weltwärts community.

Evaluierung

Oktober 2024 - Januar 2026

Gliederung

1. Die Community im Überblick
2. Impact der Community
   2.1. Engagement Förderung
   2.2. Programm Werbung
   2.3. Langfristige Programmwirkung
3. Auswertung der bisherigen Aktivitäten

1. Die Community im Überblick - Highlights

Januar 2025: Offizielles Kick-Off in Köln
Website geht online

Mai 2025: Community Wochenende #3 in Kassel + Community Merch (Shirts) + Website viersprachig

August 2025: Community Fund Beirat startet offiziell + Printmedien für Träger

Nov 2025: 6 Global Ambassadors / Community Wochenende #4 in Rotenburg

Oktober 2024: Projektstart
Nov 2024: Community Wochenende #1 in Köln
Dez 2024: Instagram Launch

März 2025: Community Wochenende #2: Süd-Nord Vernetzung in Berlin

Juli 2025: 4 Regionale Multiplikator*innen in DE, digitale Formate starten

Oktober 2025: neue digitale Formate starten (talks/workshops)

Januar 2026: grenzenlos Community Wochenende in Tansania

1. Die Community im Überblick - Engagement

Die weltwärts Community ist ein aktives Projekt, das von Ehemaligen ehrenamtlich mitgestaltet wird.

Mehr als 20 Ehrenamtliche haben sich in verschiedenen Community Aufgabenbereichen engagiert, darunter Social Media, Organisation von Community-Wochenenden, digitale und regionale Treffen, Mitarbeit bei der Website.

Ehemalige wurden über Informationsangebote der weltwärts Community mit anderen Engagement- und Qualifizierungsangeboten verbunden (z.B. PFIF, Vereine von Ehemaligen, Schulungen BtE).

6 Süd-Nord-Ehemalige bauen als Global Ambassadors die Community in Mittel- und Südamerika, Süd- und Ostafrika & Indien auf.
4 Ehemalige regionale Multiplikator*innen in DE.

1. **Die Community im Überblick - Veranstaltungen**

4 Community Wochenenden (Köln, Berlin, Kassel, Rotenburg)

mit insgesamt mehr als 170 Teilnehmer*innen aus mehr als 20 unterschiedlichen Ländern

20 Online Events

mit mehr als 130 Teilnehmer*innen

1. Die Community im Überblick - Kommunikation

Newsletter:
10 Newsletter verschickt

Instagram:
> 1.000 Follower

Whatsapp Community:
760 Mitglieder

WorldWide Network:
600 Mitglieder

LinkedIn Gruppe:
410 Mitglieder

2. Impact der Community

Engagement-Förderung

Community Wochenenden

Digitale & regionale Treffen

Global Ambassadors & regionale Multiplikator*rinnen

Kooperationsprojekte

Community Fund

Bildung & talks

Programmwerbung

Social Media & Website

Newsletter & Whatsapp Updates

Community Merch

Kooperationen mit Trägern & Partnern

Ehemalige als Repräsentanten auf Messen, Podcasts, Online-Talk

Aufzeigen der Programm-Wirkung

Storytelling über Langzeitwirkung

Aufbau von Gemeinschaft

Ambassadors und Süd-Nord Projekte

Initiativen aus Community

2.1. Impact: Engagement-Förderung

Community Wochenenden → Stärken emotionale Bindung, Motivation und Vernetzung

Kooperations-projekte → Gemeinsames Handeln

Digitale & regionale Treffen → Niedrigschwellige Beteiligung, Einstieg ins Ehrenamt

Community Fund → Ermöglicht eigene Initiativen und Projekte von Süd-Ehemaligen.

Community Ambassadors & Multiplikator*innen → Rollenübernahme, Verantwortung und Empowerment

Bildung: Workshops & talks → Wissenstransfer und Kompetenzaufbau

Outcome: Stärken emotionaler Bindung, Motivation und Vernetzung

COMMUNITY WOCHENENDEN: Feedback zeigt, was Teilnehmende mitnehmen

Gemeinschaft, die bestärkt und verbindet

"friends"

"Just do it. Stay connected with likewise people."

"Offenheit, Gespräche, safe space"

"weltwärts = warmes Gefühl"

"neue Motivation aktiv zu werden"

"Ich fühle mich jetzt weniger allein."

