angebot sollte aus gut anschaulichen, zugänglichen und prägnanten Ressourcen bestehen.

Oxfam – Magazine der Welt

- Bewältigung der digitalen Kluft durch mehr IT-Coaching, das sich mit dem Widerstand einiger Freiwilliger gegen Veränderungen befasst.
- Stärken des Selbstvertrauens, damit die Fair-Trade-Botschaften verbreitet werden können. Ehrenamtliches Engagement sollte immer eine Quelle der Erfüllung bleiben.

2.3 Folgen einer unterlassenen Angebotsänderung

Altromercato

- Schwierigkeiten bei der Aufrechterhaltung des Ladengeschäfts aufgrund mangelnder Rekrutierung von Freiwilligen in allen Altersgruppen, insbesondere aber bei jüngeren Menschen.
- Fair-Trade-Organisationen sind oft auf ehrenamtliche Arbeit angewiesen, viele der zu Altromercato gehörenden Genossenschaften und Vereine betreiben die Geschäfte mit der Unterstützung von Freiwilligen (meist „alten“ Freiwilligen). Es ist wichtig, neue Modelle und neue Angebote zu entwickeln, um die Zahl der Freiwilligen, insbesondere der jungen Freiwilligen, zu erhöhen. Andernfalls wird die Fair-Trade-Organisation in große Schwierigkeiten geraten, wenn die derzeitigen Freiwilligen zu alt werden, um die Geschäfte zu leiten, oder sich aus anderen Gründen dazu entschließen, mit der Freiwilligenarbeit aufzuhören bei der Fortführung ihrer Geschäfte.

Fundacio Oxfam Intermon

- Ein Kraftverlust der Fair-Trade-Bewegung, da die wichtigsten Bewusstseinsräume (Weltläden) die Fähigkeit verlieren, Konsumgewohnheiten zu ändern.

- Auch, weil es nicht gelingt, Fair-Trade in Schulen, Universitäten, auf Straßenmärkte und in Kirchengemeinden zu bringen und es als eine Option für ethischen Konsum sichtbar zu machen.

Oxfam - Magasins du monde

- Wenn Fair-Trade-Organisationen die Entwicklung der Gesellschaft und die Entwicklung des Freiwilligendienstes nicht berücksichtigen, besteht das Risiko, dass sie sich nicht an die Realitäten und Bedürfnisse der Gesellschaft anpassen. Wenn Organisationen keine regelmäßigen Änderungen vornehmen, ist ihr Entwicklungsangebot für viele Menschen möglicherweise uninteressant.

2.4 Ergebnisse der Sekundärforschung für A2

Alle Fair-Trade-Partner und RSM wurden gebeten, Sekundärrecherchen durchzuführen, um relevante Entwicklungserfahrungen/Ressourcen für Freiwillige zu finden. Insgesamt wurden 35 Ressourcen gefunden. Die Ressourcen konzentrieren sich meist auf Wissen, insbesondere auf die Grundlagen des Fairen Handels, d. h. Labels, Akteure, Auswirkungen, oder beziehen sich auf relevante, aber übergeordnete Nachhaltigkeitsthemen, z. B. Klimakrise, Armut. Es wurden auch Ressourcen zur Einführung der SDGs gefunden. In seltenen Fällen konzentrieren sich die Ressourcen auf den Aufbau von Fähigkeiten, z. B. auf die Frage, wie man eine ethische Beschaffung durchführt, auf die Zertifizierung von Fähigkeiten, auf Fähigkeiten zur Interessenvertretung oder auf Visual Merchandising.

- **Die Fair-Trade-Woche**

Die „Woche des fairen Handels“ wird jedes Jahr in Belgien organisiert. Zehn Tage lang zielen viele verschiedene Aktivitäten rund um den Fairen Handel darauf ab, die Gemeinschaft für Nachhaltigkeitsthemen zu sensibilisieren. Oxfam - Magasins du Monde arbeitet normalerweise bei dieser Veranstaltung zusammen, um verschiedene Aktivitäten im Zusammenhang mit ihrer Kampagne des Jahres vorzuschlagen.

Zielgruppe: Alle Interessierten.

Verknüpfung: <https://semaineducommerceequitable.be>

- **World-Café-Workshop**

Der World Café-Workshop wurde vom Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation (CPCP) entwickelt, um Fair-Trade als Alternative zum konventionellen internationalen Handel einzuführen. Es ist eine Möglichkeit, die Phasen der Produktionskette, die verschiedenen Akteure und die positiven Auswirkungen des Fairen Handels kennenzulernen. Dieser Workshop ist eine Möglichkeit, sich über nachhaltigen Konsum zu informieren und kritisch über den heutigen Konsum nachzudenken.

Zielgruppe: Schüler der Sekundarstufe

Link: <http://www.cpcp.be/formations/world-cafe>

- **Junge Befürworter des fairen Handels**

Das Fair-Trade Advocacy Office hat eine Schulung für junge Menschen entwickelt, die Interessenvertretungsfähigkeiten im Bereich Fair-Trade erwerben möchten. In der Beschreibung der Bewerbung für diese Ausbildung heißt es, dass junge Menschen „Wissen und Werkzeuge erwerben, um nachhaltigen Konsum und nachhaltige Produktion, Fair-Trade, Lieferketten (Lebensmittel, Textilien, Elektronik), Handel und Klimagerechtigkeit sowie soziale Aspekte zu verstehen.“ verantwortungsvoller ökologischer Wandel ».

Zielgruppe: 18-30 Jahre alt

Verknüpfung: <https://fairtrade-advocacy.org/1-individual-applicants-participate-in-the-first-young-Fair-Trade-academy>

- **Belgischer Fair-Trade-Verband**

Der belgische Fair-Trade-Verband bietet verschiedene Online-Unterstützungsmöglichkeiten an, um mehr über Fair-Trade zu erfahren. Sie haben verschiedene Webinare und einen Bericht erstellt. Alle Informationen zu den verschiedenen Ausbildungsmöglichkeiten wurden der Excel-Tabelle hinzugefügt.

Zielgruppe: Alle Interessierten

Link: <http://www.bftf.be/fr>

- **Wohltätiger Einzelhandelsverband**

In Großbritannien sind Wohltätigkeitsläden ein fester Bestandteil. Der Wohltätigkeits-Einzelhandelsverband hat ein Repository mit Kursen erstellt, die ein breites Spektrum an Aspekten des Einzelhandels abdecken, wie z. B. die Führung einer Kasse und Visual Merchandising sowie einzigartige Aspekte des Wohltätigkeits-Einzelhandels wie die Nutzung sozialer Medien für Wohltätigkeitsläden. Ihre Kurse konzentrieren sich auf eine Kombination aus Wissen und Kompetenzentwicklung. Sie bieten Kurse für jeden funktionalen Aspekt der Organisation an.

Ziel Gruppe: Einzelhandel Charity-Shop Freiwillige auf allen Ebenen

Link: <https://charityretaillearning.com/learn>

- **Gerechter Anteil**

Diese E-Learning-Plattform wirbt damit, die erste zu sein, die sich dem Fairen Handel widmet. Mit kostenlosen Modulen, die sich auf die Einführung in den Fairen Handel, Management- und Führungsthemen, die Vermittlung von Fairem Handel und vieles mehr konzentrieren. „Look and Feel“ sowie die Struktur dieser Plattform machen sie zu einem interessanten Beispiel für etwas, das im Rahmen dieses Projekts entwickelt werden könnte. Die Inhalte sind jedoch etwas allgemein gehalten.

Zielgruppe: Unternehmer, lokale Behörden, Studenten, Lehrer und Bürger, die sich für Fair-Trade interessieren

Verknüpfung: <https://fairsharetraining.eu>

- Vol+

Ein Programm, das die Fähigkeiten zertifiziert, die Menschen durch die Teilnahme an Freiwilligenarbeit entwickeln. Es unterscheidet 5 Entwicklungsstufen: 1) Anfänger 2) Lehrling 3) Kompetenter 4) Fortgeschrittener und 5) Experte. Es zertifiziert die folgenden Kompetenzen: Analyse und Problemlösung, Initiative, Führung, Teamarbeit, zwischenmenschliche Kommunikation, Planung und Organisation, Initiative und Selbstverwaltung, Flexibilität und Innovation. Der Kompetenzzertifizierungsprozess bei Vol+ richtet sich nach den europäischen Leitlinien zur Validierung nicht formalen und informellen Lernens: <https://www.cedefop.europa.eu/en/publications/4054>

Links: <https://plataformavoluntariado.org/vol-plus/> <https://plataformavoluntariado.org/wp-content/uploads/2022/02/vol-diptico-imprenta-eng-vf.pdf>

3. VERGLEICHENDE STUDIE ÜBER KOMPETENZEN IM FREIWILLIGENENGAGEMENT IN EUROPÄISCHEN NICHT-FORMALEN BILDUNGSPRAKTIKEN IN BELGIEN, ITALIEN UND SPANIEN (A3)

In diesem Kapitel untersuchen wir das Validierungsökosystem mit Schwerpunkt auf Freiwilligenarbeit in Fair-Trade-Läden in Europa. Die drei Fair-Trade-Partner wurden aufgefordert, ein vollständiges Bild des aktuellen Stands der Validierung im Fair-Trade-Bereich auf nationaler Ebene zu liefern. Ziel dieser Aktivität ist es, die folgenden Aspekte der Validierung von Freiwilligenkompetenzen zu identifizieren:

- **Validierungsrichtlinien** auf europäischer und nationaler Ebene
- **Validierungsmethoden**: allgemeiner strategischer Rahmen zur Ermöglichung der Validierung
- **Validierungstools**: Tools und Verfahren zur Identifizierung, Dokumentation und Bewertung von Fähigkeiten/Kompetenzen
- **Die zur Förderung der Validierung erforderlichen Maßnahmen** innerhalb von Fair-Trade-Vereinen und innerhalb der darin engagierten Freiwilligen.

Was ist Validierung?

Laut CEDEFOP ist die Validierung von Lernergebnissen die Bestätigung durch eine zuständige Stelle, dass Lernergebnisse (Wissen, Fähigkeiten und/oder Kompetenzen), die eine Person in einem formalen, nicht formalen oder informellen Rahmen erworben hat, anhand vordefinierter Kriterien bewertet wurden und den Anforderungen eines Validierungsstandards entsprechen. Die Validierung führt in der Regel zu einer Zertifizierung (Glossar, [CEDEFOP](#)). Auf europäischer Ebene ist das wichtigste Dokument die CEDEFOP-Veröffentlichung [Europäische Leitlinien für die Validierung nicht formalen und informellen Lernens](#). Dieses Dokument unterstreicht die wichtigsten Schritte und Qualitätsstandards für die Validierung. Dennoch wurden die Leitlinien in Europa im Rahmen verschiedener Projekte von Behörden, dem dritten Sektor oder gewinnorientierten Organisationen auf viele verschiedene Arten interpretiert.

