VERBAND CHRISTLICHER PFADFINDER*INNEN

A8

Antrag

Initiator*innen: Bundesvorstand (dort beschlossen am: 12.05.2025)

Titel: **Strategische Schwerpunkte Wachstum**

Antragstext

Zum Erreichen der Wachstumsziele der Pfadfindung nach Bundesversammlungsbeschluss 2022 (Wachstum bis 2032) definiert der VCP nachfolgende 7 strategische Schwerpunkte.

- *Wirkungsvolles Wissensmanagement*
- *Ranger und Rover im Verband halten und fördern*
- *Junge Erwachsene im Verband halten und fördern*
- *Unterstützung von Mitarbeiter*innen in den Stämmen*
- *Erwachsene in die Stammesarbeit einbinden*
- *Mehr Neugründungen*
- *Markenkern definieren & Identität schaffen*

Begründung

Auf der Bundesversammlung 2022 wurde beschlossen, die neunzehn Ziele der Pfadfindung unter die Überschrift „Wachstum“ zu setzen und dementsprechend die Arbeit der Bundesebene des VCP auf das Ziel der Mitgliedergewinnung hin auszurichten. Wachstum ist dabei kein rein quantitatives Ziel. Vielmehr müssen

Quantität der Mitgliederzahlen, starke Strukturen und die Qualität der gebotenen Arbeit immer zusammen betrachtet werden.

Zur besseren Fokussierung der Ressourcen und der weiteren Nutzbarmachung in die Landes- und Stammesebene braucht es konkrete strategische Schwerpunkte.

Wir glauben, dass hierdurch vor allem auch auf Landesebene Maßnahmen eingeleitet werden können und wir als VCP durch die Ebenen hindurch sinnvoll an Wachstum arbeiten können.

Die genaueren Definitionen der Schwerpunkte sind:

- *Wirkungsvolles Wissensmanagement: „Wissen im Verband ist effizient und niederschwellig zugänglich. Inhalte sind zentral und digital verfügbar und erleichtern die Arbeit auf allen Verbandsebenen.“*

- *Ranger und Rover im Verband halten und fördern: „Ranger und Rover sind langfristig im Verband aktiv und übernehmen Leitungsaufgaben. Sie identifizieren sich stark mit dem Verband und tragen aktiv zur Gestaltung bei.“*

- *Junge Erwachsene im Verband halten und fördern: „Junge Erwachsene (21–27 Jahre) sind fest in den Verband eingebunden und erleben den VCP als Ort persönlicher Entwicklung und Verantwortung.“*

- *Unterstützung von Mitarbeiter*innen in den Stämmen: „Ehrenamtliche in den Stämmen sind motiviert und gut unterstützt. Sie finden eine Balance zwischen Engagement und Entlastung.“*

- *Erwachsene in die Stammesarbeit einbinden: „Erwachsene sind eine wertvolle Ressource im Verband und übernehmen bewusst Verantwortung. Sie unterstützen die Jugendarbeit, ohne die Jugendführung zu dominieren.“*

- *Neugründungen: „Der VCP ist flächendeckend in Deutschland vertreten. Neue Stämme entstehen dort, wo Bedarf besteht, und wachsen nachhaltig zu stabilen Gemeinschaften heran.“*

- *Markenkern definieren & Identität schaffen: „Der VCP hat eine starke, unverwechselbare Identität, die nach innen wie außen positiv wahrgenommen wird. Die Marke VCP steht für Gemeinschaft, Vielfalt*

und christliche Werte.“

Im Anhang findet ihr die durch den Bundesvorstand ausgearbeiteten Definitionen der Schwerpunkte. Die genaueren Definitionen sind aber nicht Teil dieses Antrags. Im Antrag soll nur über die Schwerpunkte allgemein abgestimmt werden.