Konkrete Ressourcen und Pläne:

"(Job)Kontakte"

"Neue Projekt-Partnerin, Inspiration für Praktikum und evtl Referent für BtE zu werden"

"Ich hab einen Kontakt geknüpft, mit welchem ich in Zukunft kooperieren möchte. Sie hat ein eigenes Demokratie Projekt und ich möchte einen Film (Image/Doku) über ihre Organisation drehen (ich studiere Film)"

"Informationen für zukünftiges Engagement"

"viel Inspiration für Karriereweg"

"Ideas and partner to projects"

und niedrigschwellige Einstiegsmöglichkeiten:

Valeria ist ehemalige Süd-Nord Freiwillige und lebt in Deutschland. Nach ihrer Teilnahme am Pilot unterstützte sie bereits drei Mal ehrenamtlich die Organisation der Community Wochenenden.

Positiv bewertet: stimme (voll und ganz) zu

Atmosphäre/Ich habe mich wohlgefühlt	Ich konnte Kontakte/ Freundschaften knüpfen	Das WE hat mich motiviert aktiv zu werden/bleiben
97 %	**83 %**	**88 %**

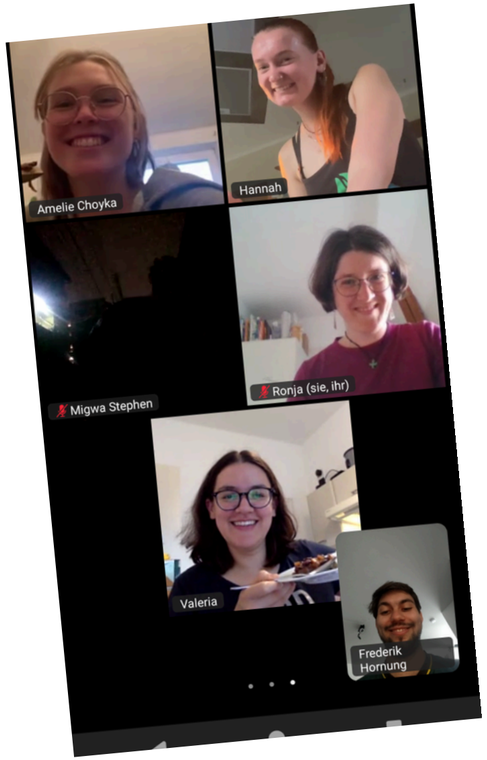
Outcome: Niedrigschwellige Beteiligung / Einstieg ins Engagement

regional.

20 regionale Treffen von ehemaligen Nord-Süd und aktuellen Süd-Nord Freiwilligen und Ehemaligen fanden statt, u.a. in Berlin, Leipzig und Frankfurt. Sie bieten die Möglichkeit, Angebote der Community **unverbindlich kennenzulernen,** ermöglichen erste Kontakte und fördern den Austausch zwischen aktuellen und ehemaligen Freiwilligen.

get-together.

In **vier Online-Sessions** lernten Ehemalige die Angebote der Community kennen und vernetzten sich untereinander. Ein Angebot richtete sich gezielt an frisch zurückgekehrte Freiwillige, die direkt nach dem FWD Anschluss und Begleitung suchten.



Community hangout: Kochabend mit Rezept aus Tansania

hangout.

Von Juli bis Dezember fanden **18 digitale Hangouts** (Koch-, Film- und Spieleabende) statt (3x pro Monat). Die Hangouts wurden von Ehemaligen initiiert oder organisiert und ermöglichten einen Einstieg in die aktive Mitgestaltung der Community. Sie fördern informellen Austausch, internationale Vernetzung und stärken die Eigenverantwortung innerhalb der Community.

care.

Bereits **3 Community Care Sessions** für Südamerika, Afrika und Indien wurden seit November umgesetzt. Das Online-Format richtet sich an zurückgekehrte Süd-Nord-Ehemalige. Moderiert von Ehemaligen selbst – darunter Global Ambassadors – bietet es Raum für Austausch, Unterstützung und Empowerment.

Outcome: Rollenübernahme, Verantwortung und Empowerment

4 regionale Multiplikator*innen in Deutschland (Berlin, NRW, Ost und Nord) sind gut vernetzt, erfahren und organisieren eigenständig regionale Aktivitäten für Ehemalige und aktuelle Freiwillige. Unter den 20 bisherigen regionalen Treffen in 2025 fanden u.a. eines in Leipzig in Kooperation mit der Stadt Leipzig und Engagement Global statt. Weitere regionale Treffen, z.B. in Göttingen,und Berlin werden von Ehrenamtlichen organisiert.