Der A2-Fragebogen

Die folgenden Informationen wurden durch einen Fragebogen mit 7 Fragen gesammelt, die von den Fair-Trade-Partnern des VoW-Projekts von April bis Juni 2022 beantwortet wurden.

Fragen zur aktuellen Situation

1. Wie wird die Anerkennung der Fähigkeiten von Freiwilligen derzeit innerhalb der Fair-Trade-Bewegung Ihres Landes (auf Dachverbands- und Ladenebene) gehandhabt? Wie sieht der Kompetenzrahmen ggf. aus?
2. Welche Mängel weisen Ihrer Meinung nach die aktuelle Politik und die Angebote zur Kompetenzbestätigung von Freiwilligen auf?
3. Warum ist es wichtig, dass Richtlinien und Angebote geändert und verbessert werden? Welche Konsequenzen hätte es, wenn keine Änderungen vorgenommen würden?

Recherche

4. Fügen Sie Links und Daten zu Richtlinien oder Rahmenwerken für die Validierung von durch Freiwilligenarbeit erworbenen Fähigkeiten ein, die in Ihrem Land verwendet werden/verfügbar sind (sie könnten auch Teil eines EU-Projekts sein). Bitte fügen Sie Links und Daten ein
5. Welche Kompetenzrahmen stehen Freiwilligen in Ihrem Land zur Verfügung?
6. Welcher Rechtsrahmen regelt die Validierung nicht formaler und informeller Kompetenzen/Fertigkeiten in Ihrem Land?
7. Welche Methoden und Instrumente zur Kompetenzbestätigung für Freiwillige gibt es in Ihrem Land?

3.1 Die aktuelle Situation in den beteiligten Fair-Trade-Organisationen

Die Validierung der Fähigkeiten von Freiwilligen in den Partnerländern und in der Fair-Trade-Bewegung

Der belgische Partner Oxfam – Magasins du Monde verfügt über **kein Rahmenwerk zur Kompetenzvalidierung** in Benutzung. Es gibt ein Dokument mit dem Titel „[Plan dynamique des bénévoles](#)“, in dem die verschiedenen Rollen und die Erwartungen erläutert werden, die Oxfam-Magasins du Monde an jede Rolle stellt. Alle Freiwilligen haben Zugriff auf dieses Dokument und sind verpflichtet, es zu lesen.

In Italien liegt die Validierung der Fähigkeiten von Freiwilligen **nicht in der Verantwortung von Altromercato**. Es gibt eine gewisse Anerkennung für Lehrplanpraktika von Schülern oder Universitätsstudenten, diese ist jedoch nicht systemisch und an spezifische Vereinbarungen mit Schulen und Universitäten gebunden.

Die gleiche Situation gibt es in Spanien, wo die Validierung der **Fähigkeiten von Freiwilligen nicht offiziell entwickelt wurde**. In Spanien gibt es ein Validierungsprogramm, das von der [spanischen Freiwilligenplattform stammt](#) und sich für die Fair-Trade-Bewegung als nützlich erweisen könnte. Es gibt zwei regionale Freiwilligenplattformen, die es ein wenig weiterentwickelt haben, ohne großen Erfolg: Aragón und Katalonien.

Was fehlt?

Die Partner sind sich einig, dass **es jetzt eher um die Erwartungen geht, die mit einer Position im Freiwilligenteam verbunden sind**. Beispielsweise spricht Oxfam – Magasins du Monde lieber von Valorisierung statt von Kompetenzvalidierung. Darüber hinaus sind sie der Ansicht, dass „in unserer aktuellen Politik zur Kompetenzvalidierung kein Mangelgefühl besteht“. In Italien werden die im Rahmen der Freiwilligenarbeit erworbenen Fähigkeiten bisher nur in einigen Fällen als wichtig angesehen und viele **Freiwillige, die sich im Fairen Handel engagieren, haben kein Bedürfnis nach Anerkennung** der erworbenen Fähigkeiten. **Der spanische Partner (FOI) betont den Mangel an Wissen über das Thema**. Es wird einige Zeit dauern, es im Land zu entwickeln, und es würde beliebter sein, wenn es beispielsweise von Arbeitgebern mehr geschätzt würde. Die Zahl der ausgestellten Zertifikate zeigt, dass **die bisherigen Initiativen in Spanien nicht sehr erfolgreich sind**.

Die allgemeine Idee ist, dass diese Art der Zertifizierung eher für junge Freiwillige oder Arbeitssuchende nützlich ist und weniger für ältere Menschen und diejenigen, die keine Arbeit suchen.

3.2 Die notwendigen Änderungen und Verbesserungen

Derzeit arbeitet **Oxfam – Magasins du Monde** lieber an der Valorisierung /Anerkennung von Freiwilligen. Ihnen ist es sehr wichtig, dass jeder Freiwillige genau weiß, welche Aufgaben von ihm/ihr erwartet werden, das ist die erste und wichtigste Voraussetzung. Ist dies nicht der Fall, könnte dies die gute Organisation der Teams stören. Darüber hinaus wird die Validierung nicht als Bedarf für die derzeitigen Freiwilligen von Oxfam – Magasins du Monde ausgedrückt.

AltroMercato in Italien konzentriert sich auf die Notwendigkeit, mehr junge Menschen als Freiwillige in den Fair-Trade-Bereich einzubinden. In diesem Fall wäre eine Validierung unerlässlich, um die von ihnen geleistete Arbeit und die Fähigkeiten, die sie erlernen, anzuerkennen. Auf diese Weise wird Freiwilligenarbeit wichtig für das berufliche Wachstum.

In Spanien **Oxfam Intermón** konzentriert sich auf Kommunikation und Bewusstsein in Bezug auf Validierung, um das Potenzial der vorgeschlagenen Validierungsprogramme auszuschöpfen.

3.3 Leitlinien oder Rahmenbedingungen für die Validierung der durch Freiwilligenarbeit erworbenen Fähigkeiten, die in den Partnerländern verwendet werden bzw. verfügbar sind.

Belgien

gibt es **keinen nationalen Rahmen/eine nationale Richtlinie zur Validierung von Fähigkeiten im Bereich Freiwilligenarbeit**. Eine Möglichkeit, durch ehrenamtliches Engagement erworbene Kompetenzen validieren zu lassen, wäre der Prozess der „[Validation des Compétences](#)“. Hierbei handelt es sich um einen Prozess, bei dem Kompetenzen, die durch andere Erfahrungen als die formale Bildung erworben wurden, staatlich anerkannt werden sollen, vor allem um einen Arbeitsplatz zu finden. Dieser Prozess zielt nicht auf die Validierung von Kompetenzen ab, die ausschließlich durch Freiwilligenarbeit erworben wurden.

Weitere von privaten Partnern und dem gemeinnützigen Sektor entwickelte Tools sind:

- **CECI**

Die gemeinnützige Organisation ULB - Engagée hat ein Zertifikat für „Bürgerengagement“ (CECI) entwickelt. Dieses Zertifikat zielt darauf ab, das Engagement der Studierenden während ihres Studiums aufzuwerten. Es besteht aus theoretischen Online-Modulen, monatlichen Treffen mit anderen Studierenden im Rahmen des Programms und einem 150-stündigen Praktikum in einer gemeinnützigen Organisation. Erfolgreiche Studierende erhalten 10 außercurriculare ECTS (das Äquivalent von 2 Kursen). Dieses Zertifikat ist recht neu, da es erst 2021 eingeführt wurde.

Zielgruppe: Studierende der ULB

Link: <https://engagee.ulb.be/ceci/?msclkid=a069523bd06211eca96c08ce7817a4ba>

- **Requapass**

durch eine Freiwilligenerfahrung erworbenen Kompetenzen besser anzuerkennen .

Zielgruppe: Freiwillige Im Allgemeinen

Link: <https://requapass.eu/page-1-0-0.html>

- **Fähigkeiten als Pfadfinderführer**

Die Pfadfinderbewegung ist in Belgien sehr aktiv. Sie hat ein Tool entwickelt, das sich an Pfadfinderleiter richtet und ihnen dabei hilft, die verschiedenen Kompetenzen zu ermitteln, die sie durch ihre ehrenamtliche Tätigkeit erworben haben, und wie sie diese für persönliche und berufliche Projekte nutzen können. Diese Kompetenzen beziehen sich ausschließlich auf Soft Skills.

Zielgruppe: Pfadfinderführer

Verknüpfung: <https://scoutleaderskills.lesscouts.be/fr/home>

Italien

Der Prozess zum Aufbau des Nationalen Systems zur Kompetenzzertifizierung begann im Jahr 2012 und mit dem Dekret 13/2013 wurde ein nationales und umfassendes System entworfen, das die gesamte Bandbreite an Qualifikationen aus den Bereichen Bildung, Hochschulbildung, Berufsbildung und sogar solche mit rechtlichem Wert abdeckt.

Die für die Umsetzung des Systems zuständige institutionelle Behörde ist das Nationale Technische Komitee unter der Leitung des Arbeitsministeriums und des Bildungsministeriums, dem alle Qualifikationsbehörden angehören. Im Januar 2018 trat der Nationale Erlass zum Nationalen Qualifikationsrahmen in Kraft. Dieser am 8. Januar 2018 veröffentlichte Erlass sieht die Einrichtung des Nationalen Qualifikationsrahmens (NQR) gemäß der Empfehlung zum Europäischen Qualifikationsrahmen (EQR) vor. Es definiert einen klaren gemeinsamen Satz von Deskriptoren für die acht Qualifikationsniveaus, indem es die Art der Kenntnisse und Fähigkeiten identifiziert. Das Dekret regelt die Verfahren für die Zuordnung jeder Qualifikation zum Rahmen durch die in ANPAL (Nationale Agentur für aktive Arbeitspolitik) eingerichtete nationale EQR-Koordinierungsstelle und mit der unabhängigen Bewertung von Inapp. Bisher gibt es in Italien keinen gemeinsamen Rahmen für Soft Skills, die durch Freiwilligenarbeit erworben werden.

Weitere von privaten Partnern und dem gemeinnützigen Sektor entwickelte Tools sind:

- **Lever Up**

Es handelt sich um ein Modell, das entwickelt wurde, um Menschen dabei zu helfen, ihre weichen Kompetenzen wertzuschätzen, die sie bei ehrenamtlicher Arbeit und anderen Aktivitäten zum Nutzen der Gemeinschaft und der Gesellschaft erworben haben. Es wurde auf der Grundlage der Validierung früherer Lernerfahrungen (VPL) entwickelt, dank der Erfahrungen der Partner, die am „LEVER-Projekt – Modellierung informellen Lernens und transversaler Kompetenzen, die durch freiwillige Erfahrungen erworben wurden, um die Beschäftigung und Mobilität der Bürger zu steigern“ teilnehmen.

