

Engagement Potenzial aktivieren

Arbeitspapier

Stand: 4. April 2022

Autorin:

Dr.ⁱⁿ Eva Häfele

Schweizer Straße 17

6845 Hohenems

E-Mail: eva.haefele@worknet.at

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	3
2	Methodischer Zugang	3
3	Die Zielgruppen	4
4	Zusammenfassung relevanter Ergebnisse aus Studien	5
4.1	Vorarlberg	5
4.2	Österreich	6
4.2.1	Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf die Freiwilligenarbeit	9
4.3	Deutschland	10
4.4	Schweiz	11
5	Ergebnisse der Interviews	13
5.1	Urbaner und ländlicher Lebensraum	13
5.2	Zuzug oder Rückkehr nach Vorarlberg	13
5.3	Soziale Netzwerke und Sozialkapital	13
5.4	Frühere freiwillige Engagements und Gründe für deren Beendigung	14
5.5	Motive für ein freiwilliges Engagement	14
5.6	Hindernisse für ein zukünftiges freiwilliges Engagement	15
5.7	Nutzung digitaler und analoger Kommunikationsmittel	16
5.8	Informationsvermittlung über Gelegenheiten für ein freiwilliges Engagement	16
5.9	Unterstützung und Begleitung durch die Organisation	19
5.10	Dauerhaftes oder anlassbezogenes freiwilliges Engagement	19
5.11	Beendigung der Freiwilligentätigkeit	20
5.12	Belohnungsmodelle für das freiwillige Engagement	20
6	Gute-Praxis-Beispiele	22
7	Resümee	23
8	Literatur und Quellenverweise	24

1 Einleitung

aha plus hat den Auftrag erhalten, das Engagement Potenzial für Freiwilligentätigkeiten von Menschen in Vorarlberg ab 18 Jahren zu erheben und Maßnahmen zu dessen Aktivierung vorzuschlagen. Zwei Leitfragen bilden den Rahmen für das Arbeitspapier:

- „Welche zusätzlichen Maßnahmen zu den bestehenden braucht es, um das Engagement Potenzial zu aktivieren?
- Welche Maßnahmen und Schritte sind erforderlich, damit die definierten Zielgruppen aktiv werden?

Dabei geht es in erster Linie um Personen, die sich (noch) nicht engagieren, aber dies bei passgenauer Ansprache und Informationsvermittlung, dem Einsatz zielgruppenspezifischer (digitaler) Kommunikationsmedien sowie einer individuell abgestimmten Begleitung durch die Stakeholder in Betracht ziehen könnten. In diesem Kontext werden auch Personen, die bereits zu einem früheren Zeitpunkt engagiert waren, berücksichtigt.

Das vorliegende Arbeitspapier wurde in Zusammenarbeit mit Janin Salzger, Verwaltungspraktikantin im Büro für Freiwilliges Engagement und Beteiligung (FEB), realisiert.

2 Methodischer Zugang

Um die oben angeführten Fragestellungen zu beantworten, wurde folgende Vorgehensweise gewählt:

- Festlegung der zu erforschenden Zielgruppen
- Zusammenfassung vorhandener Studien und anderer relevanter Unterlagen mit Bezug zu den definierten Zielgruppen
- Leitfadengestützte Interviews mit ausgewählten Personen, um eine detailliertere Beschreibung der potenziellen Zielgruppen zu erreichen. In diesem Zusammenhang ist auf vorarlbergspezifische Aspekte des Freiwilligenengagements einzugehen.

Weiteres wurde auf die Expertise von Fachpersonen des FEB zugegriffen.

Im Arbeitspapier sind die relevanten Erkenntnisse aus der Literatur- und Webrecherche, dem Input der Fachpersonen sowie den Ergebnissen der leitfadengestützten Interviews zusammengefasst.

Es dient als Grundlage für die aha plus-Arbeitsgruppe, um eine Strategie zur Gewinnung von potenziell Engagierten zu entwickeln und gemeinsam mit den Stakeholdern entsprechende Maßnahmen für die Umsetzung in die Wege zu leiten.

3 Die Zielgruppen

Als Hauptzielgruppen für die Erstellung des vorliegenden Arbeitspapiers wurden Personen der folgenden Alterskohorten definiert:

- Personen von 18 bis 35 Jahren
- Personen ab 50 Jahren

Als eine weitere potenzielle Zielgruppe werden Menschen, die in den vergangenen Jahren nach Vorarlberg zugezogen sind, ins Auge gefasst. Dies sind entweder VorarlbergerInnen, die nach einem Studium oder beruflichem Aufenthalt wieder nach Vorarlberg zurückgezogen sind, oder Personen, die aus unterschiedlichen beruflichen oder privaten Gründen jetzt in Vorarlberg leben.

4 Zusammenfassung relevanter Ergebnisse aus Studien

In der vorliegenden Zusammenfassung aktueller nationaler und internationaler Studien und Präsentationen finden vorrangig die folgenden Aspekte Berücksichtigung:

- Motive, Gründe für das Freiwilligenengagement bereits aktiver Personen
- Früheres freiwilliges Engagement sowie Gründe für die Beendigung
- Motive für ein Nicht-Engagement sowie Hindernisse
- Potenzial für freiwilliges Engagement Nicht-Engagierter

Die im Arbeitspapier berücksichtigten Studien werden jeweils in der aktuellen Fassung zitiert.

4.1 Vorarlberg

Die umfassende Studie der Fachhochschule Vorarlberg „Bürgerschaftliches Engagement und Sozialkapital in Vorarlberg 2019. Soziales Monitoring für Sozialkapital und Engagement“, die 2019 nach 2010 und 2014 bereits zum dritten Mal durchgeführt wurde, enthält ein umfangreiches Repertoire an Zahlen und Fakten zum Freiwilligenengagement.

In der Neuauflage des Vereinshandbuchs werden unter der Überschrift „Engagierte gewinnen und halten“ Tipps und Hinweise für das Gewinnen von freiwillig Engagierten geboten (Büro für Freiwilliges Engagement und Beteiligung 2021: 60-62). Im Kapitel „Engagement braucht Anerkennung und Wertschätzung“ werden aktive Formen der Wertschätzung und eine zeitgemäße Anerkennungskultur beschrieben sowie Gute-Praxis-Beispiele referiert (Büro für Freiwilliges Engagement und Beteiligung 2021: 67-68).

Motive, Gründe für das Freiwilligenengagement bereits aktiver Personen

In der Studie werden folgende zentrale Motive für freiwilliges Engagement genannt:

- Spaß am Engagement (für 66 % der Befragten sehr wichtig)
- Menschen helfen (für 58,4 % der Befragten sehr wichtig)
- „Gemeinwohl“ (für 53,6 % der Befragten sehr wichtig)
- Mit Menschen zusammenkommen als Motiv (für 50,7 % der Befragten sehr wichtig)
- Die Gesellschaft mitgestalten (für 42,6 % der Befragten sehr wichtig)
- Mit Menschen zusammenkommen als Beweggrund (für 38,3 % der Befragten sehr wichtig) (Fredersdorf 2020: 28)

Früheres freiwilliges Engagement sowie Gründe für die Beendigung

55 % der Befragten, die zum Zeitpunkt der Befragung im Jahr 2019 nicht engagiert waren, waren zu einem früheren Zeitpunkt freiwillig engagiert. Als wichtigster Grund für die Beendigung eines freiwilligen Engagements wurde der Zeitaufwand durch berufliche und familiäre Verpflichtungen

angegeben (Fredersdorf 2020: 6). Weitere Gründe waren ein Umzug, Ausbildung oder Schule, gesundheitliche Gründe sowie ein befristetes freiwilliges Engagement (Fredersdorf 2020: 31).