6 Global Ambassadors vertreten die Regionen Südamerika (2×), Indien, Ostafrika, Südafrika und Zentralamerika. Sie haben ihre Tätigkeit im November aufgenommen und werden zukünftig regionale und Online-Treffen für Ehemalige aus ihren Regionen organisieren. Damit möchten wir regionale Perspektiven systematisch einbinden, Machtungleichgewichte reduzierten.

Charity

- **Absolvierte 2018/19 ihr weltwärts-Jahr in Berlin und ist Global Ambassador für Ostafrika.**
- **Nimmt am Community-Wochenende in Arusha 2026 teil, um den Community-Aufbau in der Region weiter voranzutreiben.**

21 weitere Ehemalige haben den Community-Aufbau bisher ehrenamtlich unterstützt, u.a. in den Bereichen:

- Social Media
- Organisation von Community-Wochenenden
- Übersetzung und Redaktion von Texten für die Website
- Aufbau der Community im Globalen Süden
- Filmen/ Fotos

Outcome: Eigene Projekte und Initiativen von Süd-Nord-Ehemaligen

community fund
by grenzenlos e.V.

Die Initiative von grenzenlos e.V. ist eng mit der weltwärts Community verknüpft und möchte Projekte, Weiterbildungen und Community-Wochenenden für Ehemalige außerhalb Deutschlands fördern und damit Ungleichheiten nach weltwärts abbauen.

Ein 6-köpfiger Projektbeirat aus 6 verschiedenen Ländern (Ehemalige und Mitarbeiterin in Partnerorganisation unterstützt den Community Fund und wird bei Entscheidungen einbezogen.

6 Anträge von Süd-Nord Ehemaligen werden aktuell bearbeitet, u.a. durch Identifikation von passenden Stiftungen, Überarbeitung der Idee und Antragstellung.

Erste Erfolge:

- bewilligter Programmbegleit-maßnahmen-Antrag für ein Community-Wochenende in Ostafrika
- ab März 2026: Förderung eines Kunstprojekts eines Ehemaligen in Sambia durch Stiftungsgeld
- 13 Community-Mitgliedschaften (12/60/120 Euro jährlich)
- 20 verkaufte T-Shirts (Einnahmen gehen an die Projektförderungen des Funds)

Max (N-S-Ehemaliger) ist **Projektbuddy** von Neria (S-N-Ehemalige aus Sambia) und unterstützt sie seit August 2025 bei der Ausarbeitung ihrer Projektidee und Antragstellung.

Yuna war gerade mit ihrem weltwärts Freiwilligendienst fertig. Sie suchte nach einer Möglichkeit, sich zu engagieren - und stieg als **Beiratsmitglied des Community Funds** ein, um mehr Gerechtigkeit für Süd-Nord Ehemalige zu schaffen.

Outcome: Gemeinsames Handeln

mit weltwärts Organisationen

Für ein Community-Wochenende von Süd-Nord-Ehemaligen in Arusha, Tansania arbeitet grenzenlos mit IB Kassel, Jekma, Uvikiuta (beide Tansania) und CIVS (Kenia) zusammen. Die Finanzierung erfolgt über eine Programmbegleitmaßnahme sowie Eigen- und Mitmittel von grenzenlos und IB Kassel.
Ziele: Vernetzung der Ehemaligen (z.B. Kontakte, gemeinsame Projekte), Stärkung der Partnerorganisationen (Kapazitäten, Zusammenarbeit), Einbindung von Ehemaligen als Ehrenamtliche.

Weitere (geplante) Kooperationen:

Innerhalb Deutschlands und digital - u.a. mit VNB Hannover für ein Community-Wochenende 2026, sowie Community talks (online) und Workshops. Eine weitere Kooperationsmöglichkeit bietet der Veranstaltungskalender und die gemeinsame Bewerbung von Events.

mit Support Trägt

Die Community bestimmte das Design der neuen weltwärts T-Shirts, die von Support trägt (eine Inititiave des Ehemaligen Magnus Meier) vertrieben und über eine gemeinsame begleitende Instagram-Kampagne beworben werden.

mit Vereinen von Ehemaligen

Wir binden ehemalige weltwärts-Freiwillige aktiv in unsere Arbeit ein – unter anderem durch Co-Posts und Storytelling mit aktiven Ehemaligen wie Vereinsgründerin Emily Wilbrand oder Gracielá Bacan. Für 2026 sind zudem gemeinsame Online-Talks geplant, in denen Ehemalige ihre Erfahrungen teilen, z.B. Emily Wilbrand und Woé zon Loo über erfolgreiche Vereinsarbeit.