Zielgruppe: alle Arten von Freiwilligen

Link: <http://www.leverproject.eu/>

- **DYVO – Digitale Technologien zur Validierung der Kompetenzen junger Freiwilliger**

Das Projekt trägt dazu bei, die Anerkennung und Validierung von Kompetenzen, die durch nicht-formales und informelles Lernen im Bereich der Jugendfreiwilligenarbeit erworben wurden, zu erleichtern und zu erneuern. Das Hauptziel liegt in der Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit und gesellschaftlichen Teilhabe junger Menschen sowie der Qualität der von Jugend-/Freiwilligenorganisationen geleisteten Arbeit.

Zielgruppe: jugendliche Freiwillige

Link: <https://dyvo.eu/en/about/>

Spanien

Die Anerkennung der durch nicht formales und informelles Lernen erworbenen Fähigkeiten erfolgt auf regionaler Ebene. Dieser Prozess begann auf institutioneller Ebene mit dem Königlichen Dekret 1224/2009 vom 17. Juli 2009 zur Anerkennung der durch Berufserfahrung erworbenen beruflichen Fähigkeiten ([Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio](#)). Im ersten Artikel dieses Dekrets werden die Anforderungen und Verfahren für die Anerkennung und Bewertung der durch nicht formale Bildung oder Berufserfahrung erworbenen beruflichen Kompetenzen festgelegt. Die Auswirkungen der Bewertung und Anerkennung sind ebenfalls in diesem Dekret enthalten. Dieses Gesetz legt die Anforderungen fest, um von der Anerkennung der durch nicht formale Bildung und Arbeit erworbenen Kompetenzen zu profitieren. Diese Anforderungen beziehen sich auf Alter, Berufserfahrung, Bildungsniveau und Staatsangehörigkeit. Dieses Dekret erwähnt auch die Erstellung eines Bewertungs- und Überwachungsplans zur Überprüfung der Qualität, Effizienz und Auswirkungen dieser Dekrete. Der Plan soll von der Generalstaatsverwaltung, den autonomen Regionen und dem Generalrat für Berufsbildung ([Consejo General de la Formación Profesional](#)). Die General State Administration wird Daten aus den autonomen Regionen verwenden, um den Plan zu entwickeln. Schließlich ist ein Jahresbericht mit möglichen Verbesserungen geplant, der an den General Council for the Vocational Training geschickt wird. Es gibt keine spezifischen Mechanismen zur Anerkennung der Fähigkeiten von Freiwilligen auf nationaler Ebene.

Weitere von privaten Partnern und dem Non-Profit-Sektor entwickelte Tools sind:

- **VolPlus**

Es handelt sich um das spanische Zertifizierungsprogramm der Freiwilligenplattform. Die Validierung der Fähigkeiten von Freiwilligen hat drei Ziele: (1) die Auswirkungen der Freiwilligenarbeit auf die Entwicklung von Fähigkeiten zu erkennen, (2) sichtbar zu machen, dass die Freiwilligentätigkeit das Lernen und die Entwicklung beruflicher Kompetenzen fördert, (3) die Beschäftigungsfähigkeit von Freiwilligen zu verbessern. Um an dem Programm teilnehmen zu können, muss die Freiwilligenorganisation dem Programm VOL + beitreten. Das Programm VOL+ hat einige Personen (Freiwillige und professionelle Mitarbeiter), die für die Bestätigung der Fähigkeiten der Freiwilligen verantwortlich sind.

Zielgruppe: Freiwillige

Link: <https://plataformavoluntariado.org/vol-plus/>

- **Reconoce**

Es handelt sich um ein spezielles Zertifizierungsprojekt für junge Freiwilligenorganisationen (Pfadfinder, Don Bosco) und/oder speziell für die Freizeit. 1.512 Freiwillige sind Mitglieder des Netzwerks. 307 Kompetenzvalidierungsanfragen bearbeitet.

Zielgruppe: alle Arten von Freiwilligen

Link: <https://reconoce.org/>

- **Talante solidario**

Es handelt sich um eine Online-Plattform für die Schulung und Zertifizierung von Soft Skills, die sich an Freiwillige aus sozialen Organisationen richtet, um die Wirkung ihrer solidarischen Tätigkeit zu verbessern. Sie ist um 10 Kernkompetenzen mit drei Arten von Inhalten herum strukturiert. Um sich bei der Online-Plattform anzumelden, ist es Voraussetzung, ehrenamtlich in einer sozialen Organisation tätig zu sein, da die Schulung vor Ort den Erwerb und die Entwicklung von Kompetenzen ermöglicht. Die sozialen Organisationen können dem Programm durch eine Vereinbarung mit Talante Solidario beitreten. Diese Initiative wurde von der Universität Murcia entwickelt. Bis 2019 haben sich mehr als 100 Personen diesem Programm angeschlossen.

Zielgruppe: alle Arten von Freiwilligen

Link: <https://talantesolidario.org/>

3.4 Fazit aus A3

Die Ergebnisse dieser Aktivität zeigen, dass die Validierung von durch Freiwilligenarbeit in der Fair-Trade-Bewegung erworbenen Fähigkeiten noch in den Kinderschuhen steckt. Die drei befragten Organisationen erkennen die Bedeutung und den Wert der Freiwilligenarbeit an, sehen den Validierungsprozess jedoch nicht als Priorität an. Einige Freiwilligenorganisationen sind zurückhaltend, ihre Aktivitäten als persönliche und berufliche Weiterentwicklung darzustellen, da sie der Meinung sind, dass dies den Wert der Unentgeltlichkeit mindern und die Freiwilligenarbeit in eine kommerzielle Dimension bringen könnte. Ein weiteres Hindernis, das die Zertifizierung von Kompetenzen in diesem Zusammenhang erschwert, ist die übermäßige Bürokratisierung dieses Verfahrens, das oft zentral von nationalen oder regionalen Behörden verwaltet wird. Die Bürokratisierung kann Sozialarbeiter und Freiwillige abschrecken, insbesondere in Italien. Abschließend sind die Partner der Ansicht, dass die Bestätigung von Fähigkeiten ein Thema ist, das jüngeren und/oder arbeitssuchenden Freiwilligen vorbehalten ist, und weniger den Nicht-Arbeitssuchenden oder Rentnern, obwohl sie offen für eine andere Sichtweise sind.

Ausgehend von den gesammelten Ergebnissen und der Diskussion, die während der LTTA (C1) in Rotterdam stattfand, können wir folgende Schlussfolgerung ziehen:

- *In dieser Phase hat die Validierung für die Fair-Trade-Organisationen keine Priorität. Vor diesem Schritt ist es wichtig, die Profile und Rollen der Freiwilligen zu definieren. Die Validierung sollte für zukünftige Entwicklungen in Betracht gezogen werden.*
- *Es besteht ein Mangel an Verständnis dafür, wie eine Validierung innerhalb der Organisationen und für Freiwillige aussehen würde.*

Andererseits behaupteten Fair-Trade-Organisationen, dass sie mehr junge Menschen ansprechen sollten. Ein Instrument zur Erreichung dieses Ziels könnte die Anerkennung sein. Das von Fair-Trade-Organisationen verwendete Konzept ist die „Valorisierung“, also die umfassendere Idee, Freiwilligentätigkeiten einen Wert zu verleihen und zu belohnen. Anerkennung könnte ein Aspekt davon sein. Allerdings hat keine der Fair-Trade-Organisationen die Anerkennung bereits in ihren Valorisierungsansatz integriert.

4. DIE RELEVANTEN KOMPETENZEN DER FAIR TRADE-FREIWillIGEN

Im Rahmen der durchgeführten Forschungsaktivitäten A1/A4 wurde dieses Thema hauptsächlich von A4 abgedeckt. Die mit aktuellen Freiwilligen organisierten Fokusgruppen ermöglichten es uns, ein Verständnis dafür zu gewinnen, welche Kompetenzen während der Freiwilligenarbeit für FT entwickelt wurden und welche nicht – aber erwünscht – waren. Während unseres Treffens in Rotterdam (C1) widmete sich das Konsortium der Definition der erforderlichen Fähigkeiten für FT-Freiwillige.

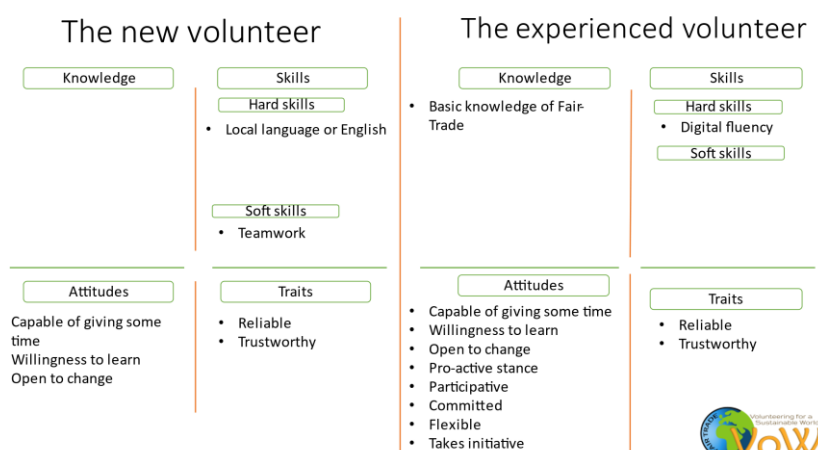
Das Konsortium hat sich darauf geeinigt, die Kompetenzen danach auszurichten, was für den Beginn einer Freiwilligentätigkeit erforderlich ist und was während der Freiwilligenarbeit erlernt werden kann.

Kernfragen des Konsortiums

- Was ist der Ausgangspunkt: die Bedürfnisse unserer Organisation oder die der Freiwilligen?
- Welche Anforderungen sind in der Rekrutierungsstrategie implizit miteinander verflochten? Wie werden derzeit Freiwillige ausgewählt? Aufgrund von Kompetenzen oder Entwicklungspotenzial?
- Welche Grundkompetenzen müssen alle Freiwilligen mitbringen?
- Wie deckt das Projekt die Unterschiede zwischen Soft Skills und Hard Skills ab?
- Welches Kernelement beeinflusst die Fähigkeit, fairen Lufthandel zu fördern oder nicht? (Tradition, Alter, politische Größe)

4.1 Neue und erfahrene Freiwillige

Während der C1-Schulung erstellten die Projektpartner verschiedene beschreibende Profile, die sowohl die Mindestanforderungen als auch das erwartete Profil von erfahrenen Freiwilligen enthalten.



