

Veränderungen im Engagementverhalten und Erschließung neuer Zielgruppen

23. Mai 2017

Dialogforum: Bürgerschaftliches Engagement in Sachsen-Anhalt
Zwischen Trend und Tradition - Bürgerschaftliches Engagement im Verein gestalten

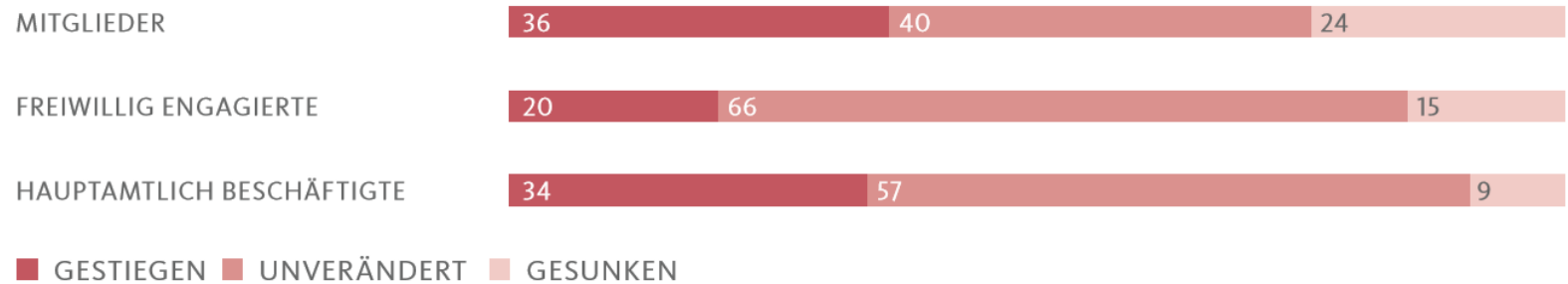
Impuls: Ana-Maria Stuth, Akademie für Ehrenamtlichkeit Deutschland

Anstieg des Engagements

- Zunehmend mehr Menschen engagieren sich freiwillig.
- Die Bereitschaft sich künftig zu engagieren, ist groß.
- Ein Anstieg ist in allen Bevölkerungsgruppen zu beobachten.
- Der Anteil von Menschen, die Mitglied in einem Verein oder einer gemeinnützigen Organisation sind, ist gestiegen.

Immer weniger Freiwillige?