Outcome: Wissenstransfer und Kompetenzaufbau

talk.

4 Online Community talks
25+ Workshops auf Community-Wochenenden
40+ länger zurückgekehrte Ehemalige in der Wissensweitergabe und im Community-Aufbau beteiligt.

Josi war vor 10 Jahren weltwärts Freiwillige. Heute gibt sie bei Brückenwind e.V. Workshops zu Freiwilligenarbeit. Sie ist über unseren Newsletter auf die Community aufmerksam geworden - und hat uns kontaktiert, um Workshops für Ehemalige anzubieten - wie u.a. einen Online-Talk und einen Workshop auf einem Community Wochenende.

Community Talks und Workshops bieten Ehemaligen die Gelegenheit, sich praxisnah weiterzubilden, Erfahrungen auszutauschen und neue Impulse zu erhalten.

Gleichzeitig bieten sie längerzurückgekehrten Ehemaligen eine Plattform, ihre Kompetenzen und Erfahrungen einzubringen und weiterzugeben.

2.2. Impact: Programm Werbung

Social Media & Website → Sichtbarkeit bei jungen Zielgruppen, Credibility

Community Merch → Identifikation & Sichtbarkeit

Newsletter & WhatsApp Updates → Kontinuierliche Präsenz & Informationsfluss

Kooperationen mit Trägern & Partnern → Reichweite und Markenstärkung

Ehemalige als Repräsentanten auf Messen, Podcasts, Online-Talks → Authentische Werbung durch persönliche Geschichten

Outcome: Sichtbarkeit für junge Zielgruppe, Credibility

Instagram:

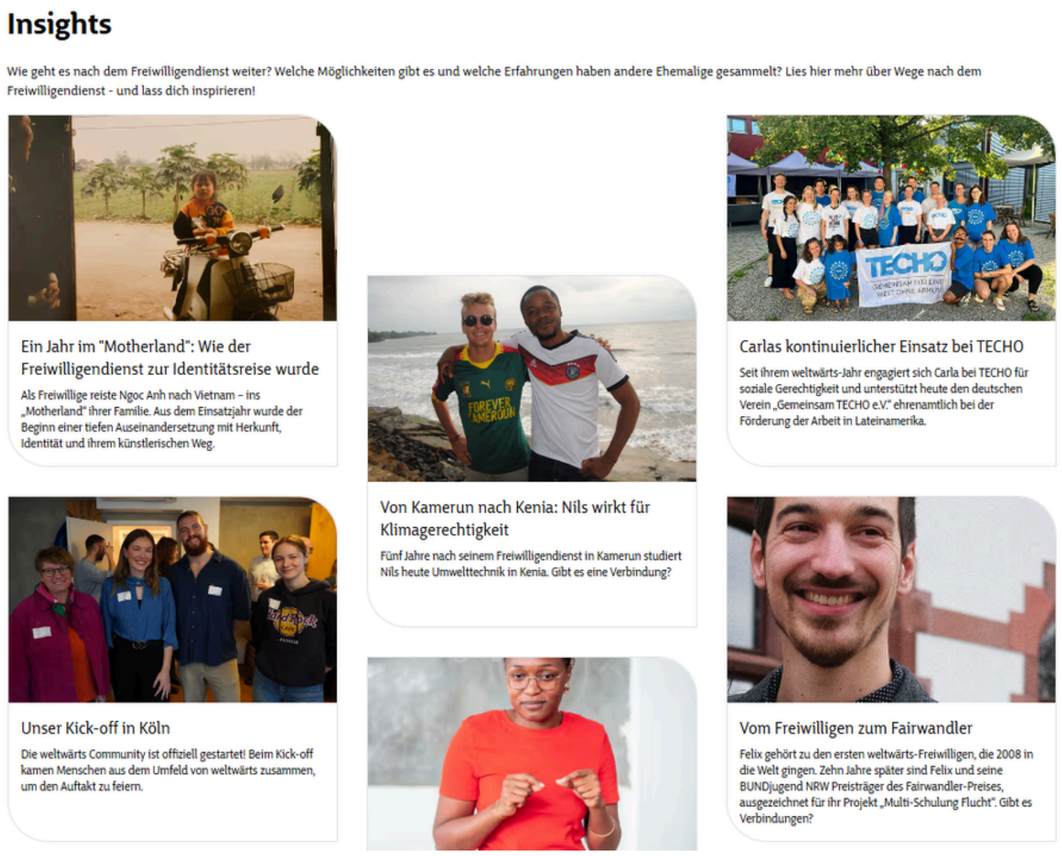
Follower-Zahl ist innerhalb eines Jahres auf über **1000** gewachsen. Posts 2x pro Woche (Beiträge, Reels, Stories). Themen: Engagement nach dem Freiwilligendienst, Bewerbung von Community Wochenenden, hangouts, talks etc. Finanzierungsmöglichkeiten wie PBM oder Action!, Info-Posts und vieles mehr. Zielgruppengerechte Ansprache (auf **deutsch und englisch**) zeigt Wirkung: von ca. 2.000 monatlichen Post Aufrufen (Dez 2024) zu mehr als **20.000 Aufrufen** (Dez 2025). **Interaktionen** der Zielgruppe mit unserem Content haben sich in diesem Zeitraum ebenfalls **verzehnfacht** von 43 bis zu mehr als 400.