4.2 Die Perspektiven und Erfahrungen aktueller Freiwilliger im Zusammenhang mit der Kompetenzentwicklung (A4)

Dieser Teil des Berichts entstand im Rahmen von Gruppendiskussionen mit aktiven Freiwilligen aller drei Fair-Trade-Partner (Altromercato, Oxfam - Magasins du Monde und Fundacio Oxfam Intermon).

Diese Gruppendiskussionen wurden anhand eines vom Team der Rotterdam School of Management erstellten Protokolls durchgeführt. Sie deckten mehr Themen ab als hier dargestellt, die für WP1 weniger nützlich, für andere WPs jedoch möglicherweise nützlich sind.

Hier wird eine Liste von Kompetenzen angezeigt, die die derzeitigen Freiwilligen entweder durch ihre Freiwilligenarbeit entwickelt haben oder die ihrer Meinung nach weiterentwickelt werden sollten. In der dritten Spalte sind die Kompetenzen aufgeführt, die von den Freiwilligen zwar angedeutet, aber nicht direkt erwähnt wurden.

Fähigkeit	Entwickelt	Gewünscht	Abgeleitet
Kampagne			
Kenntnisse im Kampagnenmanagement	✓		
Entwicklung von Bildungsprojekten	✓		
Veranstaltungsmanagement	✓	✗	
Datenanalyse	✓		
Verwalten Sie Freiwillige für Online-Kampagnen			—
Geschäft			
Fähigkeiten im Ladenverkauf	✓		
Kompetenzen im Außendienst		✗	
Personenkoordination	✓	✗	
Koordinieren Sie Arbeits-/Projektgruppen			—

Kassieren	✓		
Kenntnisse im Shop-Betrieb	✓		
Konstruktiver Dialog mit Kunden	✓		
Kompetenz im Kundenservice	✓		
Logistikkenntnisse	✓		
Didaktische Fähigkeiten	✓		
Externe Kommunikation		✗	
Gleichzeitige Organisation traditioneller und episodischer Freiwilliger			—
Flexible Planung und Terminierung			—
Onboarding-Fähigkeiten, je nach Wunsch und Eignung			—
Rekrutierungskompetenzen			—
Freiwillige motivieren, aktiv/Verkäufer/Botschafter zu werden			—
Fähigkeit, neue Arbeitsweisen anzunehmen			—
Organisieren Sie Kooperationen			—
Praktikanten betreuen			—
Fairer Handel			
Kenntnisse über Produktionsprozesse	✓	✗	
Wissen über den globalen Süden	✓		

Verbrauchswissen	✓		
Kenntnisse über Handelsbeziehungen	✓		
Kenntnisse über Volkswirtschaften/wirtschaftliche Realitäten	✓		
Kenntnisse über Genossenschaften	✓		
Zwischenmenschliche Fähigkeiten			
Akzeptanz anderer	✓		
Autonomie	✓		
Fähigkeit, mit anderen in Beziehung zu treten	✓		
Anpassungsfähigkeit	✓		
Probleme lösen	✓		
Zusammenarbeit	✓		—
Soziale Kompetenzen – mit neuen Gruppen	✓		
Empathie	✓		
Begrüßung	✓		—
Toleranz	✓		
Kreativität	✓		
Kommunikation			
Fairen Handel kommunizieren	✓	✗	
Für Themen argumentieren	✓		

Wissen weitergeben	✓		
Öffentliches Reden	✓		
Verwenden Sie eine angemessene Sprache	✓	✗	
Hören	✓	✗	
Die Fähigkeit, mit den Lebenswelten jüngerer und älterer Freiwilliger zu kommunizieren und sich darauf einzulassen			—
Auf die Interessen anderer eingehen			—
Andere			
Digitales Empowerment	✓		

5. DIE POSITIONEN DER FAIR-TRADE-FREIWillIGEN

Während der Recherche von A1 wurde ein Fragebogen weitergegeben und Interviews mit den FT-Partnern durchgeführt, um ein Verständnis für die organisatorischen Unterschiede zwischen den Partnern zu gewinnen.

Wichtigste aktuelle Fragen für das Konsortium:

- Welche Positionen eignen sich für die Besetzung durch episodische Freiwillige?
- Welche konkreten Aufgaben können episodisch gestaltet werden?
- Definieren Sie einige der Einstiegspositionen
- Sind Positionen der Ausgangspunkt? Oder sind es Fähigkeiten/Einstellungen?
- Kann „Corporate Volunteering“ ein Teil der Freiwilligenarbeit sein oder nicht?

5.1 Der Einhorn-Traumladen

Während eines C1-Workshops wurde das Konsortium gebeten, darüber nachzudenken, wie ein idealer Shop/ein ideales Team aussehen könnte. Dabei ergaben sich folgende Positionen und Verbindungen:



Bei dieser vorläufigen Ladenorganisation handelt es sich um ein Funktionsmodell, auf das sich die Partner einigen können und anhand dessen über die unterschiedlichen Gegebenheiten in den Läden gesprochen werden kann. Es spiegelt weder die aktuelle Realität jedes Geschäfts wider, noch entspricht es den Erwartungen an Geschäfte.

5.2 Freiwilligentypen

Darüber hinaus hat sich das Konsortium über Freiwilligenprofile Gedanken gemacht. Dabei handelt es sich nicht um konkrete Stellen, sondern um Typen von Freiwilligen, die sich durch verschiedene Merkmale unterscheiden.

Dabei werden zwei Typen unterschieden – **Regelmäßigkeit ihres Beitrags**:

Episodische oder projektbezogene Freiwillige

Leisten ihre Beiträge, wenn sie dazu in der Lage sind, d.h. nicht regelmäßig und oft auch nicht über längere Zeiträume hinweg. Sie sind trotzdem motiviert. Es handelt sich oft um jüngere Freiwillige mit einem vollen Terminkalender.

Regelmäßige Freiwillige

Regelmäßig, zuverlässig arbeitenden Freiwillige. Verlässlich bei der Übernahme von Schichten für das Geschäft. Diese Freiwilligen haben oft viel Freizeit und sind ältere Menschen. Sie machen den größten Teil des Freiwilligenpools aus.

Weitere Typen zeichnen sich durch ihre **Einstellung bei der Arbeit im Geschäft** aus.

Verkäufer

Konzentrieren sich darauf, das Geschäft am Laufen zu halten.

Storyteller

Konzentrieren sich auf die Vermittlung der Werte von Fair Trade.

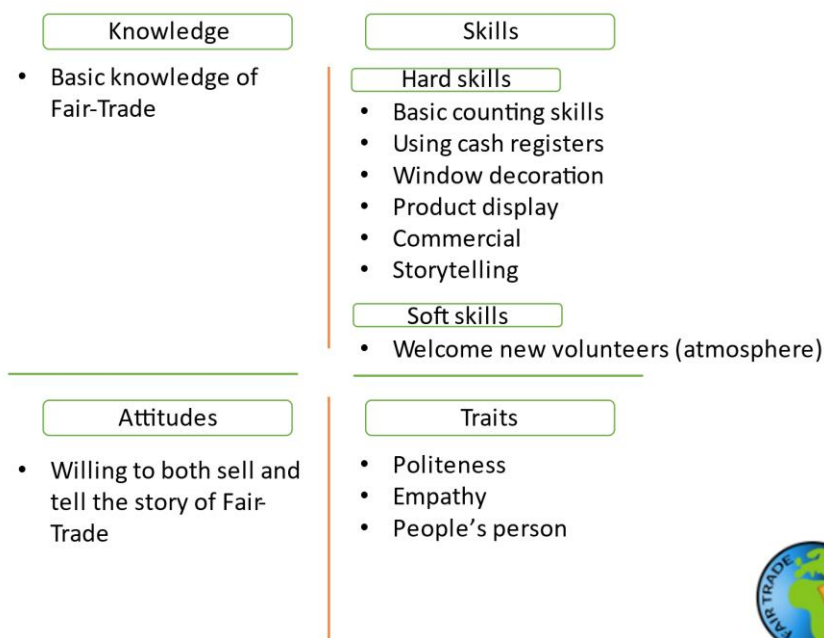
Gesamtheitliche Freiwillige

Können den Betrieb des Geschäfts und die Vermittlung der Werte von Fair Trade miteinander verbinden.

5.3. Erweiterte Rollen

Jede Rolle, die im Rahmen des Unicorn Dream Shop beschrieben wurde, wurde während C1 erweitert, wobei zwischen Wissen, Fähigkeiten (weichen und harten), Einstellungen und Charakterzügen unterschieden wurde. Die Elemente dieser Rollen sind als Ergänzung zu den in 5.2 genannten Profilen „neuer Freiwilliger“ und „erfahrener Freiwilliger“ zu sehen. Die resultierenden Profile sind ein Produkt der von den verschiedenen Fair-Trade-Partnern eingereichten Profile.

General store personnel



Store coordinator

Knowledge • In depth knowledge of FairTrade products and processes • In depth knowledge of Fair-Trade shop • Needs of the volunteers	Skills Hard skills • Problem solving • Conflict management • Decision making • Welcoming volunteers (process) • Local language Soft skills • Organization • Creating a safe work environment • Communication with team • Creativity
Attitudes • Highly interested in developments of Fair-Trade	Traits • Decisive



Financial manager

Knowledge • In depth knowledge of the shop's financial organization • General Ethical finance knowledge	Skills Hard skills • Basic accounting • Local language • Financial trend analysis • Financial forecasting Soft skills • Communicating with team • Highly organized • Maintain relationship with umbrella
Attitudes	Traits



Product manager

Knowledge • In-depth Fair-Trade knowledge • Logistical knowledge • Product lifecycle	Skills Hard skills • Software for buying products • Sales trend and forecasting • Local language and English • Commercial Soft skills • Organization • Decisive • Communicating with team • Listening • Relationship management • Quick response to situations
Attitudes • Highly interested in Fair-Trade developments	Traits • Decisive