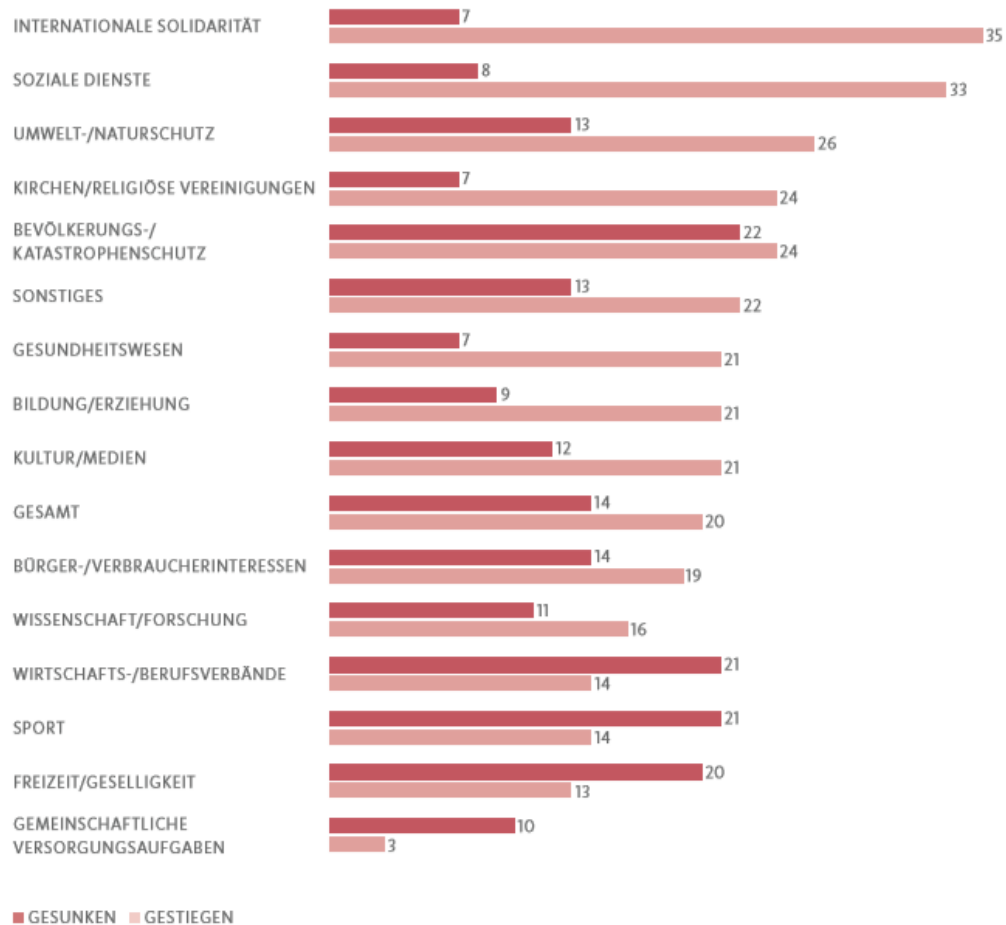
Abb. 4.6: Entwicklung der Zahlen der Mitglieder, freiwillig Engagierten und hauptamtlich Beschäftigten seit 2007 (in Prozent)



QUELLE: ZIVI-Z SURVEY 2012