LinkedIn Gruppe:

Rebranding und Bespielung der bereits vorhandenen LinkedIn Gruppe. Mitglieder sind von 300 (April 2025) auf **416** (Januar 2026) gestiegen. 10 selektierte Beiträge geteilt (v.A. Mitmach- und Stellenangebote,Veranstaltungen) um die Zielgruppe der **längerzurückgekehrten Ehemaligen anzusprechen und einzubinden**.

Website:

Stories von Ehemaligen zeigen die **nachhaltige Wirkung** des Programms und **inspirieren** andere Ehemalige zum Engagement oder Kollaboration.



Outcome: Kontinuierliche Präsenz & Informationsfluss

Regelmäßige Updates über die Whatsapp Community

Unsere Whatsapp Community ist seit Beginn des Projekts von 40 auf über **800 Mitglieder** gewachsen. Über dieses Medium können Ehemalige weltweit niedrigschwellig erreicht und über Community Angebote informiert werden. Über 20 Untergruppen sind die Community Mitglieder außerdem regional und thematisch miteinander vernetzt.

10 Newsletter verschickt (1x Monat)

Der Großteil der Ehemaligen **(mind. 20.000)** wird monatlich über die Newsletter erreicht. Die gezielte Ansprache von unterschiedlichen Segmenten der Zielgruppe z.B. Süd-Nord/frisch Zurückgekehrte führt zu besonders **hohen Öffnungsraten (bis zu 92%)** & Engagement (Klicks) . Inhalte der Newsletter sind Einladungen zu Veranstaltungen, News & Updates über die Community

Datum	Thema	Zugestellt	Öffnung	Öffnungsrate	Nord/Süd	Süd/Nord
26.03.	April Newsletter: Die Community ist da	41.753	21.073	50,47%	48,69%	65,76%
26.04.	Anmeldung Community Wochenende Mai	41.406	20.949	50,59%	48,67%	65,60%
26.06.	Juli Newsletter: Sommer-Update aus der Communi	41.000	17.520	42,73%	44,28%	61,21%
26.08.	September Newsletter: Spätsommer-Vibes & frisch	40.571	16.511	40,70%	39,52%	48,55%
23.09.	Newsletter für neue Ehemalige	2.479	2.292	92,46%		
01.10.	Oktober Newsletter: Gemeinsam durch den Herbst	42.629	18.560	43,54%	41,69%	57,10%
16.10.	Süd-Nord Newsletter	4.452	2.729	61,30%		
4.11.	November Newsletter	42.088	19.037	45,23%	43,45%	58,04%
28.11.	Dezember Newsletter: Winterzauber in der weltwär	41.715	17.880	42,86%	41,07%	54,12%
31.12.	Januar 2026 Newsletter	42.302	17.060	41,21%	43,05%	57,51%

Outcome: Identifikation & Sichtbarkeit

Community Merch:

In Kooperation mit den **zwei weltwärts Ehemaligen** Lennard Poppe (Design) und Magnus Meier (Support-trägt Shopinhaber) sind zwei T-Shirts im weltwärts Community Design entstanden.

