

# UNSICHTBARE HELDEN



**Kleine Taten – große Wirkung.**

Typencheck zum Thema Ehrenamt –  
eine Aktion von WestLotto.

## Vorwort.

Liebe Partner von WestLotto,  
unter **www.ehrenamtcheck.de** können Interessierte in Nordrhein-Westfalen nun herausfinden, welcher Ehrenamtstyp sie sind und welche Ehrenämter und Organisationen zu ihnen passen. Dieses Tool haben wir für Sie als Träger von ehrenamtlichen Strukturen entwickelt. Es kostet nichts, ist werbefrei und soll vor allem eines: erreichen, dass Menschen in NRW sich mit dem Ehrenamt – besonders in Ihren Organisationen – auseinandersetzen.

Auf den folgenden Seiten möchten wir Ihnen unseren Ehrenamts-Typencheck näher bringen. Dabei stellen wir Ihnen unsere „Heldentypen“ vor und informieren Sie darüber, warum und wie das Tool konzipiert und umgesetzt wurde.

Danach müssen Sie den Link zum Ehrenamtcheck nur noch einsetzen.

Herzliche Grüße



**Andreas Kötter**



**Christiane Jansen**

Geschäftsführung WestLotto

## Ehrenamt in **Nordrhein-Westfalen.**

Das Ehrenamt nimmt in unserer Gesellschaft eine zentrale Rolle ein und bildet eine der wichtigsten Säulen des Miteinanders und der gegenseitigen Verantwortung. Das Engagement vieler Menschen macht eine solidarische Gesellschaft überhaupt erst möglich. Laut einer Umfrage der Bundesregierung betätigen sich aktuell bereits 30 Millionen Menschen in

Deutschland ehrenamtlich. Es wird jedoch immer herausfordernder junge Menschen für die Übernahme eines Ehrenamtes zu gewinnen. Daher möchte WestLotto Sie dabei unterstützen, das Thema in die öffentliche Diskussion zu bringen und jungen Menschen bei der Suche nach einer ehrenamtlichen Tätigkeit eine erste Orientierung geben.

### Das Ziel.

Um die jüngere Bevölkerung zwischen 18 und 45 Jahren in NRW für das Ehrenamt zu sensibilisieren und für ein ehrenamtliches Engagement bei Ihnen zu überzeugen, wurde der Typencheck ins Leben gerufen:



**Unsichtbare Helden.  
Kleine Taten – große Wirkung.**

### Die Idee.

Mittels eines Typenchecks sollen vor allem die Menschen, die aktuell noch nicht ehrenamtlich aktiv sind, durch die Beantwortung weniger Fragen herausfinden, welcher Ehrenamtstyp sie sind und welche Tätigkeitsfelder zu ihnen passen. So wird das Interesse für das Thema erhöht. Im besten Fall werden auf diesem Weg neue Ehrenamtliche gewonnen. Durch die Verknüpfung mit Ihrer Organisation werden Interessierte direkt auf Ihre Webseite weitergeleitet und können mit dem zuständigen Ansprechpartner Kontakt aufnehmen.

## Die Ansprache.

Um die Zielgruppe dort zu erreichen, wo sie einen Großteil ihrer Zeit verbringt, werden vor allem die sozialen Medien genutzt und die User mit „Du“ angesprochen. Die Helfer werden für eine zielgruppengerechte Bildsprache als "unsichtbare" Helden des Alltags dargestellt. Gezeigt werden die Ehrenamtshelden aber nicht als Helden mit überirdischen Fähigkeiten, sondern als Alltagshelden, die mit kleinen Taten Großes bewirken. Daher werden die Typen als „normale“ Menschen dargestellt, die nur anhand ihres Umhangs und eines Emblems – passend zu ihrer Stärke – erkennbar sind. Bei der Konzeption der Plattform wurde darauf geachtet, dass Teilnehmer beider



Geschlechter angesprochen werden. So wurden die Ehrenamtstypen alle sowohl als männlicher Held als auch als weibliche Heldin entwickelt und die Texte entsprechend angepasst. Oberhalb der Plattform findet sich ein Hinweis darauf, dass aufgrund der besseren Lesbarkeit in einigen Fällen die männliche Form verwendet wird.