Motive für ein Nicht-Engagement sowie Hindernisse

Als Hauptgrund, der gegen ein freiwilliges Engagement spricht, wurde die dafür aufzuwendende Zeit genannt (52,6 % der Befragten). Weitere Gründe für ein Nicht-Engagement waren:

- Zu alt zu sein (20 % der Befragten)
- Sich nicht geeignet zu fühlen (17 % der Befragten)
- Keine Versicherung zu haben (9,6 % der Befragten)
- Sich das freiwillige Engagement nicht leisten zu können (6,7 % der Befragten)
- Arbeit oder Ärger mit dem freiwilligen Engagement zu haben (5,9 % der Befragten) (Fredersdorf 2020: 31)

Potenzial für freiwilliges Engagement Nicht-Engagierter

Unter den Befragten, die zum Befragungszeitraum nicht mehr freiwillig engagiert waren, zeigte sich eine gewisse Bereitschaft zum weiteren freiwilligen Engagement: 38,3 % würden „vielleicht“ wieder aktiv werden, 21,3 % sagten „ja“ (Fredersdorf 2020: 31).

4.2 Österreich

Das zuständige Ministerium veröffentlichte 2009 den 1. Freiwilligenbericht „Freiwilliges Engagement in Österreich“; 2015 erschien der „Bericht zur Lage und zu den Perspektiven des Freiwilligen Engagements in Österreich (2. Freiwilligenbericht)“ und 2019 wurde der 3. Freiwilligenbericht „3. Bericht zum freiwilligen Engagement in Österreich“ veröffentlicht (Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz 2019). Die nachfolgenden Ausführungen beziehen sich auf den aktuellen Freiwilligenbericht.

Motive, Gründe für das Freiwilligenengagement bereits aktiver Personen

Die Motive für ein freiwilliges Engagement, die im 3. Freiwilligenbericht zitiert werden, decken sich weitgehend mit den Vorarlberger Ergebnissen. Als die beiden Hauptmotive werden der Wunsch etwas Nützliches für die Gesellschaft zu leisten und ein persönlicher Nutzen verbunden mit einer Steigerung des eigenen Wohlbefindens genannt. Diese freiwilligen Tätigkeiten sollen Freude bereiten und Spaß machen; rund drei Viertel der Befragten ist es wichtig, ihre eigenen Kompetenzen und Kenntnisse einzubringen und neue Freundschaften zu schließen. Über die Hälfte geben an, dass die Freiwilligenarbeit ihnen eine gesellschaftliche Anerkennung bringt (BMSGPK 2019: 32-33).

Im Freiwilligenbericht 2019 wurde auch der Zusammenhang zwischen Erwerbsarbeit und Freiwilligenarbeit erhoben. Für 25 % der Befragten ist die Überlegung, dass die freiwillige Tätigkeit –

auch informelle Tätigkeiten zählen dazu – einen beruflichen Vorteil bringt, relevant. Auch für den Berufseinstieg und damit in eine bezahlte Erwerbsarbeit war die Freiwilligenarbeit für rund ein Fünftel ein Türöffner. Diese Entwicklung zeigt sich auch in Untersuchungen aus Deutschland. Nachweise über freiwillige Tätigkeiten gewinnen an Bedeutung, da sie damit auch im Lebenslauf belegt werden können (BMSGPK 2019: 58).

Früheres freiwilliges Engagement sowie Gründe für die Beendigung

Die Gründe für die Beendigung eines freiwilligen Engagements decken sich weitgehend mit den Gründen für ein Nicht-Engagement, die im nächsten Abschnitt beschrieben werden.

Motive für ein Nicht-Engagement sowie Hindernisse

Im 3. Freiwilligenbericht werden zwei zentrale Gründe für ein Nicht-Engagement angeführt: Man ist noch nie gefragt worden (64 % der Nicht-Aktiven) und man hat nie darüber nachgedacht, weil im persönlichen Umfeld kein entsprechender Bedarf für eine freiwillige Tätigkeit wahrgenommen wird (64 % der Nicht-Aktiven). Als weitere wesentliche Gründe für ein Nicht-Engagement wurden genannt: fehlende Zeitressourcen, familiäre Aufgaben, Unvereinbarkeit mit der beruflichen Tätigkeit, keine attraktiven Möglichkeiten in der Nähe (BMSGPK 2019: 34).

Potenzial für freiwilliges Engagement Nicht-Engagierter

Der 3. Freiwilligenbericht sieht das größte Potenzial für ein zukünftiges Engagement bei den 45 % der Befragten, die angaben, „dass sie in diesen Bereichen bisher nicht aktiv waren, weil sie über die Möglichkeiten eines Freiwilligenengagements zu wenig informiert sind“ (BMSGPK 2019: 34).

In Hinblick auf die Zielgruppe der 18- bis 35-Jährigen ist aufschlussreich, dass vor allem jüngere Menschen als Grund angeben, dass sie noch nie danach gefragt wurden (trifft voll und ganz zu: 48 %) und daher noch nie eine Freiwilligentätigkeit in Betracht gezogen haben (trifft voll und ganz zu: 44 %). Bei den über 60-Jährigen liegen diese Gründe unter der 30%-Marke (BMSGPK 2019: 35).

Zugang zum freiwilligen Engagement und Informationspräferenzen

Ein relevantes Thema für das vorliegende Arbeitspapier sind der Zugang und die Informationspräferenzen der bereits freiwillig engagierten Personen. Als wichtigste Türöffner wurden Bekannte und Freunde (67 % der Aktiven), Eigeninitiative (43 % der Aktiven), der Verein (bspw. Informationsveranstaltung) selbst (33 % der Aktiven) genannt; alle weiteren Nennungen liegen bei sechs Prozent (Gemeindeaushang, Gemeinde- oder Bezirksblatt, Internetseite des Vereins, soziale Medien, Fernsehen und Radio usw.) (BMSGPK 2019: 27). Bei Jugendlichen bis 24 Jahre spielen im Vergleich zu den über 60-Jährigen die digitalen Informationskanäle (Internet, Websites der Organisationen, soziale Medien) eine bedeutendere Rolle. 29 % der jungen Erwachsenen wünschen sich mehr Information über digitale Kanäle (BMSGPK 2019: 28).

Wege zum freiwilligen Engagement

Das Institut für empirische Sozialforschung untersuchte im Rahmen der Untersuchung „Freiwilligenengagement. Bevölkerungsbefragung 2016“ auch, wie die befragten Personen zum Freiwilligenengagement gekommen sind oder darauf aufmerksam gemacht wurden:

- 67 % kamen über Bekannte und Freunde/Freundinnen
- 43 % nannten „aus Eigeninitiative, habe mich aktiv erkundigt“
- 33 % kamen durch den Verein/die Organisation selbst beispielsweise im Rahmen einer Informationsveranstaltung

6 % und weniger nannten noch: durch einen Gemeindeflyer, durch das Gemeinde- oder Bezirksblatt, durch eine Internetseite des Vereins oder soziale Medien, durch Fernsehen, Radio oder Zeitungen, durch Informationen von Landes- oder Bundesebene (IFES 2016: 53-54).

Informationsquellen für Personen mit Migrationsgeschichte

In der Studie wurden auch die Informationsquellen über freiwilliges Engagement abgefragt. Ein relevantes Ergebnis ist, dass besonders für Personen mit Migrationsgeschichte (10 % der Befragten) Internetseiten und soziale Medien im Vergleich zu Menschen ohne Zuwanderungsgeschichte (5 % der Befragten) wichtiger sind. Die StudienautorInnen erklären dies damit, dass Personen mit Migrationshintergrund wahrscheinlich nicht über die entsprechenden Netzwerke verfügen, die ihnen Informationen bereitstellen oder ihnen einen niederschweligen Zugang über Bekannte oder Freunde/Freundinnen zu Vereinen und freiwilligen Engagements eröffnen. Mittels sozialer Medien könnte also diese Zielgruppe – vor allem Personen der zweiten und dritten Zuwanderungsgeneration – auch durch muttersprachliche Informationen besser angesprochen werden (IFES 2016: 82).