10€ von jedem T-Shirt Kauf fließen direkt als **Spende** in den **Community Fund**, um Projekte von Süd-Nord Ehemaligen zu unterstützen.

Auf den Community Wochenenden und über den Online Shop wurden bisher 20 T-Shirts verkauft.

In Zusammenarbeit mit Magnus und Support Trägt wird **kreative Werbung auf Instagram** geschaltet (Reels), um das T-Shirt und den Zweck dahinter sichtbar zu machen: “Dieses Shirt ist mehr als die Summe seiner Fäden“. Das T-Shirt ist ein Zeichen der Zugehörigkeit einer weltweiten Community und Ausdruck von internationaler Solidarität, verbunden mit dem Ziel von grenzenlos e.V. Community auf- und Ungleichheiten abzubauen. Gleichzeitig wird die nachhaltige Produktion der T-Shirts in Ostafrika unterstützt.

Outcome: Reichweite & Markenstärkung durch Kooperation mit Trägern & Partnern

Repräsentation auf Rückkehrseminaren

Im Sommer 2025 wurden Werbematerialen für die weltwärts Community erstellt (Flyer auf deutsch & englisch; eine Postkarten auf deutsch) und an **116 Träger** zum Auslegen auf den Seminaren und zur weiteren Verwendung verschickt - als auch digital zur Verfügung gestellt. Außerdem haben die Multiplikator*innen die Community auf mehreren Rückkehrseminaren persönlich vorgestellt und erste Kontakte hergestellt.

Geteilter Website Kalender

Über das Worldwide-Network (WWN), die Plattform für Ehemalige & Freiwillige, können Träger, Organisationen, Vereine und Privatpersonen Veranstaltungen teilen, die auf dem Website-Kalender der weltwärts Community gespiegelt werden. Im Jahr 2025 wurden von **30 Trägern mehr also 70 Veranstaltungen** geteilt. Auf Instagram wird die monatliche Kalenderübersicht jeden Monat in einem Post geteilt. Organisationen und Träger werden verlinkt, was für alle Kooperationspartner mehr Sichtbarkeit und Reichweite schafft.

Outcome: Reichweite & Markenstärkung durch Kooperation mit Trägern & Partnern

Austauschrunden & Kommunikation

Mit dem Start der weltwärts Community im Oktober 2024 wurde eine **erste digitale Vorstellungsrunde** durchgeführt, um Träger über Ziele, Angebote und Kooperationsmöglichkeiten zu informieren. Ergänzend wurden digitale Anleitungen (u. a. zur Nutzung des WWN) bereitgestellt. In Zusammenarbeit mit den Qualitätsverbünden konnte so frühzeitig eine strukturierte und verlässliche Kommunikation etabliert werden. Im Jahr 2025 folgten **drei weitere Austauschrunden** – zwei im Rahmen der Offenen Trägertagung sowie ein digitales Treffen. Diese Formate dienten der Klärung offener Fragen, der Abstimmung gemeinsamer Ziele und der Stärkung von Kooperationen. Der wechselseitige Austausch von Social-Media-Inhalten trägt zusätzlich zur Reichweitenerhöhung und Sichtbarkeit der Angebote aller Partner bei.

Co-Posts mit weltwärts

In Kooperation mit dem weltwärts Redaktionsteam werden **monatliche Co-Posts mit einheitlichem, abgestimmtem Design** umgesetzt. Inhaltlich fokussieren sich die Beiträge auf Perspektiven und Engagementmöglichkeiten nach dem Freiwilligendienst und ergänzen damit gezielt den bestehenden weltwärts Content. Durch die Nutzung der hohen Reichweite des weltwärts Hauptaccounts konnte die **Sichtbarkeit der weltwärts Community deutlich gesteigert und eine größere Zahl von Ehemaligen erreicht werden**.

Süd-Nord Tandems über Multiplikator*innen (NEU!)

Aktuellen Süd-Nord-Freiwillige werden mit Nord-Süd-Ehemaligen aus der selben Region vernetzt. Die Tandems bieten **Orientierung, Austausch und Verbindung**, was das Wohlbefinden während des Freiwilligendienstes steigert. Viele Süd-Nord-Freiwillige wünschen sich mehr Kontakt und Freundschaften mit N/S-Ehemaligen. Gleichzeitig fehlt es Entsendeorganisationen oft an lokalen Ehemaligen, da viele nach der Rückkehr wegziehen. Durch ihr **bundesweites Netzwerk ermöglicht die ww-Community regionales Matching** – koordiniert durch die regionale Multiplikatorin Nord. In Kooperation mit dem Deutsch-Tansanischen Partnerschaftsverein konnten bereits **drei neu angekommene Süd-Nord-Freiwillige erfolgreich mit Tandempartnerinnen** in Norddeutschland gematcht werden.