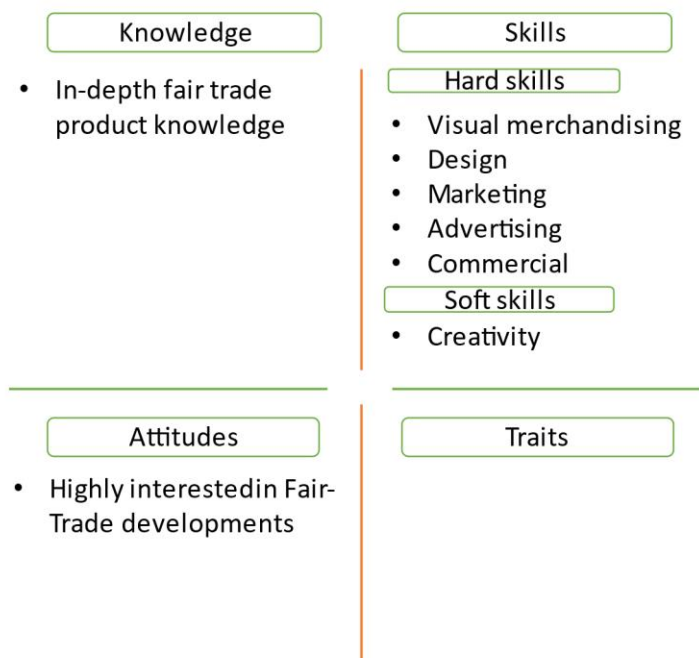


HR-manager

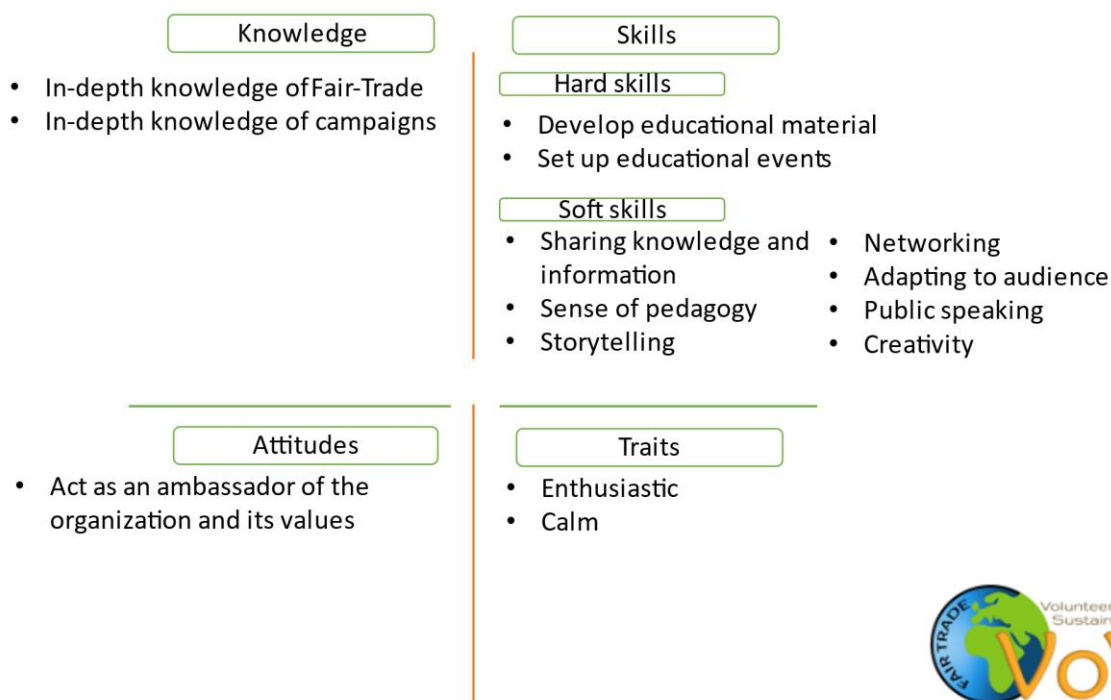
Knowledge • Needs of volunteers	Skills Hard skills • Local language • Human resources Soft skills • Listening • Conflict resolution • Understanding people • Problem solving
Attitudes • Openness • Ability to install an atmosphere of trust	Traits • People person • Patience



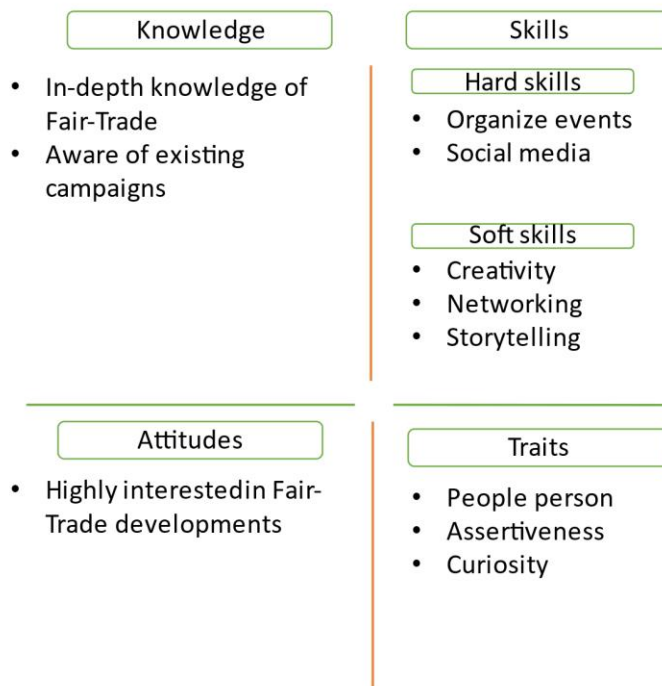
Product manager visual



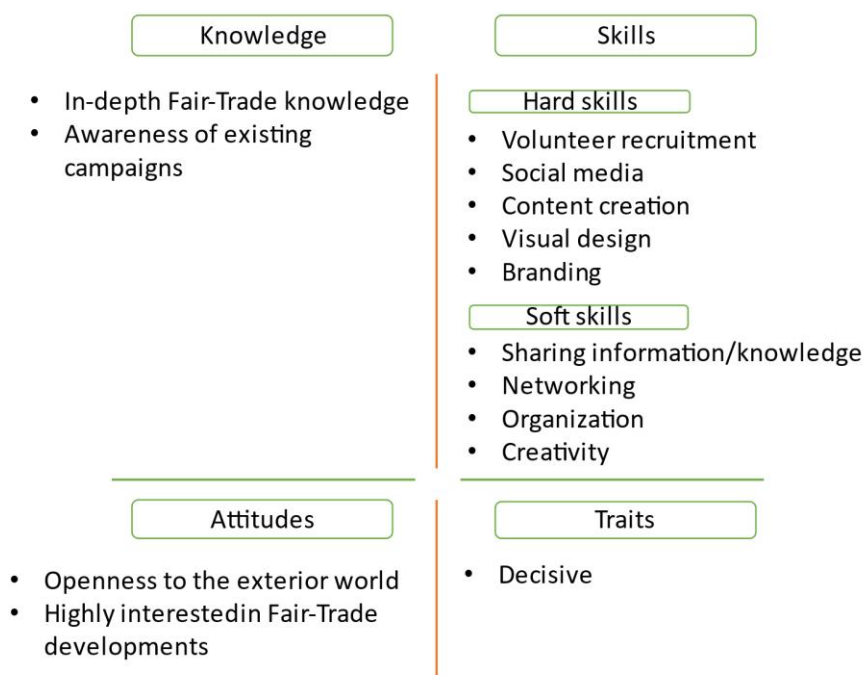
Educator



Campaign manager



Communications manager



6. Rekrutierung von Freiwilligen in Fair-Trade-Organisationen

Nach dem ersten Teil von R1, in dem sich die Partner auf allgemeine und spezifische Freiwilligenrollen in den Fair-Trade-Organisationen geeinigt haben, wurde der Prozess der Freiwilligenrekrutierung erkundet.

Der Schwerpunkt der vorliegenden Untersuchung lag einerseits auf dem Rekrutierungsprozess bei den Fair-Trade-Partnern und andererseits auf dem Rekrutierungsprozess in anderen Fair-Trade-Organisationen der EU.

Diese weiteren EU-Fairtrade-Organisationen kommen aus Frankreich, Polen, Deutschland, Dänemark, den Niederlanden und Österreich. Allen gemeinsam ist, dass sie alle mit Freiwilligen zusammenarbeiten.

Dies sind die Organisationen, die an dieser Forschung mitgearbeitet haben:

1. [Artisans du Monde](#) (Frankreich)
2. Polnischer Fair-Trade-Verband und Jugendzentrum (Polen)
3. Wereldwinkel Rotterdam Centrum (Niederlande)
4. Weltladen (Österreich)

Darüber hinaus haben wir andere Organisationen des Dritten Sektors (auf Nachhaltigkeit basierend, auf Einzelhandel basierend und auf wirtschaftlicher Gerechtigkeit basierend) zu ihren Verfahren befragt, um zu vergleichen, ob es Unterschiede in ihren Rekrutierungsprozessen gibt.

Bei der Auswahl dieser nicht zu Fair Trade gehörenden Organisationen des Dritten Sektors gab es zwei Hauptmerkmale:

1. Die Art der Organisation:
 - a. Nachhaltigkeit.
 - b. Wirtschaftliche Gerechtigkeit.
 - c. Wohltätigkeitseinzelhandel.
2. Die Größe der Organisation in Bezug auf die Anzahl der Freiwilligen:
 - a. Weniger als 20 Freiwillige.
 - b. Mehr als 20 Freiwillige.

Diese Organisationen, strategische Partner bei dieser Forschung, waren:

1. Belgien: [CNCd 11.11.11](#), [Les Petits Riens](#) und [SOS Faim](#).
2. Italien: Amnesty International Italien
3. Spanien: [Koopera](#), [Ola sin plástico](#), [Oiko Credit Euskadi](#) und [Fashion Revolution Euskadi](#).

Unser besonderer Dank gilt der Plataforma de Voluntariado de España für ihre Hilfe und Verfügbarkeit bei diesem Projekt.

6.1 Die Rollen der Freiwilligen im Fair-Trade-Shop im Rekrutierungsprozess

Ausgehend von WP1 wurden verschiedene Freiwilligenrollen im Fair-Trade-Sektor festgelegt und die Partner sowie andere Fair Trade Organisationen zu diesen Rollen befragt.

Im Allgemeinen gibt es innerhalb von Fair Trade Organisationen unterschiedliche Rekrutierungsmodelle, und das Gewicht der am Prozess beteiligten Akteure variiert von Organisation zu Organisation.

Die beiden Hauptrollen im Rekrutierungsprozess sind der Personalleiter und der Filialleiter bzw. das Filialkoordinationsteam.

Im Abschnitt „Rekrutierung“ wird näher auf dieses Thema eingegangen.

Die Figur des Personalmanagers spielt eine grundlegende Rolle im Rekrutierungsprozess. Bei dieser Person kann es sich um eine Einzelperson oder um den Filialleiter handeln, der diese Rolle übernimmt, oder sogar um das Filialkoordinationsteam. Diese Personen sind diejenigen, die Informationen darüber haben, was die Organisation und der Laden brauchen und wonach der/die angehende Freiwillige sucht.