Freiwilliges Engagement im Lebenslauf

Im 3. Freiwilligenbericht findet sich ein Beitrag von Arno Heimgartner zu Lebensphasen, in denen freiwilliges Engagement besonders häufig auftritt. Er zeichnet zwei Modelle:

- U-Biografie mit einem freiwilligen Engagement in der Zeit der Ausbildung und in den Jahren vor der Familiengründung, während der Familienzeit findet keine Freiwilligenarbeit statt; erst in der postfamilialen Phase und im Ruhestand engagieren sich die Personen wieder häufiger.
- H-Biografie: Hier wird versucht, während der gesamten Lebenszeit die verschiedenen Bereiche (Ausbildung, Familie, Erwerbsarbeit, freiwilliges Engagement) miteinander zu vereinbaren.

Der Autor zieht den Schluss, dass das Freiwilligenengagement eine Frage des individuellen Lebenskonzeptes ist (Heimgartner 2021: 109-110).

4.2.1 Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf die Freiwilligenarbeit

Im Auftrag des Vereins Freiwilligenmessen zur Förderung von Freiwilligenarbeit in Österreich analysierte das MARKET Marktforschungsinstitut die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf die Freiwilligenarbeit in Österreich.

Die für das Arbeitspapier relevanten Umfrageergebnisse werden nachfolgend zusammengefasst und sind der Präsentation „Freiwilligkeit in Zeiten der Corona-Krise. Auswirkung der Corona-Krise auf die Tätigkeit als freiwillig Engagierter. PERSPEKTIVE: Freiwillig Engagierte“ vom 25.1.2022 entnommen.

Für rund ein Drittel hat sich durch die Pandemie viel verändert, für 33 % hat sich etwas verändert und für 34 % ist alles gleich geblieben. Bezogen auf die Befragten in Vorarlberg gaben 16 % an, dass sich viel verändert hat, für 25 % hat sich etwas verändert und für 58 % ist in ihrem freiwilligen Engagement alles gleich geblieben. Mit der Antwort „es ist alles gleich geblieben“ liegt Vorarlberg österreichweit nach dem Burgenland mit 54 % an erster Stelle (MARKET Institut 2021/Freiwillig Engagierte: 21).

- Österreichweit haben 4 % angegeben, dass sie durch Corona ein freiwilliges Engagement aufgenommen haben. Hier ist der Vorarlberger Wert mit einem Prozent im Bundesländervergleich gemeinsam mit Oberösterreich am geringsten (MARKET Institut 2021/Freiwillig Engagierte: 21).
- Nach Altersgruppen sortiert sind die 15- bis 29-Jährigen am stärksten – nämlich mit 10 Prozent – unter jenen vertreten, die durch Corona ein freiwilliges Engagement aufgenommen haben. Dies weist speziell in dieser Altersgruppe auf ein Potenzial hin, weitere Engagierte zu gewinnen (MARKET Institut 2021/Freiwillig Engagierte: 21).
- Konkret nannten die Befragten folgende Veränderungen: Weniger/keine Übungen, Schulungen, Proben, Aktivitäten, Sitzungen, Einsätze (18 %); der Zeitaufwand hat sich erhöht, komplizierter geworden, mehr Arbeit (18 %); weniger/keine persönlichen Treffen und soziale Kontakte (16 %); Schutz- und Sicherheitsmaßnahmen (10 %) (MARKET Institut 2021/Freiwillig Engagierte: 21).

Die Vereine und Organisationen wurden auch dahingehend befragt, welche Formen der Unterstützung sie ihren Freiwilligen zur Verfügung gestellt haben.

- Die Installierung einer zentralen Ansprechperson wurde von mehr als der Hälfte als ganz wichtig genannt.
- Am häufigsten wurden die Freiwilligen im Erwerb digitaler Kompetenzen unterstützt. Besonders kleinere Vereine konnten hier entsprechende Unterstützung leisten.
- Viel Unterstützung gab es bei allem, was mit Corona in Zusammenhang stand -> Masken, Testen, Impfen, Unterstützung Erkrankter, Besorgungen für Personen in Quarantäne.
- Ein freiwilliges Engagement ohne Impfung war fast überall möglich.
- Rund 30 % der großen Organisationen haben Besorgungen für Freiwillige aus der Risikogruppe übernommen.

- Rund ein Drittel der befragten Organisationen hatte Probleme, gegen die Wünsche von Freiwilligen, beispielsweise bei Einschränkungen oder völligem Ausfall von Tätigkeiten, zu argumentieren (MARKET Institut 2021/Vereine: 39-40).

Die Organisationen konnten bestätigen, dass die Digitalisierung vieler Bereiche durch Corona wesentlich befördert wurde. Auch zukünftig sollen digitale Instrumente vermehrt zum Einsatz kommen. Aus Sicht der Organisationen hat etwa die Hälfte der Freiwilligen diese Entwicklung gut angenommen (MARKET Institut 2021/Vereine: 43).

4.3 Deutschland

Der Deutsche Freiwilligensurvey (FWS) wurde seit 1999 insgesamt fünfmal als repräsentative telefonische Befragung durchgeführt. Die letzte Erhebung fand 2019 statt. Die folgenden Ausführungen sind diesem Survey entnommen.

Motive, Gründe für das Freiwilligenengagement bereits aktiver Personen

Wie in Österreich sind die am häufigsten genannten Motive für ein freiwilliges Engagement Spaß (93,9 % der Befragten) und „anderen Menschen zu helfen“ (88,5 % der Befragten). Personen, die älter als 65 Jahre waren, gaben als wichtiges Motiv an, mit anderen Menschen zusammenzukommen. Jugendliche und junge Erwachsene nennen den Qualifikationserwerb als Motiv (Arriagada / Karnick 2021: 112).

Früheres freiwilliges Engagement sowie Gründe für die Beendigung

Die am häufigsten genannten Gründe für die Beendigung des Freiwilligenengagements waren ebenfalls wie in Österreich berufliche Gründe (43,3 % der Befragten) und zeitliche Begrenzung der freiwilligen Tätigkeit (42,9 % der Befragten). Im Vergleich zu Männern beenden Frauen ihr freiwilliges Engagement häufiger aus familiären Gründen. Personen im Ruhestand (65 Jahre und älter) beenden die Freiwilligenarbeit aus gesundheitlichen Gründen, weil sie eine Altersgrenze erreicht haben oder weil sie keine Verpflichtungen mehr übernehmen möchten (Arriagada / Karnick 2021: 112).

Gründe für ein Nicht-Engagement sowie Hindernisse

Der im aktuellen Freiwilligensurvey am häufigsten genannte Hinderungsgrund für ein freiwilliges Engagement ist die fehlende Zeit: 71,3 % der befragten Frauen und Männer nannten dies als Hauptgrund. Ältere Personen nennen häufiger gesundheitliche Gründe und den Wunsch, keine Verpflichtung eingehen zu wollen. Für Personen zwischen 30 und 64 Jahren sind berufliche Gründe ausschlaggebend. Frauen nennen anteilig mehr familiäre Gründe, Männer hingegen berufliche Gründe (Arriagada / Karnick 2021: 112).