Anhang [PDF]

Verbandsstrategie des Verbandes Christlicher Pfadfinder*innen (VCP)

Zusammenfassung „Key Messages“

Für ein nachhaltiges Wachstum des VCP ist die Stärkung der existierenden Strukturen der essenzielle erste Schritt. Hierzu gilt es genügend personelle Ressourcen für weitere, größere und tiefgreifendere Projekte aufzubauen. Mitarbeitende an den Verband zu binden und sie zu Leistungsträger*innen zu machen.

Im Fokus stehen daher die Menschen, die dem Verband nahestehen und ohnehin für unsere Arbeit und Ideale brennen: R*R, junge Erwachsene (21-27 Jahre) und langjährige, erwachsene Mitglieder.

Alle Mitglieder, insbesondere (potenziellen) Mitarbeitenden sollen die Möglichkeit haben und erkennen im VCP weiterhin spannende und persönlich herausfordernde Aufgaben vorzufinden, die ihre persönliche Entwicklung fördern. Dazu sollen u.a. Lücken im Programmangebot geschlossen werden, wo sie existieren. Der in der Stufenkonzeption beschriebene, Spannungsbogen wird sich bis zu den Erwachsenen weiter spannen lassen müssen. Aber auch das Image von Engagement im VCP muss besser aufbereitet und kommuniziert werden. Neben dem eigenen Mehrwert steht dabei auch der zivilgesellschaftliche Impact und Purpose im Fokus. Die durch viele Umbrüche gekennzeichnete Gruppe der 21–27-jährigen bedarf einer besonderen und intensiveren Betrachtung, mit flexiblen und remote nutzbaren Lösungen und Angeboten. Wir erwarten uns dadurch einen unterstützenden Effekt auf verschiedenen Ebenen.

Insgesamt empfehlen wir für eine wirksame Arbeit an den beschriebenen Zielgruppen eine engere, wertschätzende Begleitung durch ein ganzheitliches Freiwilligenmanagement – von der persönlich zugeschnittenen Jobempfehlung innerhalb des VCP, über Schulungsmöglichkeiten bis hin zu einem richtigen On-/Offboarding auf allen Ebenen.

Um etwaige Hemmnisse für ein Engagement im VCP abzubauen, gilt es im Rahmen einer allgemeinen Befähigung, bestehendes Wissen niederschwellig zur Verfügung zu stellen. Im Einundzwanzigsten Jahrhundert bedeutet das digital und mobil nutzbar, multimedial und über Kanäle hinweg, klar strukturiert und nachvollziehbar aufbereitet.

Ein Grundlegender Schritt ist die Entwicklung einer klaren Identität und eines Markenkerns. Beides existiert bereits in ganz individueller Ausprägung in den Köpfen aller unserer Mitglieder. Zentral definiert und von allen Ebenen gemeinschaftlich lebendig ausgestaltet entfalten Identität und Markenkern aber erst ihre Wirkung für die Verbandsentwicklung. Artikuliert und aufbereitet eröffnen sie zielgerichtete Kommunikation, Abgrenzung zu anderen Jugend- und Pfadfinder*innenverbänden.

Die so mögliche Ansprache hat das Potenzial, langfristig Menschen für (strategische) Neugründungen zu gewinnen. Dies zum einen effizient und strategisch gelenkt, zum anderen nachhaltig und wirksam durchgeführt macht Pfadfinden im VCP zu einem flächendeckenden Angebot in ganz Deutschland. Um bereits durch die prioritäre Stärkung bestehender Strukturen auch die Anschlussfähigkeit künftiger Neugründungen sicherzustellen, muss diese sehr vorausschauend in geplant werden. Aufbau und Bereitstellung von Strukturen und Prozessen, Programmen, Materialien und Ressourcen sind daher unbedingt erforderlich und ein Schritt der früh in die Wege geleitet werden muss.

1. Einleitung und Genese

Die Wachstumsstrategie des VCP ist das Ergebnis eines mehrjährigen Prozesses, der 2019 begann und kontinuierlich weiterentwickelt wurde. Der Strategieprozess wurde von der Fachgruppe TRUDE durchgeführt und durch die Unterstützung externer Berater*innen (WOSM-Consultants) begleitet.