Die zwischen den Fair Trade Partnern vereinbarte Definition dieser Rolle lautet:

HR ManagerIn

HR-Freiwillige müssen nicht nur den Fair-Trade-Sektor, die beteiligten Produzenten und die Funktionsweise des Ladens kennen, sondern auch den gesamten Rekrutierungsprozess von Anfang an:

- Kenntnis der spezifischen Anforderungen des Shops.
 - Dieser Teil impliziert eine offene und häufige Kommunikation mit dem Shop-Team.
- Organisationen verfügbaren Werkzeuge und deren Verwendung:
 - So gewinnt der Laden Ehrenamtliche: Mittel und Wege.
 - So veröffentlichen Sie eine Stellenanzeige auf den von der Organisation verwendeten Plattformen.
- So gelingt der erste Kontakt mit den Kandidaten
- So führen Sie eine Kandidatenauswahl durch.
- So führen Sie ein effektives erstes Meeting.
- So integrieren Sie den neuen Freiwilligen, nachdem beide Parteien (Freiwilligenkandidat und Freiwilligenteam) einer Zusammenarbeit zugestimmt haben

6.2 Rekrutierung von Freiwilligen in anderen Organisationen des dritten Sektors

Die Sammlung der Informationen zu diesem Teil ergab für diese Studie eine ähnliche Schlussfolgerung wie für Fair Trade Organisationen. In anderen Organisationen des dritten Sektors sind die Rollen, die Teil des Prozesses sind (HR-Manager usw.), normalerweise dieselben. Der Hauptunterschied besteht in der Art der Rolle, die sie suchen.

Abhängig von der Organisation und ihrer Struktur gibt es sogar Fälle, in denen die Organisationen die Rekrutierung von Freiwilligen ihrem Dachverband überlassen und bis zum Moment der persönlichen Begrüßung keinen Kontakt zu den Freiwilligen haben.

Tools zur Gewinnung von Freiwilligen

In diesem Bereich gibt es viele Ähnlichkeiten zwischen den von den verschiedenen Organisationen (Fair Trade und Nicht Fair Trade) verwendeten Tools. Es gibt eine breite Palette von Tools, die sie verwenden können.

Die Projektpartner haben sich auf eine Klassifizierung der verschiedenen Möglichkeiten zur Gewinnung von Freiwilligen geeinigt, die in fünf Kategorien unterteilt ist:

	Direkte	Indirekt
Digitale Tools	Direkte Kommunikationswege, wie zum Beispiel die Vorstellung der Engagement-Angebote im Video-Call.	Indirekte Kommunikationswege unter Einsatz digitaler Tools wie Anzeigen auf Webseiten oder in sozialen Medien.
Nicht-digitale Werkzeuge	Direkte Kommunikationswege wie Kundengespräche im Shop und die Teilnahme an externen Events.	Indirekte Kommunikationswege mithilfe physischer Elemente wie Poster, Flyer, Magnete oder Schürzen.

Indirekt-digitale Werkzeuge

- 1. Website der Organisation:** Die großen Organisationen haben normalerweise eine Website, auf der sie die offenen Stellen in den verschiedenen Geschäften veröffentlichen. Einige der kleinen Organisationen auch.

Diese Stellenanzeigen enthalten in der Regel den Namen der Stelle, die dem Freiwilligen bei Bedarf gestellte Aufgabe sowie die Hard- und Soft Skills.

Von hier aus kann der Kandidat sein Curriculum per Formular oder per E-Mail senden.

- 2. Newsletter:** Newsletter werden verwendet, um Freiwillige in allen Arten von Organisationen (groß/klein, FT/nicht FT) zu gewinnen.

3. Andere Portale: Im Dritten Sektor gibt es spezielle Webportale zur Schaltung von Stellenanzeigen. Diese Portale funktionieren ähnlich wie ein Jobsuchportal, bei dem Kandidaten ein Konto erstellen und ihr Interesse an die ausgewählten Organisationen senden.

Sowohl große als auch kleine, Fair Trade und Nicht-Fair-Trade-Organisationen nutzen diese Portale.

Einige dieser Portale bieten Stellenanzeigen für Freiwillige und bezahlte Stellen an.

Wir haben Daten über diese Portale in den drei Fair-Trade-Partnerländern gesammelt. Hier einige Beispiele:

Italien:

- [Volontari per un giorno](#)
- [Romaltruista](#)

Belgien:

- [La Plateforme Francophone pour le Volontariat](#)
- [Schenke einen Tag](#)

Spanien:

- [Haces Falta](#)
- [Voluncloud](#)

Die Nutzung als Organisation ist häufig benutzerfreundlich, d. h. das Portal führt den Benutzer durch den Prozess:

- Erstellen Sie als Organisation ein Konto.
- Mit einer Organisations- E-Mail und allen Organisationsdaten
- In manchen Portalen können wir pro Team oder Shop ein Konto erstellen.
- Anschließend folgt die Bearbeitung der Stellenanzeige.

Sobald die Organisation eine Stellenanzeige geschaltet hat, gelangen die übermittelten Bewerbungen zum Profil der Organisation, damit eine Weiterverfolgung erfolgen kann.

4. Soziale Medien:

Alle Arten von Organisationen nutzen unterschiedliche soziale Medien, um neue Freiwillige zu gewinnen. Die Untersuchung hat zwei Arten der Anzeigenrekrutierung ergeben:

- Allgemein, ein Aufruf, mehr Freiwillige zu haben
- Spezifisch, nach zu erfüllender Rolle

Das verwendete Format variiert je nach genutzten sozialen Medien:

- Bild
- Video
- Text
- Gemischt: mit Video und Text oder Video und Bildern

Die Art der Kontaktaufnahme, sofern die genutzten sozialen Medien dies zulassen, finden wir in der Regel vor:

- Ein Link zum Beitrag auf der Website der Organisation
- Eine DM über diese sozialen Medien
- Per E-Mail

Bei Fair-Trade-Organisationen verfügt normalerweise jeder Laden über ein Social-Media-Profil und teilt dort seinen Bedarf den Freiwilligen mit, um die Anhänger vor Ort zu erreichen.

Indirekte, nicht digitale Werkzeuge

Diese Tools können sowohl in den Fair-Trade-Läden als auch bei allen Präsenzveranstaltungen eingesetzt werden:

- Über einen Plakatslogan oder Flyer, meist allgemein gehalten.
- Die Freiwilligen tragen unverwechselbare Gadgets, die sie als Freiwillige ausweisen, wie etwa Magnete, Schürzen, Karten ...

Direkte digitale Werkzeuge

Online-Informationsveranstaltungen

Von den Mitarbeitern der Organisation organisierte Informationsveranstaltungen, um die Missionen der Organisation sowie ihr Freiwilligenprogramm zu erläutern. Diese Art von Informationsveranstaltung wird online über eine Videoanrufplattform durchgeführt.

Direkte nicht-digitale Werkzeuge

1. Mundpropaganda:

- Über Gespräche der Ehrenamtlichen mit Angehörigen und Klienten. Das ist die erfolgreichste Methode, neue Ehrenamtliche zu gewinnen.
- Im Shop und bei Events mit Kunden
- Auf informelle Weise und in einem Umfeld mit Verwandten.

Diesen Weg könnte man als „Volunteer Branding“ bezeichnen: Sie sind stolz darauf, Freiwillige zu sein, erzählen von ihren Erfahrungen und motivieren andere Menschen, Teil der Organisation zu werden.

2. Persönliche Informationsveranstaltungen

Von den Mitarbeitern der Organisation organisierte Informationsveranstaltungen, um die Missionen der Organisation sowie ihr Freiwilligenprogramm zu erläutern.

3. Besondere Anlässe

Das Team/der Shop kann spezielle Events organisieren, zum Beispiel:

- Informativer Vortrag mit Erfahrungsberichten und Videos mit Fair - Trade-Snacks
- Frühstück der Organisation
- Festlicher Tag mit einem Programm von Veranstaltungen und Aufführungen
- Schokoladenverkostung
- Kaffee-Workshop...

Diese Veranstaltungen werden hauptsächlich von Freiwilligen organisiert.

Beteiligung Dritter

1. Veranstaltungen der Freiwilligenorganisation:

Spezifische Programme und Veranstaltungen, die von Freiwilligenorganisationen verwaltet werden.

2. Vereine von Neuankömmlingen wie Asylbewerbern und Flüchtlingen.

3. Universitätsprogramme: Mit spezifischer Vereinbarung zwischen der Organisation und den Universitäten, beispielsweise die Entwicklung einer Kommunikationskampagne zur Gewinnung neuer Freiwilliger.

4. Betriebliches Ehrenamt:

Über Plattformen Dritter: Sie verfügen über einen Hub, der Gespräche zwischen NGOs und Unternehmen anregt, um ihren Mitarbeitern einen Freiwilligenjob anzubieten. Im Rahmen ihrer Corporate Social Responsibility (CSR).

6.3 Rekrutierungsprozess

In diesem Bereich gibt es im Verfahren keinen wesentlichen Unterschied zwischen FT-Organisationen und Nicht-FT-Organisationen.

Die gemeinsamen Phasen:

1. Erster Kontakt:

Es gibt zwei Möglichkeiten für den ehrenamtlichen Kandidaten, sich zunächst an die Fair-Trade-Organisation zu wenden:

- Direkt über den Shop oder Teamshop (Mundpropaganda) führt dieser Weg direkt zur Organisation des ersten Treffens, um über die Beweggründe der Person zu sprechen.
- Über den Dachverband, Website, Social Media, Events...:
 - Erster Kontakt mit dem Kandidaten, per E-Mail oder Telefon.
 - Dieser erste Kontakt dient dazu, ein Vorstellungsgespräch zu vereinbaren oder nicht, abhängig vom ersten Gespräch mit dem Freiwilligenkandidaten.

2. Erstes Treffen:

Ziele dieses ersten persönlichen Treffens:

- Sammeln Sie Informationen, um zu sehen, ob unsere Freiwilligenangebote den Erwartungen der Freiwilligen entsprechen.
- Führen Sie sie zu einer anderen Aufgabe/Organisation, bei der sie aufgrund ihres Profils möglicherweise nützlicher sind.
- Informieren Sie sich über den Verein und die Angebote zum Ehrenamt.
- Beseitigen Sie etwaige Zweifel.

In diesem Meeting wird der Personalvermittler:

- Stellen Sie die Organisation vor.
- Informieren Sie sich über die Motivation für das Engagement und das konkrete Angebot.
- Erklären Sie die Situation, um eventuelle Zweifel besser auszuräumen.
- Geben Sie ihre Verfügbarkeit und ihren Zeitaufwand an.
- Informieren Sie sich über ihre Ausbildung, Erfahrung und Fertigkeiten/Fertigkeiten.

Beenden Sie das Meeting, indem Sie die nächsten Schritte erläutern.

3. Die Entscheidung:

Diese Entscheidung wird von beiden Seiten getroffen: von der Organisation und vom zukünftigen Freiwilligen. In diesem Teil der Studie werden wir die nächsten Schritte aus der Sicht der Organisation und deren Management betrachten.