Mehr/weniger Freiwillige nach Bereich

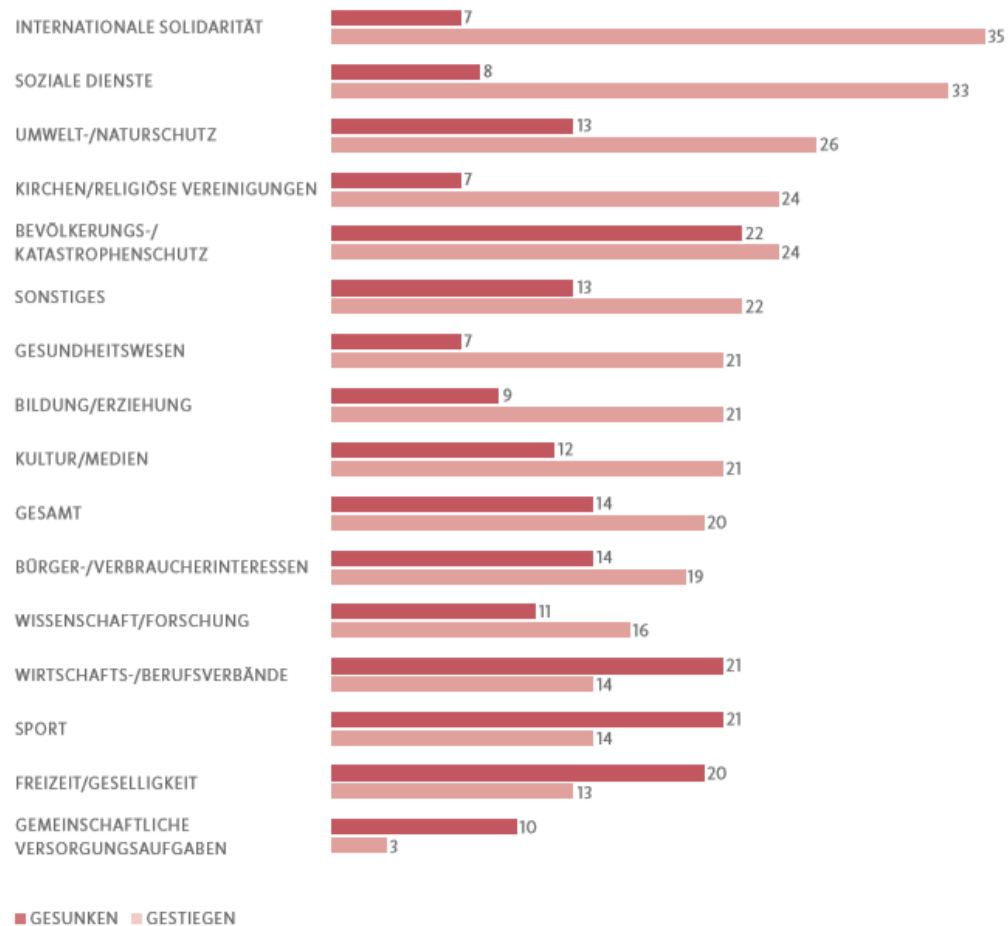
Abb. 4.8: Entwicklung der Zahlen freiwillig Engagierter seit 2007. Nach Bereich (in Prozent)