Die Strategie wurde in mehreren Iterationen erarbeitet: Die erste Version entstand 2023 und nimmt die fünf wichtigsten Ansätze für nachhaltiges, qualitatives und quantitatives Wachstum in den Blick. Die zweite Phase begann 2024 mit der Vertiefung und Ergänzung um neue Schwerpunkte.
In dieser finalen Fassung werden beide Strategiephasen zusammengeführt und die bestehenden Ansätze konsolidiert.

---

2. Ziele der Strategie

Das zentrale Ziel der Wachstumsstrategie ist die Verdopplung der Mitgliederzahl auf 40.000 bis 2032. Wachstum bedeutet dabei nicht nur eine reine Erhöhung der Mitgliedszahlen, sondern auch die Verbesserung der Qualität der Verbandsarbeit und der Strukturen. Dies umfasst die Sicherung bestehender Mitglieder, die Erschließung neuer Zielgruppen sowie die Stärkung der internen und externen Verbandsidentität.

---

3. Methodisches Vorgehen

Die Strategie orientiert sich am WOSM Growth Toolkit und den Prinzipien des nachhaltigen Wachstums. Der Prozess erfolgte in folgenden Schritten:

- Sammlung und Analyse bestehender Konzepte und Best Practices.
- Identifikation von Handlungsfeldern und Schwerpunkten.
- Entwicklung von Maßnahmen in iterativen Workshops.
- Integration von Rückmeldungen aus dem Verband.
- Nutzung von Monitoring- und Controlling-Instrumenten zur Erfolgskontrolle.
- Regelmäßige Anpassung und Weiterentwicklung der Strategie.

Die Fachgruppe TRUDE sind Berater*innen für die Bundesleitung und den Bundesvorstand, während die Verbandsstrategie ein Impuls für die Verbandsführung und alle Entscheidungsträger im Verband ist. Alle Aktivitäten wurden eng mit den Verbandsebenen abgestimmt, um eine breite Akzeptanz und Umsetzung sicherzustellen.

---

4. Strategische Schwerpunkte

Die Strategie umfasst sieben zentrale Schwerpunkte, die jeweils auf spezifische Herausforderungen und Potenziale des Verbandes eingehen. Nachfolgend sind die Schwerpunkte in einer Übersicht dargestellt, bevor sie detailliert ausgeführt werden:

Wissensmanagement

Wissen ist eine zentrale Ressource im Verband. Um die ehrenamtliche Arbeit auf allen Ebenen effizient zu unterstützen, ist ein umfassendes Wissensmanagement unerlässlich. Viele wertvolle Inhalte sind bereits vorhanden, doch sie müssen leichter zugänglich und zielgruppengerecht aufbereitet werden. Ein zentralisiertes Wissensmanagement schafft Transparenz und reduziert Doppelarbeit.

Wissen im Verband ist effizient und niederschwellig zugänglich. Inhalte sind zentral und digital verfügbar und erleichtern die Arbeit auf allen Verbandsebenen.

Wissen muss...

... leicht zu finden sein.
... zielgerichtet sein.

KPIs:

- Anzahl der Zugriffe auf die Wissensplattform
- Zufriedenheit mit der Plattform (Umfragen)
- Anzahl der aktiv genutzten Inhalte

Maßnahmen (Beispiele):

- Aufbau einer zentralen digitalen Plattform
- Vernetzung bestehender Wissensquellen
- Schulungen zur Nutzung der Plattform
- Personalisierte Inhalte für verschiedene Zielgruppen

Ranger/Rover halten

Die Ranger/Rover-Stufe (R*R) ist ein tragendes Element im VCP. Diese Altersgruppe übernimmt häufig Leitungsaufgaben und ist durch ihre langjährige Verbundenheit mit dem Verband eine unverzichtbare Ressource. Um die Ranger/Rover langfristig zu halten, braucht es gezielte Programme und Maßnahmen, die ihre Bedürfnisse und Entwicklungswünsche berücksichtigen.