## Die Typen.

Um eine möglichst breite Zielgruppe mit verschiedenen Persönlichkeiten und Eigenschaften mit dem Ergebnis anzusprechen, wurden zunächst **sieben** verschiedene Ehrenamtstypen definiert, die die Grundlage des Typenchecks bilden. Jeder Heldenotyp erhielt einen passenden Heldenamen. Im Folgenden werden beispielhaft abwech-

selnd ein männlicher und ein weiblicher Typ vorgestellt.

Die Gestaltung und das Wording sind besonders auf die anvisierte jüngere Zielgruppe (18-45-Jährige) ausgerichtet. Daher wurden realistische Comicfiguren mit einem auffallend bunten und farblich abgestimmten Hintergrund erstellt.

### Folgende Typen wurden definiert:



## Die Allrounderin – Miss Flexibility

Du liebst die Abwechslung – Routine findest du langweilig. Langfristig an eine bestimmte Aufgabe binden ist nicht unbedingt dein Ding – wer weiß, wo du morgen bist? Du übernimmst lieber flexibel verschiedene Aufgaben, egal wo und wann sie anfallen. So kannst du deine Stärken am besten einbringen. Du interessierst dich für viele Tätigkeiten und bist sehr anpassungs- und lernfähig. Deine Freunde schätzen dich für deine Spontantität – du bist für fast jeden Spaß zu haben. Das zeichnet dich als Allrounderin aus.





## Die Organisatorin – Miss Masterplan

Du liebst To-Do-Listen, denn du bist ein Organisationstalent und hältst alles aus dem Hintergrund zusammen. Manchmal arbeitest du auch gerne alleine, denn dann kannst du dich am besten konzentrieren und nach deinen Vorstellungen Struktur reinbringen. Man kann sich immer auf dich verlassen und genau das schätzen deine Freunde besonders an dir. Probleme gibt's bei dir nicht, sondern nur Herausforderungen, die mit einem ausgetüftelten Lösungsweg schnell aus dem Weg geräumt werden.

## Der Soziale – Mister Sunshine

Alleine zu Hause auf dem Sofa sitzen? Das ist überhaupt nichts für dich! Du liebst die Gesellschaft anderer Menschen und knüpfst schnell neue Kontakte. Mit deiner Offenheit und deiner sozialen Ader bringst du dich gerne in die Gemeinschaft ein. Für dich ist es selbstverständlich, Menschen zu helfen, denen es vielleicht gerade nicht so gut geht - dabei blühst du auf. Für die Geschichten und Probleme anderer Menschen hast du immer ein offenes Ohr. Der Dank und das Gefühl, etwas Gutes getan zu haben, sind für dich der beste Lohn.



## Die Expertin – Dr. Knowledge

Wenn du dich für ein Thema interessierst, bist du direkt Feuer und Flamme. Du eignest dir Hintergrundwissen und Fachexpertise an, wenn nötig auch im Selbststudium, denn es ist dir ein Anliegen, deine Aufgabe auch richtig zu machen. Ständige Weiterbildung im Job und in der Freizeit sind dir wichtig – die Grenzen zwischen Job und Privatleben können auch mal fließend sein. Dir gefällt es, Experte für ein Thema zu sein und als solcher auch im Familien- und Freundeskreis zu Rate gezogen zu werden.

## Der Macher – Captain Active

Du bist da, wenn man dich braucht: Im Freundeskreis bist du oft der „Retter in der Not“. Deine eigenen Bedürfnisse stellst du dafür auch gerne hinten an, denn dir macht es Freude, anderen Menschen zu helfen und Dinge erledigt zu haben. Du siehst die Arbeit und packst direkt tatkräftig mit an statt lange zu fackeln. Dabei übernimmst du auch gerne Verantwortung.