Warum finden gemeinnützige Organisationen nicht genug Freiwillige/Ehrenamtliche?

Ausdifferenzierte Engagementmöglichkeiten

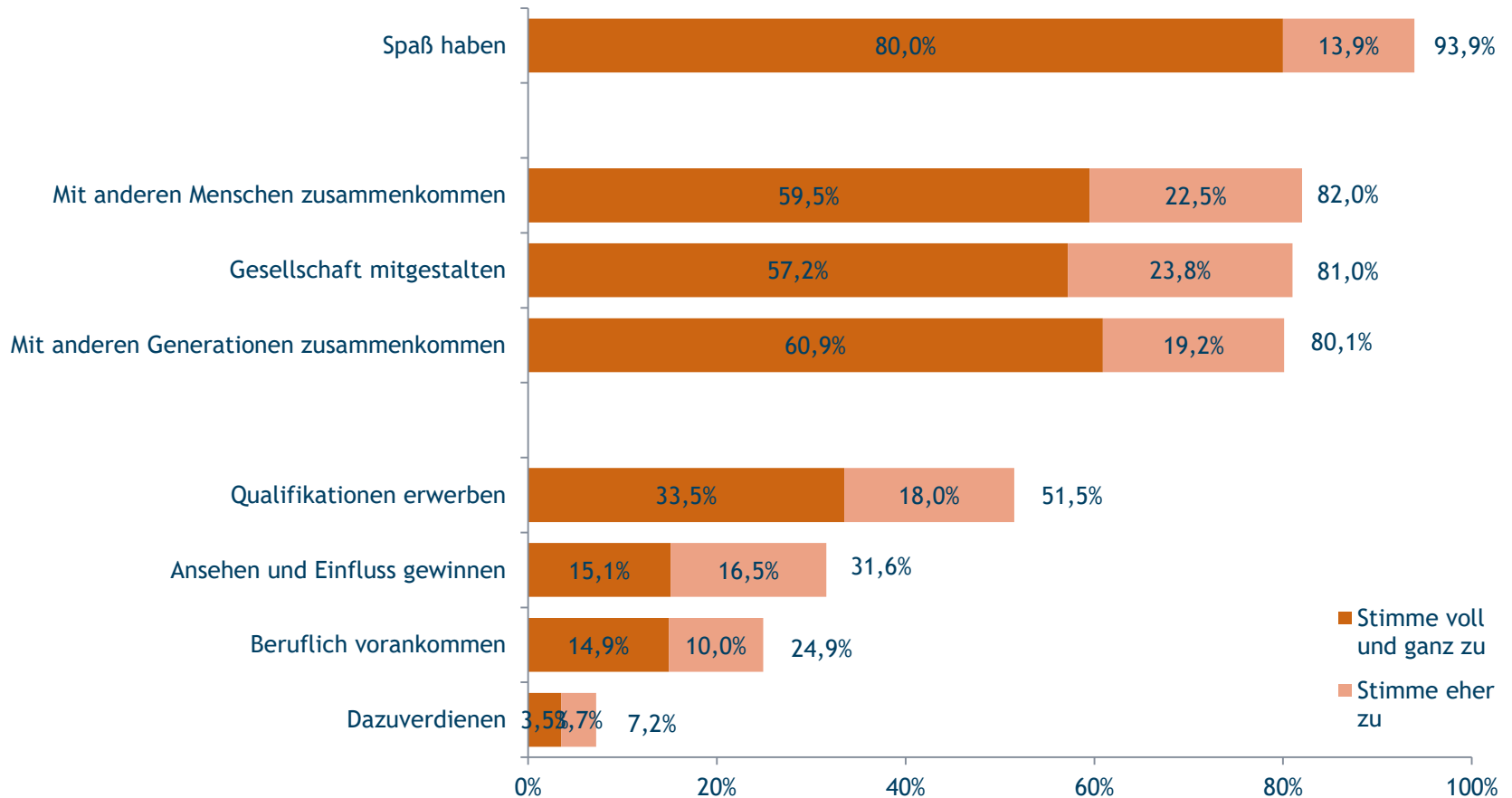
Abb. 4.8: Entwicklung der Zahlen freiwillig Engagierter seit 2007. Nach Bereich (in Prozent)