Potenzial für freiwilliges Engagement Nicht-Engagierter

Das Potenzial für ein zukünftiges Engagement der Personen, die derzeit nicht freiwillig engagiert sind, liegt jedoch bei 58,7 %. Bei jungen Menschen zwischen 14 und 29 Jahren ist dieses Potenzial besonders hoch: 82,4 % der Befragten gaben an, dass sie sich prinzipiell eine freiwillige Tätigkeit vorstellen können (Arriagada / Karnick 2021: 112).

Nutzung des Internets für die freiwillige Tätigkeit

Ein für das Arbeitspapier relevantes Kapitel betraf die Nutzung des Internets für die freiwillige Tätigkeit an sich. Hier stellen die AutorInnen eine Spaltung innerhalb der befragten Personen fest. Rund zwei Drittel (59 %) nutzt das Internet im Rahmen ihrer Tätigkeit. Deutliche Unterschiede in der Nutzung zeigen sich bei folgenden Gruppen: Männer nutzen es häufiger im Vergleich zu Frauen, ältere Engagierte nutzen es trotz einer starken Zunahme von 35 Prozentpunkten im Zeitraum 2004 bis 2019 weniger als jüngere Alterskohorten, Personen mit höherer Bildung nutzen es häufiger im Vergleich zu Personen mit niedriger Bildung. Die aktive Nutzung des Internets war in der Beteiligung an sozialen Netzwerken am höchsten (Tesch-Römer / Huxhold 2021: 194).

4.4 Schweiz

Das Bundesamt für Statistik veröffentlicht regelmäßig eine Untersuchung über das Freiwilligenengagement in der Schweiz. Die aktuelle Version wurde im Dezember 2021 veröffentlicht und enthält daher auch Daten zur Freiwilligenarbeit während der Covid-19-Pandemie (Bundesamt für Statistik 2021).

Motive, Gründe für das Freiwilligenengagement bereits aktiver Personen

Auch in der Schweiz nennt eine große Mehrheit der Befragten (70,4 %), dass die Tätigkeit Spaß macht; soziale Gründe wie „mit anderen Menschen zusammenkommen“ (55,7 %), „anderen Menschen helfen“ (52,3 %), „mit anderen etwas bewegen“ (47,7 %) stehen weit vorne. 40,3 % gaben die „Erweiterung der eigenen Kenntnisse und Erfahrungen“ an, 10,4 % gaben die Freiwilligenarbeit als nützlich für die berufliche Tätigkeit an (Bundesamt für Statistik 2021: 7).

Potenzial für freiwilliges Engagement Nicht-Engagierter

Das Rekrutierungspotenzial für ein freiwilliges Engagement zeigte bei den Schweizer Befragten das folgende Bild: 16 % stimmten uneingeschränkt zu, sich die Übernahme einer freiwilligen Tätigkeit konkret vorzustellen, die Hälfte kann es sich vorstellen und ein Drittel kann es sich nicht vorstellen. Frauen und jüngere Altersgruppen zeigen ein höheres Interesse an einem zukünftigen Engagement. Als Wunschbereiche werden soziale und karitative Organisationen (42 % aller Interessierten mit konkreten Vorstellungen), Umwelt- oder Tierschutzorganisationen (39 %), Sportvereine (29 %) und kulturelle Vereine (26 %) genannt (Bundesamt für Statistik 2021: 8).

Voraussetzungen für ein zukünftiges institutionalisiertes Engagement

Das Bundesamt für Statistik fragte auch nach den Voraussetzungen für ein zukünftiges Engagement in einem Verein oder einer Organisation. Gefragt wurden Personen, die keine institutionalisierte Freiwilligenarbeit übernommen haben, jedoch ein Interesse dafür zeigen:

- 67,9 % nennen „genügend Zeit“ als Voraussetzung
- 60,3 % ein „gutes Thema/Anliegen“
- 48,4, % wünschen sich, dass die „Arbeit zeitlich flexibel einteilbar“ ist
- 42,4 % wollen, dass „die richtigen Leute mit dabei sind“
- 19,4 % bräuchten eine „konkrete Anfrage“
- 16,1 % nennen „Kenntnis von sinnvollen Einsatzmöglichkeiten“ als Voraussetzung
- 15,1 % können sich „einen zeitlich begrenzten Einsatz“ vorstellen
- 12,6 % sehen die „bessere Information über Einsatzmöglichkeiten“ als Voraussetzung
- 11,1 % wünschen „genügend Anerkennung und Wertschätzung“
- 10 % nennen eine „fachliche Unterstützung“
- 8,8, % würden sich in einer Notsituation engagieren

Die gezielte Anfrage und der persönliche Kontakt wird von 46 % der Befragten genannt, die den Anstoß für die Freiwilligenarbeit durch die Anfrage von anderen Personen im Verein oder in der Organisation erhalten haben (Bundesamt für Statistik 2021: 9-10).

Die neuen Freiwilligen

In dieser Studie des Gottlieb-Duttweiler-Instituts (GDI) werden neue Formen zivilgesellschaftlichen Engagements beschrieben, die Institutionen dabei unterstützen sollen, einem Mitgliederschwund zu begegnen. Drei zentrale Faktoren des zukünftigen Freiwilligenengagements werden in diesem Zusammenhang genannt:

1. **Autonomie:** Physische und virtuelle Freiräume für die Zivilgesellschaft, in denen sie ihre Aktivitäten entfalten kann. Eine konstruktive Fehlerkultur und mehr Vertrauen werden gefordert.
2. **Soziale Eingebundenheit:** Kombination des Lokalen mit größeren nationalen oder globalen Zugehörigkeiten verbinden. Das Individuum kann dadurch in etwas Größerem aufgehen.
3. **Wirksamkeit:** Das Erleben der Wirksamkeit – Performativität – im freiwilligen Engagement. Dafür braucht es auch eine breite Zugänglichkeit zum freiwilligen Engagement für unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen.

Der Aufgabenverteilung zwischen Staat, Markt und Zivilgesellschaft wird besonderes Augenmerk gewidmet. Statt von Freiwilligkeit zu sprechen, sollte der Begriff Partizipation verwendet werden (Samochowiec / Thalmann / Müller 2018: 4-6).

5 Ergebnisse der Interviews

Für die nachfolgende Darstellung der Interviews standen insgesamt 13 Personen als Interviewte zur Verfügung. Die Ergebnisse der Interviews können nicht im strengen Sinn als repräsentativ angesehen werden, doch erlauben sie die Darstellung unterschiedlicher Profile von potenziellen freiwillig Engagierten.

Merkmal der Interviewten	Männer	Frauen
Gender	Vier Männer	Neun Frauen
Alter	25, 32, 53 und 56 Jahre	24, 25, 25, 30, 35, 38, 50, 59 und 63 Jahre

5.1 Urbaner und ländlicher Lebensraum

Der überwiegende Teil der Interviewten lebt und arbeitet in der Agglomeration Rheintal. Zwei Personen leben in einer eher ländlichen Umgebung. Die Zuordnung zu urban oder ländlich erfolgte auf subjektiver Basis.

5.2 Zuzug oder Rückkehr nach Vorarlberg

In den Vorbereitungsgesprächen für das Projekt wurden auch Zugezogene und nach Vorarlberg zurückgekehrte Personen als potenzielle Zielgruppen ins Auge gefasst und in der Auswahl der InterviewpartnerInnen berücksichtigt.

- Drei Personen sind nach Vorarlberg zugezogen (aus Deutschland, Wien, Niederösterreich).
- Nach Vorarlberg zurückgekehrt nach einem Studium oder einer längeren beruflichen Tätigkeit außerhalb Vorarlbergs sind sieben Personen.