Outcome: Authentische Werbung durch persönliche Geschichten

Ehemalige als Repräsentant*innen auf Messen, Podcasts, Online Talks

Die weltwärts Community ist ein wachsendes Netzwerk von ehemaligen Freiwilligen, deutschlandweit und international. Durch den direkten Kontakt zu Ehemaligen über unterschiedliche Kommunikationskanäle (Instagram, Whatsapp Community, WWN) werden Anfragen für Werbezwecke vereinfacht. Erfolgsbeispiele:

Freddy macht Werbung für weltwärts, am Gymnasium in Hof (Aug, 2025)

»Wenn du dich darauf einlässt, verändert diese Erfahrung deinen Blick auf die Welt und auf dich selbst. Vielleicht fühlst du dich am Anfang fremd, wirst dann aber Teil einer Community, lernst eine andere Sprache, entdeckst eine neue Kultur und findest immer wieder Gemeinsamkeiten. Dabei wirst du eng begleitet und hast immer wieder die Gelegenheit, deine Erlebnisse zu reflektieren – zum Beispiel in Seminaren.«

Amelie im weltwärts Magazin (Dez, 2025)

Nora auf dem Europatag im Anne-Frank Haus, Karlsruhe (Nov, 2025)

Felipe als Interviewer für den weltwärts Podcast auf dem weltwärts Community in Kassel (Mai 2025)

Magnus als Moderator für den weltwärts Podcast (Start Dezember 2025)

2.3. Impact: Programm Wirkung

Storytelling über Langzeitwirkung

Initiativen aus Community

stärkt Partnerschaftlichkeit,
globale Zusammenarbeit, langfristige Beziehungen
zwischen Ehemaligen und Ländern,
vergegenständlicht Wirkung von weltwärts

Ambassadors & Süd-Nord Projekte

Aufbau von Gemeinschaft

Storytelling

Emily hat vor 9 Jahren weltwärts gemacht und hat nach ihrem Freiwilligendienst in Togo einen eigenen Verein Woé zon loo gegründet, der heute bereits eine Viertelmillionen Spenden gesammelt und zahlreiche Preise gewonnen hat - u.a. von startsocial, Studienstiftung. Ihre Verbindung zu Togo besteht bis heute.