Die Kriterien zur Bewertung von KandidatInnen werden mit der Beschreibung der Rolle verknüpft. Sobald die Entscheidung gefallen ist, wird den Kandidaten die Antwort mitgeteilt.

In einigen Organisationen erfolgte die Entscheidung nach einer Probezeit, sodass der Kandidat sehen kann, ob die erforderlichen Aufgaben und das erforderliche Engagement seinen Erwartungen entsprechen. Gleichzeitig kann die Organisation erkennen, ob der Freiwillige in das Team passt.

Die beteiligten Personen

Neben dem Kandidaten sind auch verschiedene Personen beteiligt, und hier finden wir die größten Unterschiede zwischen den Fair Trade Organisationen.

Obwohl in jeder Organisation die Freiwilligen eine Rolle im Rekrutierungsprozess spielen, ist diese Rolle mehr oder weniger führend im gesamten Prozess.

Zu den Rollen gehören:

- Bezahltes Personal der Organisation.
- Ehrenamtlicher Personalmanager, sofern die Organisation diese Rolle übernimmt.
- Freiwilliger Ladenkoordinator/Freiwilligenmanager/ Ladenkoordinationsteam.

6.4 Gute Praxis und Verbesserungen bei der Personalbeschaffung

Die Organisationen der Fair-Trade-Partner haben darüber nachgedacht, was sie für bewährte Vorgehensweisen im Rekrutierungsprozess halten und was im Prozess verbessert werden kann.

Italien: Altromercato

Für zwei der Organisationen innerhalb von Altromercato gibt es bewährte Vorgehensweisen: Ex Aequo und La Bottega Solidale.

Gute Praktiken:

So gewinnen Sie Freiwillige:

- **Indirekte digitale Tools:** Social-Media-Kampagnen, die sogenannte „Fake News“:
 - Entlarven Sie Mythen über Freiwillige in Fair - Trade - Organisationen. Jeder kann sich freiwillig engagieren.
 - Verschiedene Aufgaben anzeigen.
 - Ironischer Ton
 - Inklusion durch geschlechtslose Begriffe.
- **Direkte nicht-digitale Tools:** Sprechen Sie bei jedem Meeting, ob öffentlich oder in der Schule, über die Organisationen und ihre Arbeit.

Dinge, die verbessert werden müssen:

- **Indirekte digitale Tools:** Social-Media-Kampagnen: technische Qualität und Verbreitung der Kampagnen.
- Der Bedarf an Verfahren, die den Organisationen insbesondere in der ersten Phase helfen; die Anziehungskraft neuer Freiwilliger.

Belgien: Oxfam – Magasins du Monde

Gute Praktiken:

- Ein Flyer/kleiner Text an der Tür, zum Beispiel mit der Aufschrift „Der Laden ist heute geschlossen, weil es an Freiwilligen mangelt...“ oder „Wir brauchen einen ehrenamtlichen Buchhalter...“ (hat je nach Funktion funktioniert)
- Boosts auf Facebook (bezahlte Beiträge)
- Formular zum Ausfüllen auf unserer Website.
- Informelle Zusammenarbeit mit anderen gemeinnützigen Organisationen.
- Schilder auf der Straße (z. B. für Restaurants)
- Die Entdeckungsveranstaltungen zur Sortierung von Second-Hand-Kleidung brachten unterschiedliche Menschen zusammen und viele von ihnen wollten wieder zurückkommen.

- Informelle Mundpropaganda durch aktuelle Freiwillige
- Einige Aktionen/Stände, die ehrenamtliches Engagement bei Veranstaltungen präsentieren (wie etwa das jährliche lokale Oxfam-Frühstück)

Dinge, die verbessert werden müssen:

- Informationsveranstaltung: sehr wenige Teilnehmer, möglicherweise weil die Werbeaktion zeitgleich mit der Werbung für eine große Veranstaltung von OMM stattfand.
- Aktionen, bei denen ehrenamtliche Mitarbeit bei großen (Musik-)Festivals gezeigt wird.

Gemischte Resultate

- Beiträge auf Plattformen, die sich der Rekrutierung von Freiwilligen widmen: Funktioniert nicht immer, hängt vom Angebot ab.

Spanien: Fundació Oxfam Intermón

Gute Praktiken:

- Die Einbeziehung neuer Kanäle zur Verbreitung von Angeboten an Freiwillige, wie etwa soziale Medien, mit spezifischen Kampagnen.
- Hacesfalta.com, diese Online-Plattform verfügt über einen kostenpflichtigen Bereich, in dem Sie gezielte Newsletter an die Datenbank von Personen senden können, die sich für den Dritten Sektor interessieren.
- Prozess zur Gewinnung von Freiwilligen: Führen Sie eine erste Sichtung der Kandidaten durch, um sicherzustellen, dass sie wissen, was Freiwilligenarbeit bei uns bedeutet. Diese Vorgehensweise macht den Prozess sowohl für die Freiwilligen als auch für die Organisation effizienter.
- Die Figur der ehrenamtlichen HR ManagerInnen.
 - Direkter Kontakt mit ehrenamtlichen Helfern mit gleicher Funktion in den verschiedenen Geschäften/Städten.

Dinge, die verbessert werden müssen:

- Instrumente und Kriterien zur Nachbetreuung der Freiwilligen.

7. WILLKOMMENHEISSEN DER FREIWillIGEN (A9)

Ziel dieses Abschnitts ist es, die verschiedenen Bedingungen und Merkmale zu untersuchen, die Fair-Trade-Realitäten gewährleisten müssen, um die Freiwilligenarbeit willkommen zu heißen, zu verwalten und zu verbessern. Der Bau einladender Umgebungen ist keine leichte Aufgabe, er erfordert Zeit, Fähigkeiten und einen klaren Plan. Dieser Bericht untersucht die unterschiedlichen Ansätze der Fair-Trade-Partnerorganisationen in Spanien, Belgien und Italien. Die Daten wurden durch einen Fragebogen an nationale Fair-Trade-Manager in den drei Ländern erhoben. Auch in Italien, wo jedes Geschäft nach einem anderen Modell arbeitet, waren nur wenige Freiwillige an der Umfrage beteiligt. Anschließend wurden alle gesammelten Daten online (12.12.2022) und persönlich während des Treffens in Rom (18.01.2023) besprochen.

Dieser Bericht stellt einen ersten Schritt bei der Schaffung von Willkommensorganisationen dar. Das Thema wurde ausgehend von den folgenden Kernpunkten angegangen:

- Definition einer einladenden Organisation
- Verfahren
- Beteiligte Personen
- Veranstaltungen
- Ausbildung
- Unterstützung/Tutoring am Arbeitsplatz
- Freiwilligenvereinbarung/Einführung von Verantwortung
- Antidiskriminierungspolitik
- Wertschätzung der Freiwilligen
- Gründe für den Studienabbruch
- Überwachungstools

7.1 Die einladende Organisation

Die erste Frage, die wir behandelten, betraf die Bedingungen und Merkmale, die Fair-Trade-Unternehmen gewährleisten müssen, um:

**begrüßen, verwalten und
verbessern
der Erfahrung der Freiwilligenarbeit**

Dies sind auch Schlüsselwörter und methodische Ansätze. Die Freiwilligenerfahrung steht im Mittelpunkt der Arbeit und um diese zu verbessern, ist es wichtig, an der Aufnahme, Verwaltung und Entwicklung von Werkzeugen und Diensten für Freiwillige zu arbeiten. Ziel ist es, einladende Umgebungen zu schaffen, in denen die Fähigkeiten neuer Freiwilliger für den Fair-Trade-Sektor und den dritten Sektor im Allgemeinen aufgewertet werden können.

Um mit der Gestaltung der Schlüsselmerkmale einer einladenden Organisation zu beginnen, sollten wir uns auf drei Elemente konzentrieren:

- 1) **PROZESS:** Willkommen heißen ist ein fortlaufender Prozess
- 2) **KOMMUNIKATION:** Aufgaben und Erwartungen klar formulieren
- 3) **ZUHÖREN:** Eine einladende Organisation sollte **die Fähigkeiten, Wünsche und Verfügbarkeit** der Freiwilligen berücksichtigen

Der Begrüßungsprozess beginnt mit dem „**ersten Kontakt**“. Dies ist wichtig, damit die Freiwilligen ihren Platz in der Organisation finden und das Gefühl haben, dass ihr Beitrag geschätzt und gewürdigt wird. Jede Organisation hat ein anderes Verfahren, aber die Schlüsselemente sind:

- 1) **Kennenlernen der Freiwilligen**
- 2) **den Freiwilligen die Organisation und ihre Rolle näherbringen**

Weitere wichtige Elemente sind:

- **Herzlicher Empfang:** Laden Sie den neuen Freiwilligen ein, an den Treffen, den WhatsApp-Gruppen und anderen informellen Zusammenkünften wie Geburtstagsfeiern usw. teilzunehmen.
- **Willkommenspaket:** grundlegende Informationen zur Ausbildung, zur logistischen Unterstützung und zu den rechtlichen Bedingungen für eine Freiwilligentätigkeit.
- **Treffen in der Mitte:** Die Möglichkeiten der Freiwilligenarbeit an die Freiwilligen anpassen können (Prinzip der offenen Türen).

Werkzeuge

Die wichtigsten und wirksamsten **Instrumente/Maßnahmen**, die die Organisationen zur Unterstützung von Freiwilligen eingeführt haben, sind:

- Herzlicher Empfang
- Unterrichten
- Ausbildung
- Anerkennung/ Aufwertung
- Rückmeldung
- Eigener Bereich online

Der Auswahl- und Matching-Prozess

„Man bekommt nie eine zweite Chance, einen ersten Eindruck zu hinterlassen.“

*Eine gute Übereinstimmung zwischen den Fähigkeiten und Erwartungen der Freiwilligen und den Anforderungen des Projekts ist der wichtigste Schlüssel für eine erfolgreiche Freiwilligentätigkeit. Dies erfordert nicht nur ein klares Bewusstsein und eine klare Kommunikation darüber, welche Fähigkeiten benötigt werden, sondern auch einen intensiven Auswahlprozess, um herauszufinden, ob Freiwillige und Projekt zusammenpassen. Oftmals erfordern Freiwilligeneinsätze spezielle Aufgaben wie z. B. Lehrtätigkeiten, die eine besondere Ausbildung und Qualifikation erfordern. Es ist die Pflicht der Agenturen, entweder **nur Kandidaten auszuwählen, die Fähigkeiten und Qualifikationen mitbringen**, oder ihnen die notwendige Ausbildung zukommen zu lassen.*

*Dazu ist eine **individuelle Tätigkeitsbeschreibung** erforderlich, in der die Erwartungen an das Projekt dargelegt sind und die auch dem Bewerber zur Verfügung stehen sollte.*

*Die verantwortlichen Agenturen sollten zumindest ein grundlegendes **Auswahlverfahren** durchführen, das auch den persönlichen Kontakt mit den Bewerbern einschließt.*

Aus dem Projekt [Responsible Volunteering project](#)

Dieser Text stellt ein Beispiel dar, das unterstreicht, wie wichtig es ist, eine klare Vorstellung davon zu haben, was die Freiwilligen tun müssen, aber gleichzeitig muss das Prinzip der offenen Türen gewährleistet sein: Jeder ist jederzeit willkommen, es geht nur darum, das Beste zu finden Aufgabe für alle. Das Gleichgewicht zwischen Inklusivität und Effizienz ist eine der größten Herausforderungen der Volunteering-Management-Theorie.