Zehn von dreizehn Interviewten haben berufliche und/oder bildungsbezogene Erfahrungen außerhalb des Bundeslandes gemacht.

5.3 Soziale Netzwerke und Sozialkapital

Eine Frage betraf die Verankerung in sozialen Netzwerken und das damit aufgebaute Sozialkapital. Es stellt einen wichtigen Baustein in der Ansprache für ein freiwilliges Engagement dar. Die folgenden Netzwerke wurden in den Gesprächen erwähnt:

- Netzwerke, die sich aus gemeinsamen Freizeitaktivitäten wie Sport, Ausflüge, Unternehmungen etc. ergeben. Dazu zählen auch Netzwerke, die sich aus gemeinsamen kulturellen oder künstlerischen Interessen und Hobbys ergeben. Diese wurden von zwei Dritteln der Befragten ins Spiel gebracht.
- Berufliche Netzwerke wurden ebenfalls von zwei Dritteln genannt.
- Familiäre Netzwerke
- Netzwerke, die auf Freundschaften aus der Jugend (Schule, Ausbildung) beziehungsweise gemeinsamen Vereinstätigkeiten in der Jugend beruhen.
- Netzwerke entweder in der Herkunftsregion (Familie, Freundeskreis, SchulkollegInnen) oder am Studienort (StudienkollegInnen), die weiterhin aktiv gepflegt und damit erhalten werden. Diese werden sowohl analog als auch digital gepflegt.
- Online-Netzwerke über Instagram, LinkedIn oder Facebook

5.4 Frühere freiwillige Engagements und Gründe für deren Beendigung

Zwei Personen gaben an, in der Vergangenheit weder im formalen noch im informellen Freiwilligensektor engagiert gewesen zu sein. Alle anderen berichteten über unterschiedliche Erfahrungen im Freiwilligenbereich: im sozialen und gesellschaftspolitischen Bereich, in kulturellen Einrichtungen, bei Veranstaltungen und Festen, in der Jungschar oder in der Schülervertretung und bei den Pfadfindern, in Musikvereinen, Sportvereinen oder Servicevereinen.

Als Gründe für die Beendigung der freiwilligen Tätigkeiten wurden die „klassischen“ Motive genannt:

- Familiengründung oder Aufnahme einer Beziehung
- Umzug aus beruflichen oder familiären Gründen; Studium außerhalb Vorarlbergs
- Eintritt in eine neue Lebensphase, beispielsweise vom Studium in den Beruf; Änderung von Interessen oder Motivlage
- Engagement war an eine bestimmte Altersgruppe gebunden.
- Freiwillige Projekte wurden abgeschlossen und es bestand kein weiterer Bedarf.

Eine Dominante, die in (fast) allen Interviews Erwähnung fand, waren fehlende zeitliche Ressourcen.

5.5 Motive für ein freiwilliges Engagement

Bei dieser Frage ging es um die aktuelle Motivlage für ein zukünftiges freiwilliges Engagement. Die Motive lassen sich folgenden Bereichen zuordnen, wobei es in allen Gesprächen zu Mehrfachnennungen kam.

- Etwas Sinnvolles machen: eines der am häufigsten genannten Motive bezog sich auf den Anspruch „etwas Sinnvolles zu machen“; etwas mit Sinn, das man auch gerne tut; etwas Gutes tun, das gerade gebraucht wird; emotionale Anteilnahme an der Tätigkeit oder am Thema

- Spaß am freiwilligen Engagement: bunt und abwechslungsreiches Engagement, es sollte einen spielerischen Charakter haben und auch für Kinder attraktiv sein
- Soziales und gesellschaftliches Engagement: soziales Interesse in die Tat umsetzen, anderen Menschen helfen, sich gesellschaftlich einbringen, generationenübergreifend, indem Kinder und Jugendliche miteinbezogen werden; auch ein soziales Engagement sollte „Spaß“ machen; einen sozialen Beitrag leisten, um der Gesellschaft wieder etwas zurückzugeben
- Neue Kontakte herstellen und soziale Interaktionen erweitern: Menschen außerhalb des beruflichen Umfeldes kennenlernen, Personen in anderen als den eigenen (beruflichen und privaten) Kontexten begegnen, „die eigene Blase verlassen“, gemeinsame Interessen pflegen; Diversität und Abwechslung im eigenen Umfeld fördern, dabei sein und neue Inputs erhalten; Teil einer Gemeinschaft sein; neue Orte und neue Menschen kennenlernen
- Eigene Expertise einbringen und nutzbar machen: berufliche Kompetenzen und Interessen sinnvoll nutzbar machen, Schnittmengen zu eigenen Interessen und Hobbys; Verbindung mit der beruflichen Tätigkeit
- Übergang vom formalen freiwilligen Engagement in ein anlassbezogenes auf Grund von Zeitressourcen oder sonstigen Einschränkungen
- Interesse an der freiwilligen Aktivität an sich: Sport, Kultur etc.

Die Wiederaufnahme eines freiwilligen Engagements wird durch frühere positive Erfahrungen in diesem Bereich erleichtert, die die Hemmschwelle senken, sich auf etwas Neues einzulassen. Beim Interesse an regelmäßigen persönlichen Kontakten spielt die räumliche Distanz (Nähe) eine Rolle, bei konkreten anlassbezogenen Aktivitäten ist die Distanz eher nebensächlich.

5.6 Hindernisse für ein zukünftiges freiwilliges Engagement

So vielfältig und individuell wie die Motive sind auch die Hindernisse für ein freiwilliges Engagement. Die im Folgenden dargestellten Hindernisse decken sich weitestgehend mit den Ergebnissen nationaler und internationaler Studien.

- Das am häufigsten genannte Hindernis sind fehlende Zeitressourcen. Die private oder die berufliche Lebenssituation nimmt die eigene Zeitressource voll in Anspruch.
- An prominenter Stelle steht der Wunsch nach „passenden, sympathischen und netten Menschen“ und einem „passenden Umfeld“.
- Fehlen eines zeitlich überschaubaren Einstiegs, der ein Abschätzen des zeitlichen Einsatzes ermöglichen würde, damit von vornherein eine Überforderung vermieden werden kann.
- Ein weiteres Hindernis ist nach einem einfachen Einstieg der Ausstieg oder das Beenden eines freiwilligen Engagements auf eigenen Wunsch. Eine Beendigung oder ein Ausstieg sollte jederzeit und ohne schlechtes Gewissen und sozialen Druck möglich sein. Dieses wird weiter unten noch im Detail behandelt.
- Einbringen der eigenen Expertise und Erfahrungen nicht möglich.
- Das Thema oder der Handlungsbereich ist uninteressant.
- Die Gesinnung entspricht nicht den eigenen Vorstellungen.

- Starre Strukturen, die beispielsweise ein regelmäßiges, zeitlich fixiertes Engagement verlangen und daher mit fixen Terminen verbunden sind.
- Die Übernahme von (zu viel) Verantwortung wurde als ein weiteres Hindernis identifiziert.
- Der Ort oder die Organisation ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln nicht gut erreichbar; zu lange Anfahrts- oder Abfahrtszeiten. Diese Überlegung wurde von Interviewten mit kleinen Kindern eingebracht.
- Fehlende öffentliche Mittel, um Projekte umzusetzen.
- Ich wurde nie gefragt.

5.7 Nutzung digitaler und analoger Kommunikationsmittel

Auf das Alter der interviewten Personen bezogen, lässt sich keine eindeutige Aussage über die Nutzung digitaler oder/und analoger Kommunikationsmittel machen. Das Internet und E-Mail sind bei allen interviewten Personen ein dominantes Informations- und Kommunikationsmedium.