Woé zon loo e.V.
ZUHAUSE IN TOGO

nach innen

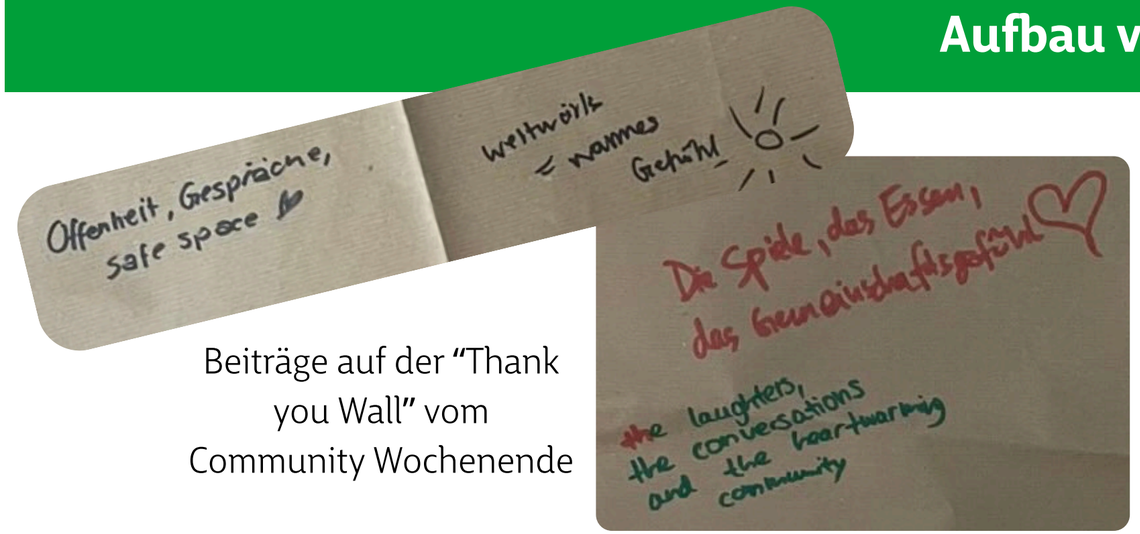
wirkt

nach außen

- Unterstützung der erfolgreichen Weiterführung des Engagements durch Werbung
- Inspiration für andere Ehemalige
- Aufzeigen, dass langfristige Verbindung funktioniert
- Möglichkeit für Kooperationen

- langfristige Wirkung des Programms wird sichtbar
- positive Geschichten fördern Attraktivität
- Kooperationen und weiterführendes Engagement unter Ehemaligen

Aufbau von Gemeinschaft



Beiträge auf der “Thank you Wall” vom Community Wochenende

nach innen

- kreiert oder revitalisiert Verbindungen untereinander und zum Programm
- schafft Raum, Motivation, Gelegenheit und Hoffnung für gesellschaftliches Engagement
- zeigt ehrliches Interesse des Programms an einem guten “Auffangen” des FWD
- fördert somit persönliche Weiterempfehlung

wirkt

nach außen

- weltwärts zeigt, dass Werte wie Kollaboration und gemeinsame Verantwortung über den FWD hinaus relevant sind
- geht mit gutem Beispiel voran, Wirkung holistisch und langfristig zu denken
- zeigt Offenheit für Weiterentwicklung und Innovation als Reaktion auf aktuelle Bedarfe
- steigert Attraktivität für Interessent*innen

Ambassadors und Süd-Nord Projekte

wirkt

nach innen

- Integration vieler bisher unerreichter Ehemaliger
- Nutzung der Wirkungspotenziale der Community im Globalen Süden
- Entstehung wertgeschätzter globaler Verbindungen
- Unterstützung von internationalen Projekten und Initiativen
- trägt zum Charakter der solidarischen Community bei

nach außen

- zeigt Relevanz globaler Partnerschaftlichkeit für weltwärts über Dienstformat hinaus
- stärkt damit Credibility
- addressiert Schwachstellen, die bisher nicht ausgeglichen werden konnten
- zeigt konkrete Beispiele wie Engagement global wirken kann

Ambassador Graciela verbindet die Community mit dem Ehemaligenverein Yanapachikun Immer in Peru

Community-Wochenende Arusha, Januar 2026

Initiativen aus der Community

community fund
by grenzenlos e.V.

nach innen

- bieten einfache Anschlussmöglichkeiten für Ehemalige ohne Orientierung
- machen die Community aktiv, präsent und erfahrbar
- stärken die gemeinschaftlichen Werte und Ziele
- zeigen auf, wie Lernerfahrungen reflektiert, kritisch aber konstruktiv in Handlungen übersetzt werden können
- motivieren und inspirieren weitere Initiativen

wirkt

nach außen

- zeigt direkte Outcomes der Community-Arbeit
- stärkt Image von weltwärts als dynamischer, innovativer FWD
- weltwärts als aktiver Unterstützer von Engagement
- weltwärts geht produktiv mit Kritik oder Verbesserungsvorschlägen um, die nicht auf Programmebene umgesetzt werden können

3. Auswertung der bisherigen Aktivitäten

Was hat bisher gut geklappt?

- Starke Marke/ Auftreten der Community
- Community Aufbau - Beziehung, Identität und Zusammenarbeit
- Vertrauensaufbau/ Netzwerkarbeit mit Trägern
- Starke ÖA, Aufzeigen von Diversität und Aktivität

Was braucht noch mehr Zeit für den Aufbau/Eintreten einer Wirkung?

- Aufbau der intern. Community d. Global Ambassadors
- Regionale Vernetzung in Deutschland über die Multiplikator*innen
- Etablierung der Online Veranstaltungen
- Mehr Kooperationen mit Trägern

Was steht noch an?

- Ansprache spezifischer Zielgruppen, z.B. lange zurückgekehrte Ehemaligen
- weitere Austauschformate zwischen N/S und S-N Freiwilligen und Ehemaligen
- Schaffen weiterer Möglichkeiten für Süd-Nord-Ehemalige nach ihrem FWD