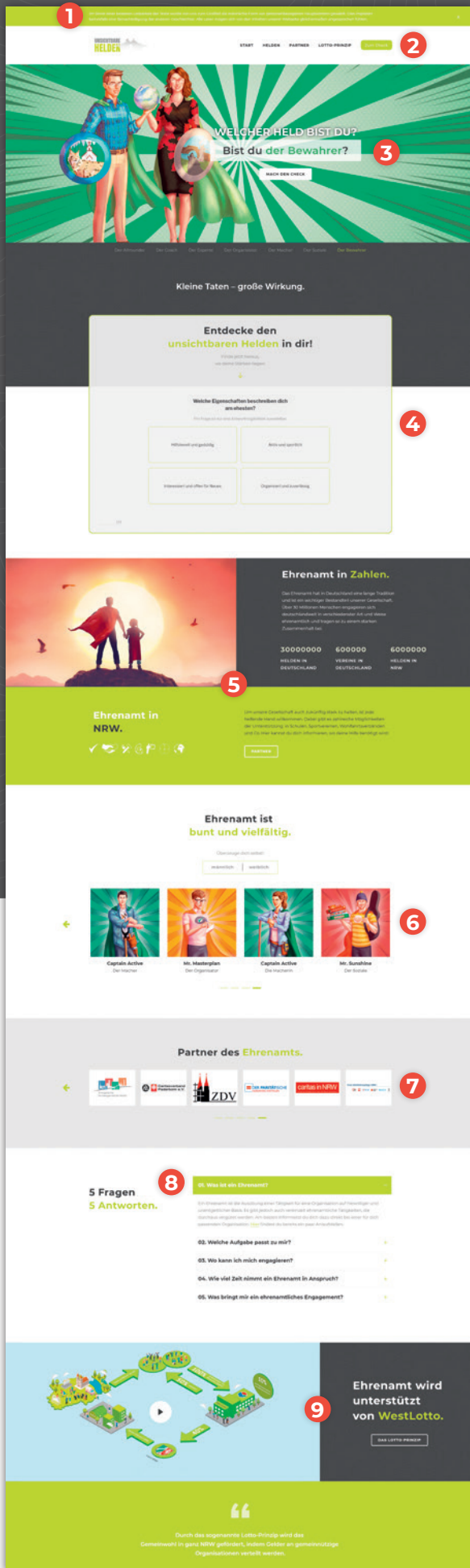
## Die Bewahrerin – Lady Protection

Von Konzerten, in Museen oder historischen Gebäuden fühlst du dich inspiriert, in der Natur kannst du deine Energie wieder aufladen. Deine Faszination für die Welt in ihrer Vielfalt versuchst du anderen zu vermitteln, denn nur wenn jeder seinen Teil beiträgt, kann eine lebenswerte Welt für alle geschaffen und bewahrt werden.

## Der Coach – CoachX

Du bist Coach durch und durch – ob beim Sport oder im Alltag, du hast immer eine Idee, wie etwas noch besser laufen kann. Du entdeckst auch versteckte Potenziale in Menschen, gibst deine Erfahrungen gerne weiter und hilfst anderen dabei, über sich selbst hinauszuwachsen. Dabei legst du großen Wert auf Gerechtigkeit und stellst deine Leistung selten in den Vordergrund. Das Team und der Spaß an der Sache stehen für dich an erster Stelle.





# Die Plattform.

Der Check ist Hauptbestandteil einer Webseite, die unter folgender URL aufrufbar ist:

[www.ehrenamtcheck.de](http://www.ehrenamtcheck.de)

Um Verwirrung mit dem Wort „Scheck“ in Kombination mit Ehrenamt zu vermeiden und so falsche Erwartungen zu wecken sowie zudem eine bessere Auffindbarkeit zu garantieren, haben wir in der url bewusst eine grammatikalische Ungenauigkeit in Kauf genommen und uns gegen „ehrenamtscheck“ entschieden.

Neben dem Typencheck bietet die Plattform weitere interessante Informationen rund um das Thema Ehrenamt. Außerdem werden die sieben Typen sowie Sie und die anderen gesellschaftlichen Träger mit einer kurzen Beschreibung und ausführlichen Kontaktdaten vorgestellt, sodass Interessierte jederzeit die Möglichkeit haben, mit Ihnen in Kontakt zu treten.

## Anmerkungen zu den Elementen der Plattform:

- 1 Hinweistext zur Gleichberechtigung zur besseren Lesbarkeit über der Menüleiste
- 2 Verknappte Menüleiste zeigt die wichtigsten Punkte auf einen Blick
- 3 Bilderslider zeigt sieben verschiedene Helden jeweils in männlich und weiblich
- 4 Typencheck als Kernelement direkt unter dem Headerslider
- 5 Allgemeine Infotexte zum Ehrenamt
- 6 Bilderslider der Typen (filterbar nach Geschlecht)
- 7 Vorstellung der Destinatäre (Logos mit Verlinkung auf Detailseite mit Kontaktdaten)
- 8 FAQ mit Verlinkung zur Partnerseite und dem Typencheck
- 9 Lotto-Prinzip