Messenger Apps wie WhatsApp, Signal oder Telegram werden von allen benutzt. Soziale Medien wie Instagram, Twitter, Pinterest, Discord oder Facebook stehen bei der jüngeren Zielgruppe hoch im Kurs, wobei Instagram auch von der Gruppe 50+ am häufigsten genannt wurde. In diesem Zusammenhang wurde wiederholt darauf hingewiesen, dass die sozialen Medien aktuell gehalten und laufend bespielt werden müssen, da die NutzerInnen hohe Standards in der Darstellung und in der Aktualität gewohnt sind.

Von fast allen interviewten Personen werden auch Online-Tageszeitungen wie der Standard oder vol.at (vplus), Online-Magazine und Newsplattformen genannt. Als analoges Medium wurde die Zeitschrift „Kultur“ erwähnt. Gemeinde- oder Bezirksblätter spielen hingegen unter den Befragten keine Rolle.

Daraus kann der Schluss gezogen werden, dass AnbieterInnen alle Kanäle – vor allem die digitalen – bespielen sollten, um die gewünschten Zielgruppen anzusprechen und die Kommunikation an sie anzupassen.

5.8 Informationsvermittlung über Gelegenheiten für ein freiwilliges Engagement

Hier lassen sich aus den geführten Gesprächen die folgenden Zugänge der Informationsvermittlung über freiwilliges Engagement ableiten.

Persönliche Ansprache

Die persönliche Ansprache oder Kontaktaufnahme kann durch AnbieterInnen oder Vereine im Rahmen von Veranstaltungen erfolgen. Als Beispiele sind die „Alpinale ontour“ oder der Amateurtheaterverein genannt worden, die für Interessierte konkrete Möglichkeiten der freiwilligen Mitarbeit aufgezeigt haben: Mitarbeit bei der Vorjury für die Filmauswahl bei der Alpinale; Teilnahme

an einer Probe eines Amateurtheatervereins. In der IFES-Erhebung haben 33 % der Befragten angegeben, dass sie durch den Verein/die Organisation selbst, beispielsweise im Rahmen einer Informationsveranstaltung, zu ihrem Engagement gekommen sind (IFES 2016: 53-54).

Empfehlungen für ein freiwilliges Engagement über die persönlichen sozialen Netzwerke (Familie, FreundInnen-Netzwerk, interessensbezogene Netzwerke) genießen eine hohe Vertrauenswürdigkeit. Mundpropaganda und persönliche Empfehlungen fallen ebenfalls in diese Kategorie. Laut IFES-Studie kamen 67 % über Bekannte und Freunde/Freundinnen zu einem freiwilligen Engagement (IFES 2016: 53-54).

Die persönliche Kontaktaufnahme durch Vereine oder Personen aus den eigenen Netzwerken wurde von fast allen Befragten als erfolgversprechende Vorgangsweise bezeichnet. Es ist erwähnenswert, dass alle Personen der Zielgruppe 18- bis 35-Jährige eine persönliche Ansprache – auch über digitale Kanäle – als motivierend bezeichnen.

Digitale Kanäle wie soziale Medien und Plattformen

Kurze und prägnante Social-Media-Posts durch die AnbieterInnen mit einer direkten Aufforderung zum Mitmachen kamen ebenfalls zur Sprache. InfluencerInnen auf sozialen Medien, die über eigene Erfahrungen des freiwilligen Engagements berichten, können zum Dabeisein motivieren. Aktualität und eine attraktive Gestaltung sind unbedingte Voraussetzungen für die erfolgreiche Vermittlung von Aktivitäten.

Eigene Internetrecherchen

In der IFES-Studie gaben 43 % „aus Eigeninitiative, habe mich aktiv erkundigt“ an (IFES 2016: 53-54). Dazu zählen Internetrecherchen von Angeboten und Aktivitäten; die gezielte Suche in analogen oder digitalen Medien nach Vereinen und Organisationen, deren Aktivitäten die eigenen beruflichen oder privaten Interessen widerspiegeln. Eigeninitiative spielt für rund ein Drittel der Befragten eine wichtige Rolle.

Digitale Matching-Plattform

In den Interviews wurde die Nutzung einer digitalen Matching-Plattform thematisiert. Für eine nutzerfreundliche und attraktive Plattform stehen die folgenden Features:

- Anlegen eines eigenen Profils sollte möglichst kurz und einfach sein: Interessen, wie oft/häufig möchte ich etwas machen, Zeitdauer des Engagements; es sollte nur wenige Felder und Checkboxen zum Anklicken geben.
- Die Informationen über Aktivitäten und Angebote sind gut aufbereitet, mit wenig Text und einer verständlichen Beschreibung.
- Die Angebote sollten ausschließlich in Übereinstimmung mit den angeführten Interessen stehen. Kein „Angebot-Spam“ oder Überflutung mit uninteressanten Informationen. Es sollten nur Aktivitäten angezeigt werden, die auf Grund des eigenen Profils relevant und interessant sind.

- Reduktion des Zeitaufwandes für die Suche nach passenden Aktivitäten
- Beispiele für Freiwilligenarbeit könnten mit dem Foto einer Person verbunden sein. Man klickt auf die Person und kommt dann zu weiteren Informationen zu deren freiwilligem Engagement, Grund für das Engagement, was hat das freiwillige Engagement gebracht etc.
- Ein persönlicher Bezug sollte hergestellt werden: Ich muss mich persönlich angesprochen fühlen, „ich bin gemeint, meine Qualitäten werden gebraucht“.
- Ohne Zwang und Druck eine Aktivität auszuwählen
- Matching-Plattform auch als „Tauschbörse für Kompetenzen“ einsetzen.

Die Informationen sollten präzise und knapp gehalten sein, ein schönes Design haben und professionell dargestellt werden. Als Beispiel wurden Instagram-Posts mit Bild und wenig Text vorgeschlagen. Auch Push-Nachrichten sind vorstellbar.

Gute-Praxis-Beispiele für attraktive Instagram-Posts:

[Dare2Care \(@we.dare2care\) • Instagram-Fotos und -Videos](#)

[intombi Online Magazin \(@intombiforgirls\) • Instagram-Fotos und -Videos](#) (Homepage: [Engagement Kolumne - intombi](#))

Beispiele für bestehende online-Plattformen für informelles Engagement:

[Beitrag leisten](#)

[Dein Nachbarschaftsnetzwerk | FragNebenan](#)

Alternative zu Online-Dating-Plattformen

Eine Interviewpartnerin verwies auf den Umstand, dass Personen auf PartnerInnensuche, die für persönliche Bekanntschaften oder neue Beziehungen Dating-Plattformen nutzen, durchaus an Alternativen zum klassischen Online-Dating interessiert sind. Denn über eine gut gestaltete Plattform können Menschen mit ähnlichen oder gemeinsamen Interessen gefunden werden.

Als Beispiel wurde die Plattform „Bumble – Dating, Freunde, Netzwerke“ (<https://bumble.com/de/>) genannt, auf der man neue Kontakte herstellen kann mit Menschen, die ähnliche Aktivitäten ausüben. Ein weiteres Beispiel ist die App „Meet-up“ mit „Vorarlberg International Meetup“ (https://www.meetup.com/de-DE/Vorarlberg-International/?_cookie-check=wI9Zjm2gHKvEnU_K), über die ebenfalls Gleichgesinnte für gemeinsame Unternehmungen gefunden werden können.

5.9 Unterstützung und Begleitung durch die Organisation

Ansprechperson im Verein oder der Organisation

Alle Interviewten bezeichneten eine Ansprechperson im Verein oder der Organisation als zentrales Asset. Dieser Ansprechperson kommen unterschiedliche Aufgaben zu.