Veränderte Interessen und Motivationen

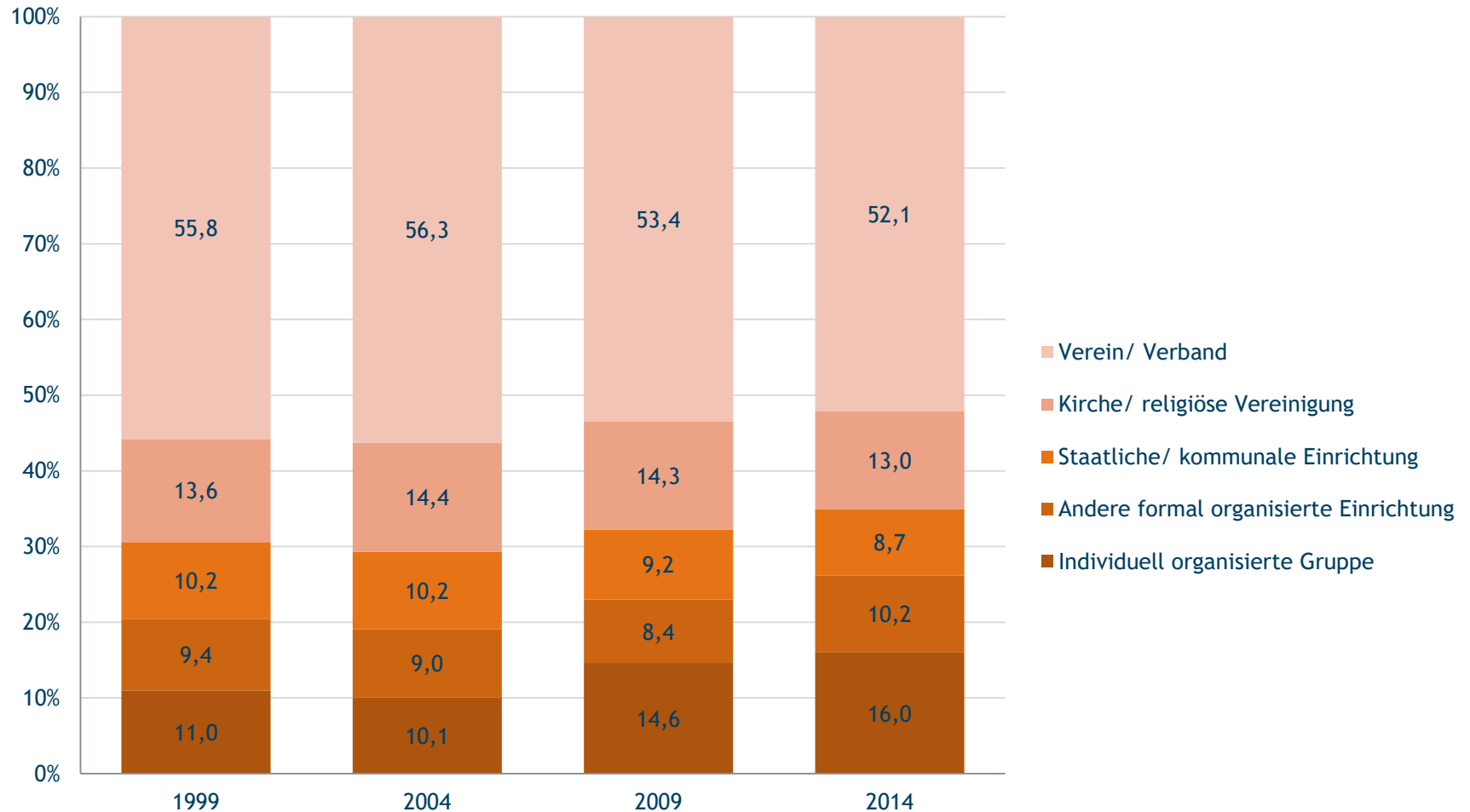
	Altes Ehrenamt	Neues Ehrenamt
Zugang	<ul style="list-style-type: none"> • Aus Tradition 	
Motive	<ul style="list-style-type: none"> • aus Pflicht • angefragt, gebeten, berufen werden • werden vorgegeben durch das Wertesystem (das gehört sich so) • angepasst dazugehören wollen 	<ul style="list-style-type: none"> • Freude/Spaß empfinden • eigener Entschluss • eigener Nutzen/ Betroffenheit • Teilhabe erleben
Organisation	<ul style="list-style-type: none"> • ist hierarchisch • arbeitet stark mit Vorgaben • ist formalisiert 	<ul style="list-style-type: none"> • mit transparenten Strukturen/lässt Autonomie zu • lässt Selbst- bzw. Mitbestimmung zu • mit Informationsteilhabe
Dauer	<ul style="list-style-type: none"> • über Jahre/lebenslang 	<ul style="list-style-type: none"> • zeitlich begrenzt
Sinn (wird gegeben durch:)	<ul style="list-style-type: none"> • Familie • Milieu 	<ul style="list-style-type: none"> • Solidarität mit anderen • Selbstbezug