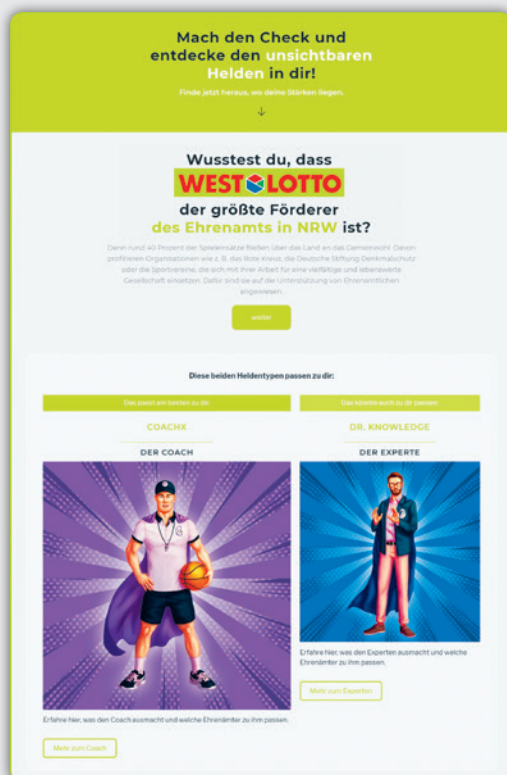


# Der Typencheck.

In dem Check werden zehn Fragen gestellt. Der Teilnehmer kann bei den zehn Fragen immer zwischen vier Auswahlmöglichkeiten wählen. Zuletzt muss der Teilnehmer sein Geschlecht angeben, um den passenden Heldentypen in männlich oder weiblich angezeigt zu bekommen.

## Folgende Fragen sollen zur genaueren Typbestimmung dienen:

01. Welche Eigenschaften beschreiben dich am ehesten?
02. Was schätzen deine Freunde am meisten an dir?
03. Wie möchtest du dich als Ehrenamtler am liebsten einbringen?
04. Wenn im Team eine Veranstaltung auf die Beine gestellt werden soll, welche Aufgabe übernimmst du?
05. Warum möchtest du dich ehrenamtlich engagieren?
06. In welcher Umgebung kannst du am besten entspannen?
07. Kannst du dir vorstellen, in deiner ehrenamtlichen Tätigkeit Verantwortung zu übernehmen und evtl. sogar später eine leitende Position zu besetzen?
08. Wie viel Zeit kannst oder möchtest du für eine ehrenamtliche Tätigkeit aufbringen?
09. Wie verbringst du deine Freizeit am liebsten?
10. Zwischen deinen Freunden entsteht ein Streit, der zu eskalieren droht. Was machst du?



## Die Ergebnisse.

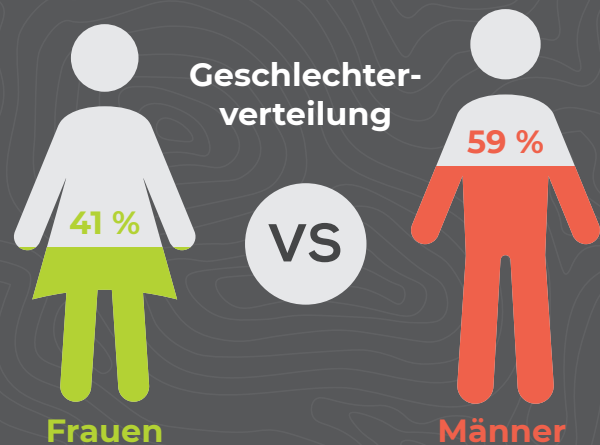
Die Fragen sind so gestaltet, dass sie zur klaren Unterscheidung der verschiedenen Typen dienen. Der Teilnehmer bekommt vier Antwortmöglichkeiten. Im Zweifelsfall soll das Bauchgefühl entscheiden. Daher kann auch nur eine Antwortmöglichkeit pro Frage ausgewählt werden. Hat der Quizteilnehmer alle Fragen beantwortet, werden ihm zwei passende Heldentypen gezeigt: Zuerst wird der Typ gezeigt, der am besten zu den gegebenen Antworten passt und danach etwas kleiner ein weiterer Typ, der auch passen würde, so dass sich mehr Teilnehmer mit ihrem Ergebnis identifizieren können. Klickt der User auf den Button „Mehr zum ...“, so erhält er die Persönlichkeitsbeschreibung „seines“ Helden sowie passende Aufgabenbereiche zu dem Typ. An dieser Stelle wird auch auf die Organisationen verwiesen, die diese oder ähnliche ehrenamtlichen Tätigkeiten anbieten.