Zu Beginn des freiwilligen Engagements:

- Ausreichende Information über die Erwartungshaltung gegenüber den Freiwilligen und den zeitlichen Aufwand, der zu erwarten ist
- Detaillierte Informationen über die Tätigkeit, um die Sinnhaftigkeit des persönlichen Engagements abzuklären: Passt das Profil zu den Tätigkeiten, macht es Sinn mich einzubringen? Etc.
- Einführung in die Organisation, um ein Kennenlernen zu ermöglichen
- Austausch mit anderen ermöglichen, die diese freiwillige Arbeit schon gemacht haben
- Organisation von Einschulungen für die jeweilige Tätigkeit (Radlobby-AdministratorInnen-Tutorial, Alpinale-Vorjury-Webinar)
- Zurverfügungstellung von Ablaufplanung, erforderlichen Gerätschaften und Materialien

Während des freiwilligen Engagements sollte die Ansprechperson für alle aufkommenden Fragen da sein.

Weitere Unterstützungsangebote

Als weitere unterstützende Maßnahmen wurden die folgenden genannt:

- Niederschwelliger und leichter Einstieg in die Tätigkeit auch ohne Anmeldung vorstellbar
- Schnuppermöglichkeiten auch für einen längeren Zeitraum, ohne eine kurz- oder längerfristige Verpflichtung eingehen zu müssen
- Unterstützung bei der Umsetzung eigener Projekte und Ideen, Zurverfügungstellen von Mitteln und Räumen
- Möglichkeiten für die Bildung kleiner Teams, um Überforderung zu vermeiden und um gemeinsam Verantwortung zu übernehmen
- Feedback und Mentoring

5.10 Dauerhaftes oder anlassbezogenes freiwilliges Engagement

In Hinblick auf ein längerfristiges und verbindliches Engagement oder ein anlassbezogenes, punktuelles Freiwilligenengagement tendierte das Interesse eher in Richtung anlassbezogenes, projektbezogenes, befristetes und punktuelles Engagement. Dieses freiwillige Engagement kann in Zeitabständen – von Monaten oder jährlich – auch regelmäßig sein (Pfadi-Flohmarkt, jährliche

Vereinsveranstaltungen, Festivals etc.). Als wichtigster Grund für eine solche Präferenz wurde die zur Verfügung stehende Zeit genannt. Wichtig ist ein flexibler und zwangloser Rahmen.

Als Voraussetzungen für ein länger andauerndes und verbindliches Engagement wurden „es muss alles passen“, „die richtigen Leute sind mit dabei“, „es entspricht meinen Interessen voll und ganz“ und „das Thema hat eine hohe Relevanz für mich“ genannt. Auch die Möglichkeit eine freiwillige Tätigkeit mit beruflichen oder freizeitbezogenen Aktivitäten zu verknüpfen kann für ein dauerhaftes Engagement hilfreich sein.

5.11 Beendigung der Freiwilligentätigkeit

Für alle Interviewten ist die Möglichkeit, ein freiwilliges Engagement auch im Guten und ohne „schlechtes Gewissen“ oder sozialen Druck durch andere Freiwillige zu beenden, eine wesentliche Voraussetzung für die Aufnahme eines solchen. Diese Position wurde besonders von jenen geteilt, die bereits Erfahrung mit einem freiwilligen Engagement gehabt haben.

Die Vereine und Organisationen, so der Wunsch, sollten bereits bei der Aufnahme von Freiwilligen mitbedenken, wie ein guter Ausstieg möglichst reibungsfrei und ohne Druck auf die Freiwilligen auszuüben gestaltet werden kann. Dieser Aspekt trifft auch auf kurze Engagements zu, die man wegen einer unrealistischen Einschätzung des Aufwandes im Vorfeld vorzeitig beenden möchte. Eine durchgängige „Freiwilligkeit“ erlaubt es auch, nicht immer an allen Aktivitäten teilnehmen zu müssen.

Die Vereine und Organisationen sind also gut beraten, eine „Kultur des guten Ausstiegs“ zu entwickeln, um die betreffenden Personen zu verabschieden, aber gleichzeitig die Tür für spätere Engagements offenzuhalten.

5.12 Belohnungsmodelle für das freiwillige Engagement

Zu materiellen und immateriellen „Belohnungen“ sowie zu öffentlich einsehbaren Dokumentationen der freiwilligen Arbeit nahmen die Befragten unterschiedliche Haltungen ein.

Als attraktive Belohnung wurde nach Beendigung des freiwilligen Engagements beispielsweise ein gemeinsames Abendessen, Fest oder Ausflug genannt. Das ist auch Ausdruck gemeinsamen Tuns, bei dem die Freiwilligkeit einen Mehrwert gewinnt.

Die Freude an der freiwilligen Tätigkeit, die erbrachte Leistung, das gemeinschaftliche Tun, die Entstehung von Freundschaften auch über das Engagement hinaus werden als intrinsische Belohnungen genannt.

Vergünstigungen bei der Teilnahme an kostenpflichtigen Aktivitäten und Angeboten der jeweiligen Organisation werden als Ausdruck der Wertschätzung für die erbrachte Freiwilligenarbeit genannt.

Ein materielles Incentive mit einem Begleitschreiben vor Beginn der Freiwilligentätigkeit drücken eine wertschätzende Aufmerksamkeit aus und steigern die Motivation.

Das Sammeln von Punkten, um zum späteren Zeitpunkt eine Leistung in Anspruch zu nehmen, fand ebenso Zustimmung.

Auch eine interne löbliche Erwähnung wurde von einigen gutgeheißen und drückt eine motivierende Wertschätzung für die erbrachte Tätigkeit aus. In Hinblick auf öffentlich einsehbare Dokumentation der geleisteten Freiwilligenarbeit wurde überwiegend die Meinung vertreten, dass dies keine besondere Notwendigkeit darstellt.

Im Ehrenamtshandbuch des Deutschen Schützenbundes findet sich ein eigenes Kapitel zum Thema Anerkennung und Belohnung im freiwilligen Engagement. Bei den Formen der Anerkennung unterscheiden sie:

- immaterielle Formen: Auszeichnungen, Nachweise, Berichterstattung in den Medien, gesellige Events u. v. m.
- geldwerte Anerkennungsformen: kostenlose Raum- oder Gerätenutzung, Übernahme von Qualifizierungskosten, Zahlung von Versicherungsbeiträgen, Verköstigungen etc.
- monetäre Anerkennungsformen: Aufwandsentschädigungen, Auslagererstattungen

Checklisten, Infoblätter und Arbeitsmaterialien stellen weitere Informationen für die Etablierung eines Anerkennungs- und Belohnungskonzeptes zur Verfügung (Deutscher Schützenbund 2021: 79-94).

6 Gute-Praxis-Beispiele

In den Gesprächen wurden einige konkrete Gute-Praxis-Beispiele für ein erfolgreiches Freiwilligenmanagement genannt. Die angeführten Beispiele bezogen sich auf punktuelle Aktivitäten und zeitlich begrenzte Projekte. Angeführt wurden unter anderem:

Flohmarkt der Pfadfinder: Die Kommunikation erfolgt mittels E-Mail. Vor dem Flohmarkt bekommen die freiwilligen VerkäuferInnen ein Package mit allen Informationen und Unterlagen sowie ein T-Shirt. Nach Abschluss werden die Erfolgsdaten zum Verkauf kommuniziert.

Filmfestival Alpine: Die Mitglieder der Vorjury werden im Rahmen eines Webinars auf ihre Tätigkeit vorbereitet. Sie werden durch eine eigene Person, die über weitergehende Kenntnisse des Ablaufs verfügt und für alle Fragen zur Verfügung steht, geleitet. Nach der Mitarbeit beim Filmfestival werden alle zu einem gemeinsamen Abendessen eingeladen, die Filme können von den Mitgliedern der Vorjury jederzeit wieder angeschaut werden und alle Freiwilligen werden zu weiteren Filmaktivitäten der Alpine eingeladen.