Differenzierte Motive



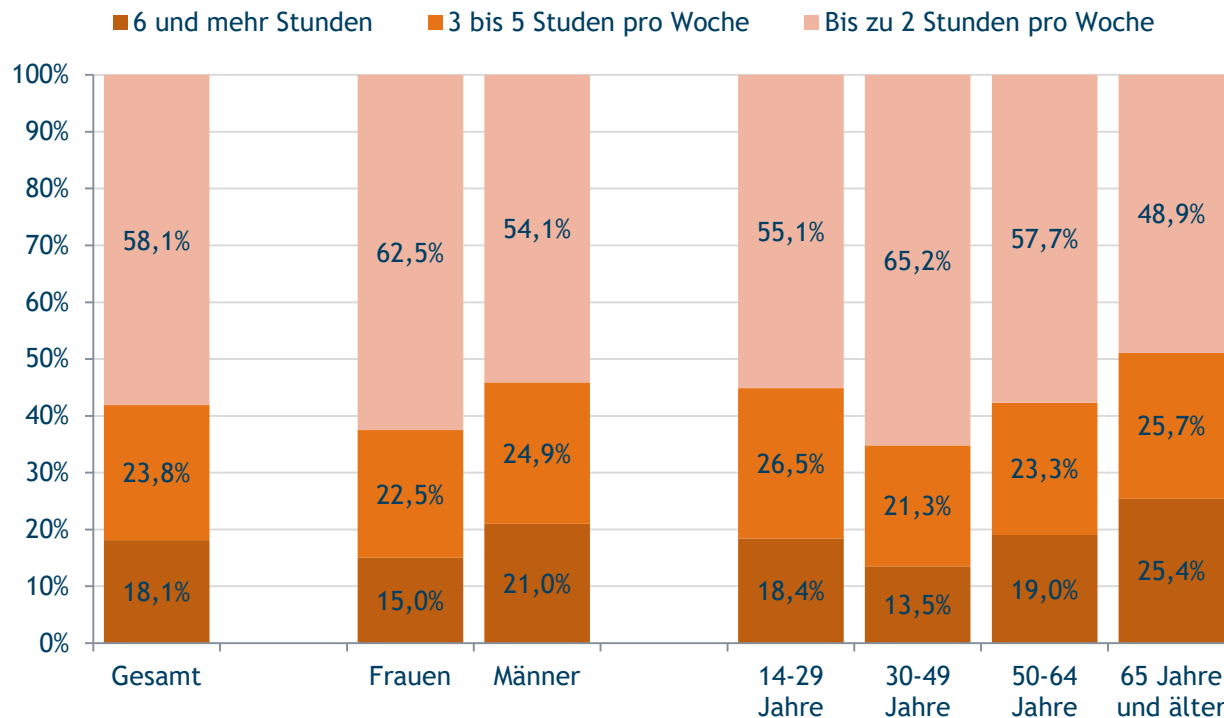
Quelle: FWS 2014, gewichtet, eigene Berechnungen (DZA). Basis: Alle Engagierten (n = 11.651-12.506).

Veränderung der Organisationsformen



Quelle: FWS, gewichtet, eigene Berechnungen (DZA). Basis: Alle Engagierten.
FWS 1999 (n = 4.683), 2004 (n = 5.128), 2009 (n = 6.986), 2014 (n = 12.296)

Geringeres Engagement pro Woche



Quelle: FWS 2014, gewichtet, eigene Berechnungen (DZA). Basis: Alle Engagierten, Geschlecht und Alter (n = 11.799), Bildung (n = 11.798).