# Der Zielgruppentest.

Um Feedback der Zielgruppe in Bezug auf das Projekt zu erhalten, wurden in einer Befragung reale Testpersonen nach ihrer Meinung zu dem Check befragt. Der Test sollte sicherstellen, dass die Fragen allgemein verständlich sind sowie dass das Design als ansprechend und das Ergebnis als hilfreich empfunden wird.

## Das Ergebnis.

Am 28.11.18 wurde an zwei Standorten eine Befragung durchgeführt: zum einen an der Universität zu Aachen (RWTH) und zum anderen am Hauptbahnhof in Aachen. Im Folgenden finden Sie die wichtigsten Daten grafisch aufbereitet. Die Antwortmöglichkeiten wurden im Nachgang bearbeitet und gekürzt, um speziell die Ansicht auf den mobilen Endgeräten (Tablet und Smartphone) zu optimieren.



## Im Helden wiedererkannt







### Gestaltung

**56 %**  
Gut



**9 %**  
Nicht so gelungen

**35 %**  
Sehr gut

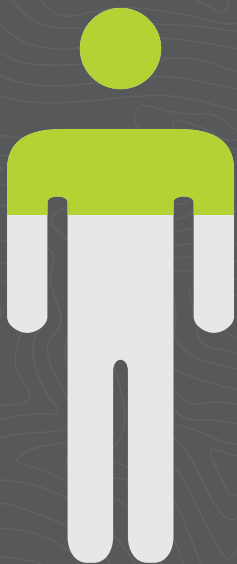


### Quiz informativ/hilfreich?

**65 %**  
ja

**35 %**  
zum Teil

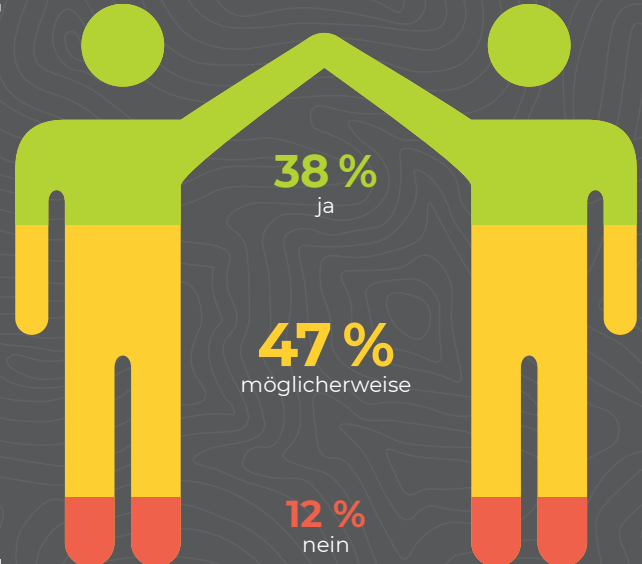
### Aktuelles Ehrenamt



**37 %**  
sind aktuell  
ehrenamtlich tätig

**63 %**  
üben kein  
Ehrenamt aus

### Zukünftiges Ehrenamt (von jenen, die kein Ehrenamt ausüben)



**38 %**  
ja

**47 %**  
möglicherweise

**12 %**  
nein

### O-Ton einiger Probanden:



Super, dass man durch den Check für das Thema Ehrenamt sensibilisiert wird.



Ich bin selber Coach und habe mich natürlich sofort in meinem Helden wiedergefunden. Das war cool.



Die Helden sehen echt super aus! Toll, dass die so kreativ gestaltet wurden.

# Die Expertin.

Die Typen sowie die Fragen des Checks inklusive Gewichtung wurden vorab in Zusammenarbeit mit der RWTH Aachen und der Sociotechnical Innovation Thinking UG (SIT UG) wissenschaftlich validiert.

Frau Dr. Jacqueline Lemm ist hauptberuflich Lehrstuhl- und Projektmanagerin am Lehrstuhl für Technik- und Organisationssoziologie der RWTH Aachen University und ist in Nebentätigkeit als Geschäftsführerin und Beraterin für die SIT UG tätig.

Sie promovierte thematisch in der Organisationssoziologie. Besonders interessiert sie der Einfluss gesellschaftlicher Megatrends auf Organisationen aus organisations-, architektur- und raumsoziologischer Perspektive.