Ranger und Rover sind langfristig im Verband aktiv und übernehmen Leitungsaufgaben. Sie identifizieren sich stark mit dem Verband und tragen aktiv zur Gestaltung bei.

Ranger/Rover ...

... bleiben aktive Mitglieder.
... übernehmen Leitungsaufgaben.
... haben ein aktives Programm.
... wachsen an ihren Aufgaben.

KPIs:

- Anzahl der aktiven Ranger/Rover
- Übernahme von Leitungsaufgaben durch R*R
- Teilnahme an Programmangeboten

Maßnahmen (Beispiele):

- Attraktive Programme und Schulungen für R*R entwickeln
- Persönlichkeitsentwicklung begleiten
- Vernetzungsangebote schaffen (z.B. gemeinsame Events)
- Stärkung des Community-Gedankens

Junge Erwachsene halten

Die jungen Erwachsenen (21–27 Jahre) sind eine bedeutende Gruppe innerhalb des VCP, die sowohl in der Stammesarbeit als auch auf Bundesebene Verantwortung übernimmt. Durch Veränderungen im Lebensumfeld, wie Umzüge oder berufliche Verpflichtungen, besteht jedoch die Gefahr, dass die Bindung zum Verband verloren geht. Es gilt daher, gezielt attraktive Angebote zu schaffen, um diese Gruppe im VCP zu halten.

Junge Erwachsene (21–27 Jahre) sind fest in den Verband eingebunden und erleben den VCP als Ort persönlicher Entwicklung und Verantwortung.

Junge Erwachsene (21–27 Jahre) ...

... bleiben aktive Mitglieder
... haben eine für sie passende Aufgabe im Verband
... fühlen sich wertgeschätzt
... werden in ihrer persönlichen Entwicklung gefördert und unterstützt

KPIs:

- Austrittszahlen bei jungen Erwachsenen
- Übernahme von Aufgaben im Verband
- Teilnahme an Schulungen und Angeboten

Maßnahmen (Beispiele):

- Entwicklung von Konzepten zur Persönlichkeitsentwicklung
- Mentoring- und Coaching-Programme
- Gemeinschaftsevents und Austauschmöglichkeiten

*Unterstützung von Mitarbeiter*innen in den Stämmen*

Ehrenamtliche in den Stämmen sind das Rückgrat des VCP. Ihre Motivation und ihr Engagement sind entscheidend für die Qualität der Arbeit vor Ort. Um die Ehrenamtlichen langfristig zu binden und zu entlasten, braucht es systematische Unterstützung.

Ehrenamtliche in den Stämmen sind motiviert und gut unterstützt. Sie finden eine Balance zwischen Engagement und Entlastung.

Mitarbeiter*innen sind ...

... geschult
... wertgeschätzt
... zufrieden
... fokussiert auf ihre Hauptaufgabe
... im Verband vernetzt und
... eine Gemeinschaft vor Ort

KPIs:

- Zufriedenheit der Ehrenamtlichen
- Anzahl geschulter Mitarbeitender
- Nutzung von Unterstützungsangeboten

Maßnahmen (Beispiele):

- Schulungsangebote zu Leitungsaufgaben
- Bereitstellung von Best-Practice-Beispielen
- Vernetzung von Ehrenamtlichen durch regionale und bundesweite Angebote
- Konzept für strukturiertes Freiwilligenmanagement
- Regelmäßige Umfragen zur Zufriedenheit und Motivation

Einbindung von Erwachsenen

Erwachsene mit und ohne Pfadfinderhintergrund stellen ein großes Potenzial für die Weiterentwicklung und Stärkung der Stammesarbeit dar. Ihre Erfahrungen und Kompetenzen können die Jugendarbeit sinnvoll ergänzen, ohne die Jugendführung zu dominieren. Sie können offene Aufgaben übernehmen und nach Bedarf stabilisierend wirken. Dabei bleibt der Fokus aber auf unterstützender Mitarbeit, ohne die Eigenverantwortung der Jugendlichen zu untergraben.