Potenziale

Potenziale

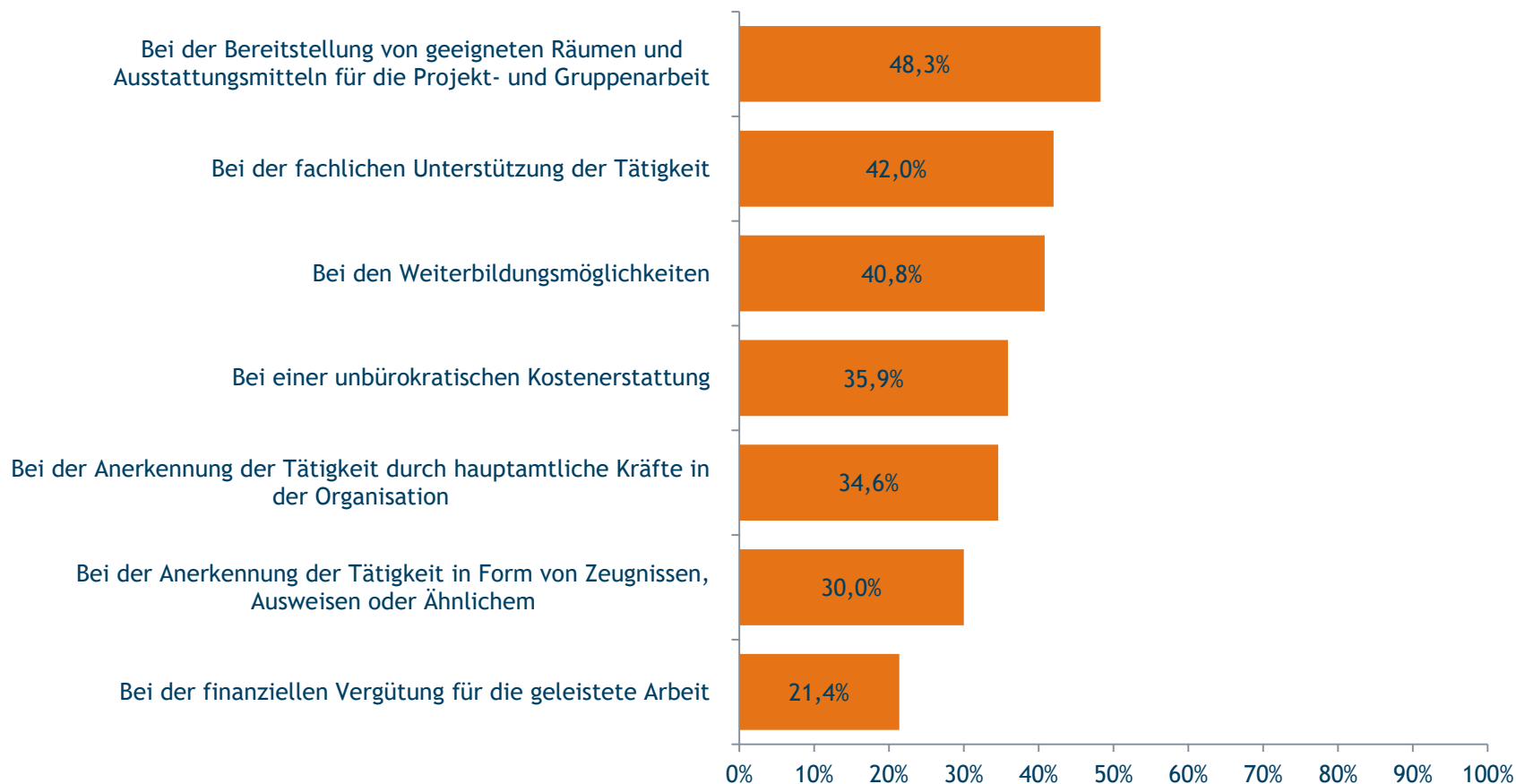
Aktiv Ehrenamtliche gewinnen und binden

Auf Motive und Erwartungen der Ehrenamtlichen eingehen

Engagement ohne Mitgliedschaft zulassen

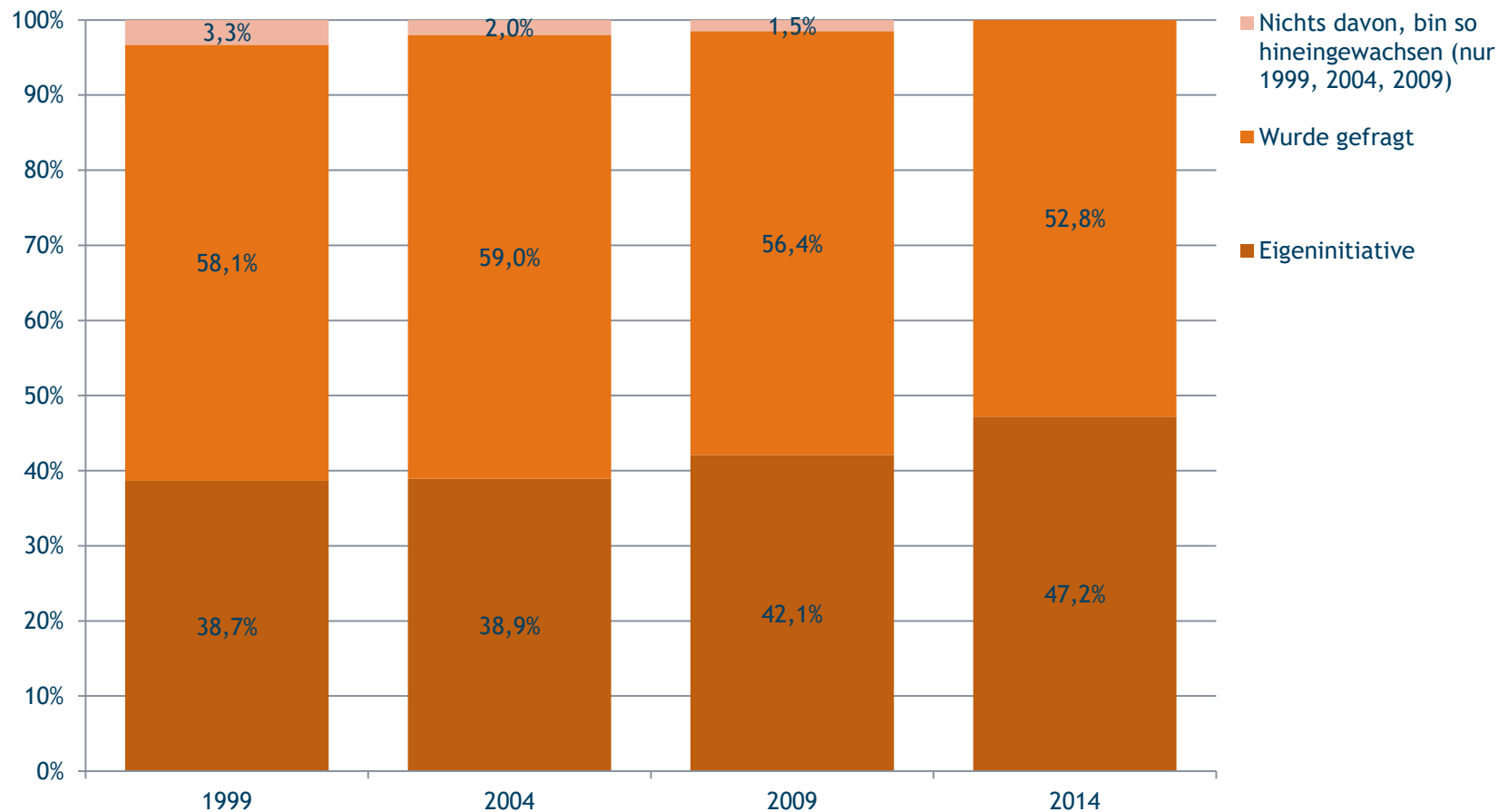
Trends beobachten und für sich nutzbar machen

Verbesserungswünsche von Engagierten



Quelle: FWS 2014, gewichtet, eigene Berechnungen (DZA). Basis: Alle Engagierten. Mehrfachnennungen möglich.
Bereitstellung von Räumen (n = 12.343), Fachliche Unterstützung (n = 12.339), Weiterbildung (n = 12.318), Kostenerstattung (n = 12.240),
Anerkennung durch Hauptamtliche (n = 12.253), Anerkennung durch Zeugnisse (n = 12.327), Vergütung (n = 12.315).

Wie finden Personen in das Engagement?



Quelle: FWS, gewichtet, eigene Berechnungen (DZA). Basis: Alle Engagierten.
FWS 1999 (n = 4.654), FWS 2004 (n = 5.121), FWS 2009 (n = 6.973), FWS 2014 (n = 12.321).

Akademie für Ehrenamtlichkeit Deutschland
im Förderverein für Jugend
und Sozialarbeit e.V.
Marchlewskistr. 27
10243 Berlin

Telefon: (030) 275 49 38
Telefax: (030) 279 01 26

E-Mail: akademie@ehrenamt.de

Homepage: www.ehrenamt.de

Facebook: www.facebook.com/akademiefuerehrenamtlichkeitdeutschland