AdministratorIn beim Radius (vorarlberg radelt): Vor Start der österreichweiten Aktion „Österreich radelt“ erhalten alle AdministratorInnen ein Schreiben und eine eigens im CI des Events eingepackte Schokolade. Mehrere Video-Tutorials stehen in Ergänzung zum Einführungs-Tutorial auf der Website zur Verfügung. Während des Events erhalten alle laufend aktuelle Informationen, die an die Teilnehmenden übermittelt werden können.

7 Resümee

Ein kurzes Resümee der dreizehn Interviews lässt sich wie folgt formulieren:

- Der Faktor Zeit spielt sowohl bei der Beendigung eines früheren freiwilligen Engagements als auch bei der Aufnahme eines neuen die zentrale Rolle.
- Gemeinschaft, in einem Team zu sein, gemeinsam mit Freundinnen und Freunden etwas zu tun, Spaß und Freude dabei zu haben sowie starke Themen und eine sinnstiftende Tätigkeit sind die wichtigsten Triebfedern.
- Bekannte und Personen aus den sozialen Netzwerken sind vertrauenswürdig und daher die bevorzugten MotivatorInnen: einerseits weil man dadurch einen persönlichen Bezug zur Tätigkeit hat, andererseits weil sich dadurch zeitlich zwei Aktivitäten verbinden lassen: Freunde treffen und sich engagieren.
- Soziale Medien werden vor allem von der Altersgruppe 18 bis 35 Jahre stark genutzt.
- Sowohl kurzfristige anlass- oder projektbezogene Tätigkeiten als auch langfristige Vereinstätigkeiten kommen in Betracht.
- Eine „Kultur des guten Ausstiegs“ wird erwartet.
- Materielle oder immaterielle Belohnungen sind für die meisten Personen eher unwichtig. Abschlussfeste, Essen oder Ausflüge als Gemeinschaftserlebnisse hingegen sind willkommen.

8 Literatur und Quellenverweise

Die kursiv gestellten Angaben sind der Vollständigkeit halber angeführt, aber nicht im Arbeitspapier zitiert.

Arriagada, Céline; Karnick, Nora (2019): Motive für freiwilliges Engagement, Beendigungsgründe, Hinderungsgründe und Engagementbereitschaft. In: Simonson, Julia; Kelle, Nadiya; Kausmann, Corinna; Tesch-Römer, Clemens (Hg.) (2021): Freiwilliges Engagement in Deutschland Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019. Deutsches Zentrum für Altersfragen. Berlin. Download: <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/themen/engagement-und-gesellschaft/engagement-staerken/freiwilligensurveys/der-deutsche-freiwilligensurvey-100090> [14.3.2022]

Bundesamt für Statistik (Hg.) (2021): Freiwilliges Engagement in der Schweiz 2020. Neuchâtel. Download: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/aktuell/neue-veroeffentlichungen.gnpdetail.2021-0625.html> [14.3.2022]

Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz, Abt. V/A/6 - Grundsatzangelegenheiten der Seniorinnen- und Senioren-, Bevölkerungs- und Freiwilligenpolitik (Hg.) (2015): Bericht zur Lage und zu den Perspektiven des Freiwilligen Engagements in Österreich 2. FREIWILLIGENBERICHT. Wien. Download: <https://www.freiwilligenweb.at/freiwilliges-engagement/freiwilligenbericht/> [10.3.2022]

Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (BMSGPK) (Hg.): (2019): 3. Bericht zum freiwilligen Engagement in Österreich. Freiwilligenbericht 2019. Wien. Download: <https://www.freiwilligenweb.at/freiwilliges-engagement/freiwilligenbericht/> [10.3.2022]

Büro für Freiwilliges Engagement und Beteiligung (2021): Vereinshandbuch. Inspiration – Erfahrung – Fachwissen. Bregenz. Download: <https://vorarlberg.at/-/vereinshandbuch> [10.3.2022]

Deutscher Schützenbund (2021): Schritt 6 Anerkennung und Belohnung freiwilligen Engagements. In: Das Ehrenamtskonzept des Deutschen Schützenbundes Eine Arbeitshilfe in 10 Schritten zur Förderung von ehrenamtlichem und freiwilligem Engagement im Deutschen Schützenbund. Wiesbaden. Seiten 79-94. Download: https://www.dsb.de/fileadmin/DSB.DE/PDF/PDF_2021/DSB_Ehrenamt_Handbuch_Schritt_6.pdf [23.3.2022]

Fredersdorf, Frederic (Januar 2020): Endbericht zur Studie „Bürgerschaftliches Engagement und Sozialkapital in Vorarlberg 2019. Soziales Monitoring für Sozialkapital und Engagement“. Band 1 Hauptergebnisse. FH Vorarlberg Forschungszentrum Sozial- und Wirtschaftswissenschaften. Dornbirn. Download: <https://vorarlberg.at/documents/302033/472653/Bürgerschaftliches+Engagement+und+Sozialkapital+Studie+2019.pdf/45be15d0-825d-a9aa-f2b5-86a9617a971f?t=1616152333542>

Großegger, Beate (2018): Jugend und Freiwilligenarbeit. Kurzexpertise. Institut für Jugendkulturforschung. Wien.

Oberbauer, Martin (2015): Perspektiven – Lebenslanges Lernen & freiwilliges Engagement. Wiener Plattform für FreiwilligenkoordinatorInnen. Wien.

Österreichischer Integrationsfonds (Hg.) (2015): Freiwilligenarbeit in Österreich. Fact Sheet Aktuelles zu Migration und Integration. Österreichischer Integrationsfonds (ÖIF). Wien.

Samochowiec, Jakub; Thalmann, Leonie; Müller, Andreas (2018): Die neuen Freiwilligen – Die Zukunft zivilgesellschaftlicher Partizipation. Gottlieb Duttweiler Institut (Hg.). Rüschlikon. Schweiz. Download: <https://www.gdi.ch/de/publikationen/studien-buecher/die-neuen-freiwilligen> [23.3.2022]

Seebauer, Sebastian (2013): Bereitschaft und Motive für Freiwilligenarbeit. Wegener Center für Klima und globalen Wandel. Graz.

Simonson, Julia; Kelle, Nadiya; Kausmann, Corinna; Tesch-Römer, Clemens (Hg.) (2021): Freiwilliges Engagement in Deutschland Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019. Deutsches Zentrum für Altersfragen. Berlin. Download: <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/themen/engagement-und-gesellschaft/engagement-staerken/freiwilligensurveys/der-deutsche-freiwilligensurvey-100090> [14.3.2022]

Stippl, Peter (2011): Welchen persönlichen Nutzen ziehen Mitarbeiter der Freiwilligen Feuerwehr und des Roten Kreuzes in Österreich aus ihrer ehrenamtlichen Tätigkeit? Dissertation. Sigmund Freud Privatuniversität Wien. Wien.

Tesch-Römer, Clemens; Huxhold, Oliver (2021): Nutzung des Internets für die freiwillige Tätigkeit. In: Simonson, Julia; Kelle, Nadiya; Kausmann, Corinna; Tesch-Römer, Clemens (Hg.) (2021): Freiwilliges Engagement in Deutschland Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019. Deutsches Zentrum für Altersfragen. Berlin. Download: <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/themen/engagement-und-gesellschaft/engagement-staerken/freiwilligensurveys/der-deutsche-freiwilligensurvey-100090> [14.3.2022]