Es ist wichtig, dieser Gruppe Engagement als persönlichen Erfahrungsraum zugänglich zu machen, aber auch neue, spezifische Erfahrungsräume im Verband anzubieten und sie systematisch und strategisch einzubinden.

Erwachsene sind eine wertvolle Ressource im Verband und übernehmen bewusst Verantwortung. Sie unterstützen die Jugendarbeit, ohne die Jugendführung zu dominieren.

Ziele: Die Mitarbeit von Erwachsenen im VCP ist ...

… anerkannt und willkommen
… niederschwellig und attraktiv
… individuell (passend für die/den Erwachsenen und den Stamm bzw. Aufgabenbereich)
… strukturiert und zielgerichtet
… begleitet (Kursangebote, Arbeitshilfen)
… definiert durch ein eigenes Rollenverständnis
… zum Teil be- und abgegrenzt zu den Jugendlichen und jungen Erwachsenen Mitarbeiter*innen in den Stämmen

KPIs:

- Anzahl neu gewonnener Erwachsener (Eintritte Ü18)
- Anzahl übernommener Leitungsaufgaben
- Teilnahme an Schulungen für Quereinsteiger
- Nutzungszahlen zentraler Angebote (Dokumente, Tools, Werbung)
- Teilnahme an Landesgremien (LR, LV, KJP)
- Mitglieder in Älterenschaften (aktive Erwachsenentreffen im Stamm zur Unterstützung der Stammesarbeit)

Maßnahmen (Beispiele):

- Quereinsteigerprogramme mit Schulungsangeboten
- Aufgabenangebote nach Lebensphasen
- Ehemalige und Rückkehre einbinden
- Ö-Arbeit und Werbematerial zur gezielten Gewinnung von Erwachsenen
- „Willkommenskultur“ für Erwachsene
- Codex mit Selbst- und Rollenverständnis, Handlungsräume, Rechte und Pflichten
- Kampagne zu ehrenamtlichem Engagement im VCP
- Vereinbarungsvorlagen für den ehrenamtlichen Einsatz
- Interimsgruppenleitung und Interimsstammesführung

Neugründungen

Um das angestrebte Wachstum zu erreichen, ist die Gründung neuer Stämme unerlässlich. Gerade in Regionen, in denen der VCP bisher nicht präsent ist, besteht großes Potenzial. Neugründungen müssen strategisch geplant und begleitet werden, um nachhaltige Strukturen aufzubauen und die neuen Stämme langfristig zu stabilisieren.

Der VCP ist flächendeckend in Deutschland vertreten. Neue Stämme entstehen dort, wo Bedarf besteht, und wachsen nachhaltig zu stabilen Gemeinschaften heran.

Ziele: Neugründungen sind…

- … nachhaltig. (strategisch geplant, strukturiert & begleitet)
- … Überzeugte Mitglieder des VCP. (Bekenntnis zu u.a. “Aufgaben & Ziele”)
- … niederschwellig

KPIs:

- Anzahl neuer Stämme
- Mitgliederentwicklung in neuen Stämmen
- Stabilität der Neugründungen nach fünf Jahren

Maßnahmen (Beispiele):

- Unterstützung von Gründungsinitiativen
- Bereitstellung von Gründungs-Kits und Schulungsmaterial
- Zusammenarbeit mit Kirchengemeinden und lokalen Akteuren
- Prozessbegleitung durch erfahrene Mitarbeitende
- Marketingmaßnahmen zur Förderung der Neugründung

Identität und Markenkern

Der VCP hat eine starke und lebendige Identität, die nach innen und außen getragen werden muss. Eine klare Kommunikation des Markenkerns stärkt die Identifikation der Mitglieder und unterstützt die Außenwirkung des Verbandes. Durch eine gezielte Markenarbeit soll das Profil des VCP geschärft und seine Position in der Öffentlichkeit gestärkt werden.