Auswahl

Hier in den Boxen stellen wir zwei Beispiele für Auswahlverfahren in Spanien und Belgien vor. In Italien war dies nicht möglich, da jedes Geschäft/jeder Verein ein anderes Verfahren und eine andere Methodik hat.

Belgien

Begrüßungsmaßnahmen: **Dieser Prozess dauert 3 Monate.**

Der Prozess der Aufnahme neuer Freiwilliger wird in ihrem Begrüßungsprozess (für Freiwilligenteams) beschrieben. Allerdings passt jedes Team diesen Prozess an, je nachdem, was für sie am besten geeignet ist.

Die gängigste Art, einen neuen Freiwilligen willkommen zu heißen, ist die folgende:

Ein Freiwilliger des Teams nimmt Kontakt auf, um ein erstes Treffen mit dem Kandidaten zu organisieren.

Nach dem ersten Treffen folgt eine **3-monatige Probezeit/Ausbildung im Geschäft.**

Das Team übergibt dem neuen Freiwilligen das **Begrüßungsdokument**. Nach der 3-monatigen Probezeit sind **diese Freiwilligen offiziell "aktive" Freiwillige** im Team.

Spanien

Begrüßungsaktionen: **Dieser Prozess dauert einen Monat.**

Unterstützung beim Zugang zum Online-Freiwilligenformular und beim Ausfüllen desselben

Reaccionamos-Plattform, die alle für die Durchführung der Freiwilligenarbeit erforderlichen Unterlagen und Informationen enthält

INSTITUTIONELLE Erstausbildung

Erläuterung der Zusammensetzung und Funktionsweise des TEAMS

Vorstellung des Teams sowohl virtuell (E-Mail, WhatsApp) als auch persönlich (z. B. bei der nächsten Sitzung, der nächsten Schicht im Geschäft).

Aushändigung des Willkommenspakets „**Freiwilligenarbeit, ein sicherer Raum**“.

Einführungsschulung speziell für die Stelle.

Beteiligte Personen

Wer sind die wichtigsten Personen, die an der Aufnahme neuer Freiwilliger beteiligt sind? Es gibt verschiedene Arten von Profilen, die an der Verwaltung und Unterstützung von Freiwilligen beteiligt sind. In der folgenden Liste berichten wir über die Hauptrollen. Wie auch immer, alle Partner gaben an, dass die wichtigste Beziehung zwischen den Freiwilligen selbst bestehe.

Die anderen Rollen, die von bezahlten Mitarbeitern oder Freiwilligen übernommen werden können, sind:

- HR ManagerIn
- Die technischen Offiziere
- Untergruppe „Freiwilligendynamik“
- Mitarbeiter
- Freiwillige, die der neu angekommenen Person helfen

Spanien

Das Ausbildungsprogramm besteht aus zwei Säulen:

1. Online-Kurs: **Willkommenskurs für neue Freiwillige:**

Über Oxfam

Über Oxfam Intermón. Wichtig, um zu wissen, wer die Organisation ist, was sie tut und wie sie arbeitet.

Über Fair-Trade und die verschiedenen Produkte, die in unseren FT-Shops verkauft werden.

Die Organisationen in den FT-Shops.

Diese Schulung findet auf einer Online-Plattform namens **REACCIONAMOS** statt, wo sie Zugang zu dieser Schulung und anderen Informationen haben, wie z.B. zu den Produzentengruppen, den Produkten, die wir anbieten, und anderen Informationen über die tägliche Arbeit in den FT-Shops.

2. Die Schulung „Im Geschäft“

Wer: Der Schichtpartner

Wie: Es gibt einen Leitfaden, den der Schichtpartner erfüllen muss, um zu erfahren, wie der Laden funktioniert.

Wie lange: einen Monat

Ausbildung

Schulung ist eine Säule in allen Unterstützungsplänen für Freiwilligenarbeit. Hier erklären wir die beiden Beispiele aus Spanien und Belgien.

Belgien

Die Schulung **„Discover Oxfam – Magasins du Monde“** ist für alle neuen Freiwilligen sehr empfehlenswert, da sie die Werte, Aufgaben, Arbeitsweise und die Fair-Trade-Grundsätze von Oxfam – Magasins du Monde erläutert. Jedes Semester gibt es ein neues Schulungsprogramm mit verschiedenen Möglichkeiten für Freiwillige.

Für neue Freiwillige

Oxfam – Magasins du Monde entdecken.

Für Personen, die zur Untergruppe **„Freiwilligendynamik“** gehören:

Es werden verschiedene Schulungen im Zusammenhang mit dem Freiwilligenzyklus organisiert (die vorgeschlagenen Schulungen ändern sich jedes Semester):

- Anwerbung von Freiwilligen.
- Weitergabe von Wissen.
- Begrüßung neuer Freiwilliger
- Beziehungsmanagement
- Gewaltfreie Kommunikation (externe Organisation, die dieses Training leitet).
- Präsentation und Verkauf von Produkten

Weitere Fortbildungsmöglichkeiten werden den Freiwilligen je nach Projekt angeboten. So wurde zum Beispiel im September 2022 der **Climate Fresk** (<https://climatefresk.org>) für Freiwillige und Außenstehende der Oxfam – Magasins du Monde angeboten.

7.2 Ehrenamtliches Engagement anerkennen und wertschätzen

Freiwillige engagieren sich nicht, weil sie eine Belohnung erwarten, aber es ist wichtig, dass Ihre Organisation oder Gruppe die Arbeit der Freiwilligen würdigt und wertschätzt. Die Anerkennung des Beitrags der Freiwilligen zeigt, dass Ihre Organisation oder Gruppe ihren Beitrag und ihr Engagement zu schätzen weiß. Dies kann den Freiwilligen helfen, sich wertgeschätzt und unterstützt zu fühlen. Wenn sich die Freiwilligen wertgeschätzt fühlen, bleiben sie eher bei Ihrer Organisation. Es muss nicht viel kosten, aber es muss regelmäßig und persönlich sein und nicht nur eine kleine Anzahl von Freiwilligen bevorzugen.

Von Volunteering Scotland

Hier einige Tools zur Aufwertung und Neuformulierung der Freiwilligenarbeit:

- **Jahresbericht** über die Freiwilligen.
- Ausstellung einer Bescheinigung über die Tatsache, dass sie ehrenamtlich tätig sind oder waren.
- Wir feiern sie am 5. Dezember
- Einbeziehung in alle Entscheidungsprozesse: Vorstandsmitglieder und Generalversammlungen.
- **ihnen Briefe zu schicken, um ihnen zu danken**
- Rabatte anbieten
- Treffen mit dem CEO
- **Organisation von Treffen auf lokaler und regionaler Ebene**
- Einbeziehung in den Aufbau von Kampagnen.
- **DOC: [Die Anerkennung von Freiwilligen](#) (OMM)**

Sie bleiben, weil

Dies ist eine Liste von Gründen, warum sie sich entscheiden, in der Organisation zu bleiben:

- **Sie glauben** an die Arbeit der Organisation und daran, dass sie mit ihrem Beitrag zu einer gerechteren Welt beitragen.
- Sie haben Freude an ihrer ehrenamtlichen Tätigkeit
- Sie wollen Ungleichheiten bekämpfen.
- Sie sind der Organisation gegenüber loyal.
- Sie wollen einen Einfluss auf ärmere Länder haben.
- Sie fühlen sich nützlich
- Sie möchten auch nach dem Ende ihrer Erwerbstätigkeit aktiv bleiben.
- Sie möchten in einem Team arbeiten, das dieselben sozialen Werte teilt.
- Sie wollen die Welt „verändern“.

- Sie brauchen soziale Kontakte.
- **Sie sind der Meinung, dass sie einen Beitrag** zu einem gerechteren internationalen Handel leisten können
- Sie finden eine **vertraute Umgebung** mit anderen Freiwilligen vor
- Möglicherweise haben sie auch die Möglichkeit, **Menschen zu treffen**, die Teil von Erzeugerorganisationen sind

Sie gehen, weil

- Aus Gründen **der Verfügbarkeit**. Persönlich oder beruflich
- Sie sind zu alt.
- Die ehrenamtliche Tätigkeit ist zu anspruchsvoll.
- Sie haben keine Zeit mehr.
- **Sie glauben nicht** mehr an das Projekt.
- Sie litten unter Konflikten innerhalb des Teams, mit anderen Freiwilligen oder Mitarbeitern der Organisation
- Sie langweilen sich, weil es in manchen Geschäften nur wenige Kunden gibt.
- Aufgrund von Müdigkeit, die oft mit einer sich wiederholenden Routine verbunden ist
- Für andere Verpflichtungen, die es nicht ermöglichen, Zeit für ehrenamtliches Engagement zu garantieren

7.3 Fazit

Diese Forschung ermöglichte es uns, die Struktur und die vielen Werte zu analysieren, die eine Organisation als einladende Organisation definieren. Diese Forschung basiert auf den Erfahrungen der drei nationalen Fair-Trade-Organisationen in Italien, Spanien und Belgien. Anhand der gesammelten Daten können wir sagen, dass die wichtigsten Elemente sind:

1. Kommunikation

2. Ausbildung

3. Wertschätzung

Alle Partner sind sich einig, dass diese drei Elemente ein Schlüsselfaktor für eine inklusive und einladende Organisation sind. Allerdings sind die Instrumente und Umsetzungsstrategien unterschiedlich und jeder Partner gibt an, dass es schwierig ist, Freiwillige engagiert und motiviert zu halten.

Ausgehend von den gesammelten Daten und Informationen sollte die Partnerschaft an der Verbesserung der Erfahrung der Freiwilligen arbeiten, Werkzeuge sammeln und den laufenden Prozess überprüfen oder integrieren. Die Forschung unterstreicht, dass Freiwillige stärker in die Gestaltung und Planung von Werkzeugen und Diensten für sie eingebunden werden könnten. Werte als Kernantrieb beibehalten und Dienste und Werkzeuge ausgehend von den Bedürfnissen der Freiwilligen gestalten – das sollte der Weg sein, den wir einschlagen sollten.