In ihrer Tätigkeit für die SIT UG berät Frau Dr. Lemm Organisationen für ein neues Organisationsdesign, das die Kommunika-



tion am Zahn der Zeit reflektiert, den Einsatz (neuer) soziotechnischer Systeme berücksichtigt und die Arbeitgeber-Attraktivität sowie die Mitarbeiterzufriedenheit positiv beeinflusst.

## Auszug aus der Bewertung.

„Nach sorgfältiger Prüfung komme ich zu dem positiven Schluss, dass mir eine sehr saubere und gut durchdachte Erarbeitung vorgelegt wurde, die ich gerne so freigebe.

Für mich wirken die 7 diversen Typen des Ehrenamtes schlüssig gewählt und charakterisiert. Positiv zu erwähnen ist neben der sehr bildhaften Beschreibung der Charaktere, die eine hohe Identifikation mit den jeweiligen Typen ermöglichen, die gendergerechte Adressierung.

Die Fragen sind schlüssig aufgebaut, leicht zu beantworten und mit gut verständlichen Beispielen belegt.“

# Die Bewerbung.

Zur Verbreitung des Checks stehen die sozialen Medien (Facebook, Twitter, YouTube und Instagram) im Vordergrund. Dort werden kurze Videoanzeigen geschaltet, die neugierig machen und zur Teilnahme am Check animieren sollen. Zudem weisen Native Ads im redaktionellen Umfeld sowie Artikel bei unseren Medienkooperationen (u.a. Rheinische Post, WAZ oder Ruhrnachrichten) und in

der Kundenzeitschrift GLÜCK (Auflage ca. 400.000) auf den Ehrenamts-Typencheck hin.

Zusätzlich werden die User am Ende des Checks dazu aufgerufen, ihr Ergebnis auf ihren sozialen Kanälen zu teilen. So soll Viralität genutzt werden, um die Zahl der Personen, die sich mit dem Ehrenamt auseinandersetzen, zu erhöhen.

## Wie Sie unterstützen können.

**Ihre Unterstützung bei der Verbreitung des Checks ist unverzichtbar, um möglichst viele Menschen auf das Ehrenamt aufmerksam zu machen. Sie können Folgendes tun:**

- 1.** Machen Sie Ihre Mitglieder auf die Plattform [www.ehrenamtcheck.de](http://www.ehrenamtcheck.de) aufmerksam, z. B. durch einen Hinweis in Ihrem Newsletter oder auf Ihrer Webseite
- 2.** Weisen Sie gerne auf den Social Media-Kanälen auf den Typencheck hin. Sie können dafür unsere Posts teilen, unsere kurzen Kampagnenclips nutzen oder etwas Eigenes posten.
- 3.** Sprechen Sie darüber. Wenn das Thema Ehrenamt aufkommt, weisen Sie gerne auf den Typencheck hin, um mehr Menschen für ein Ehrenamt zu begeistern und auch die Politik auf dieses wichtige Thema aufmerksam zu machen.

**Wir freuen uns über Ihre Mithilfe bei der Verbreitung dieses wichtigen Themas! Schon jetzt vielen Dank dafür!**





**Bei Fragen wenden Sie sich jederzeit gerne an uns.**



**Axel Weber**

Leiter Kommunikation  
Unternehmenssprecher  
02 51 / 70 06-1341  
axel.weber@westlotto.de



**Kristina Sauerstein**

Referentin  
Kommunikation / Public Affairs  
02 51 / 7006-1912  
kristina.sauerstein@westlotto.de

**Eine Aktion im Rahmen des Lotto-Prinzips.**



Herausgeber: WestLotto  
Weseler Straße 108-112, 48151 Münster  
Postfach 88 20, 48047 Münster  
Telefon 02 51/70 06-1341  
Telefax 02 51/70 06-1399  
E-Mail [info@westlotto.de](mailto:info@westlotto.de)  
Internet [www.westlotto.de](http://www.westlotto.de)

Verantwortlich für den Inhalt: Axel Weber

Bildnachweise: WestLotto; Frau Dr. Jacqueline Lemm; Fotolia: Konstantin Yuganov, Mirko, nikolas\_stock, alekseyvanin; Weiss-Intermedia GmbH & Co. KG

Gestaltung: Weiss-Intermedia GmbH & Co. KG