Der VCP hat eine starke, unverwechselbare Identität, die nach innen wie außen positiv wahrgenommen wird. Die Marke VCP steht für Gemeinschaft, Vielfalt und christliche Werte.

Ziele: Identität und Markenkern sind ...

- ... erlebt, gefühlt, verinnerlicht
- ... von allen geteilt
- ... attraktiv und ansteckend (einladend)
- ... einfach erklärbar
- ... Teil einer visuellen Geschichte

KPIs:

- Markenbekanntheit innerhalb und außerhalb des Verbandes
- Identifikation der Mitglieder mit dem VCP
- Positive Wahrnehmung in der Öffentlichkeit

Maßnahmen (Beispiele):

- Entwicklung einer Markenstrategie
- Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit
- Schulungen zu markenkonformer Kommunikation
- Stärkung der Identität durch Events und Kampagnen
- Visualisierung des Markenkerns in internen und externen Kommunikationskanälen

5. Projektübersicht und Zeitleiste

Die genannten Schwerpunkte der Verbandsstrategie können und dürfen nicht linear, einer nach dem anderen bearbeitet werden. Beinahe alle Themen sind letzten Endes Dauerthemen, die voraussichtlich fortlaufend im Verband präsent sein und bearbeitet werden müssen. Daher sprechen wir in der Projektplanung immer von Implementierungszeiträumen, nie von Zeitpunkten eines Projektabschlusses.

Um aber konzentriert und effektiv arbeiten können, schlagen wir vor allen Schwerpunkten, bzw. Schwerpunktgruppen (s.u.) 1. großzügige Implementierungszeiträume zuzuweisen und 2. abgegrenzte Zeitfenster einzuräumen, in denen sie im Verband besonders kommuniziert werden. Auch wenn realistisch viele Themen und Projekte parallel laufen, erlauben sie

- bessere und klare Prioritäten in der Implementierung der jeweiligen Säulen der Strategie
- innerhalb der Fokusjahre mit Tasks und kleineren Meilensteinen Erfolge besser und schneller sichtbar zu machen
- den Mental-Load bei den einzelnen Verantwortlichen zu reduzieren.

Als sinnvolle Cluster schlagen wir vor (Arbeitstitel):

Themencluster	Kernimplementierungs-zeitraum	Kommunikation
R*R und junge Erwachsene im Verband halten und Erwachsene sinnvoll integrieren durch Steigerung der Attraktivität ehrenamtlichen Engagements im VCP	bis Sommer 2026	2025
Freiwilligenmanagement, und Wissensmanagement zur fachlichen, strukturellen und persönlichen Befähigung und Begleitung von Mitarbeiter*innen.	Herbst 2025 bis Ende 2026	2026
Markenkern und Identität als Basis für ein gemeinsames Selbstverständnis und -bewusstsein, und Grundlage für Aktivitäten zur Steigerung der Sichtbarkeit.	Herbst 2025 bis Frühjahr 2026	2026/2027
Strategische Neugründungen als Mission Pfadfinden für alle Kinder und Jugendliche in Deutschland möglich zu machen.	Sommer 2026 bis Sommer 2028	2027/28

6. Monitoring, Controlling und Verantwortung

Ein effektives Monitoring ist notwendig, um die Fortschritte der Wachstumsstrategie zu verfolgen und rechtzeitig Anpassungen vorzunehmen. Dazu wird eine systematische Erfolgskontrolle über Key Performance Indicators (KPIs) etabliert.

Die Bundesleitung trägt die Gesamtverantwortung für die Umsetzung der Strategie. Die Fachgruppe TRUDE begleitet den Prozess beratend und führt regelmäßige Statuschecks durch. Die Verantwortung für die Umsetzung der einzelnen Maßnahmen liegt bei den jeweiligen Projektleitungen.