



Oben: Eindrücke der Befragung auf dem Cottbuser Altmarkt. Es wurden 184 Menschen erreicht.

Unten: Das Befragungsteam (Freiwilligenagenturleiterin Ramona Franze-Hartmann, Praktikantin Lisa Grundke, die zwei freiwilligen Studentinnen Luise Gericke und Kathrin Hagen und unser freiwilliger Musiker Markus Möller)



Ergebnisse:

- ❖ Das Alter und der Status der Arbeitslosigkeit scheint in Cottbus beim ehrenamtlichen Engagement eine erhebliche Rolle zu spielen.
- ❖ Der Soziale Bereich und verschiedenste Gremien scheinen in Cottbus für die meisten ehrenamtlich Tätigen attraktiv und leicht zugänglich zu sein.
- ❖ Das Engagementpotential ist unter den befragten Cottbusern relativ hoch. Junge Menschen engagieren sich vor allem aus Zeitgründen nicht. Kosten scheinen kein Hindernis darzustellen, dafür umso mehr der Faktor Verpflichtung und die nicht ausreichenden Informationen zu Engagementmöglichkeiten.
- ❖ Neue Kontakte und Erfahrungen spielen in allen Altersgruppen eine wichtige Rolle für die Engagementtätigkeit. Anerkennung ist eher ein Motiv bei den älteren Generationen.
- ❖ Die Freiwilligenagentur ist der Mehrheit der älteren (>30) Befragten bekannt. Unbekannt ist sie bei vielen Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Die Zeitung scheint die Hauptinformationsquelle zu sein, die Internetseite hat noch einen zu geringen Einfluss.

Handlungsziele:

- ❖ Förderung bürgerschaftlichen Engagements bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen, deren Engagementbereitschaft groß ist (z.B. durch Service-Learning an Schulen und an den zwei Hochschulen; mehr projektartige, kurzweilige Engagementangebote schaffen und publizieren).
- ❖ Infoveranstaltungen zu Engagementmöglichkeiten nach dem Berufsaustritt, um gezielt die Generation der über 55 Jährigen anzusprechen, deren Engagementpotential eher als niedrig anzusehen ist.
- ❖ Etablierung von Engagementprojekten und die Förderung von Bürgerinitiativen gerade im Bereich Natur- und Umweltschutz.
- ❖ Individuelle Engagementmotive bereits in der Beratung bzw. im Erstgespräch berücksichtigen und Anerkennungswünsche abfragen.
- ❖ Die Freiwilligenagentur könnte ihren Bekanntheitsgrad und der ihrer Internetseite gerade bei Jugendlichen durch mehr Plakate und Postkarten erweitern.

Auswertung

Etwas mehr als die Hälfte der 184 Befragten (54%) engagieren sich oder haben sich in der Vergangenheit schon mal engagiert. Bei der Betrachtung der folgenden Abbildungen ist zu berücksichtigen, dass es sich bei den Befragten um mehr Frauen als Männer und auch um ungleichmäßig verteilte Altersgruppen handelt (*Abbildung 1*). Die formulierten Aussagen beziehen diesen Umstand mit ein.

Befragte nach Altersgruppen

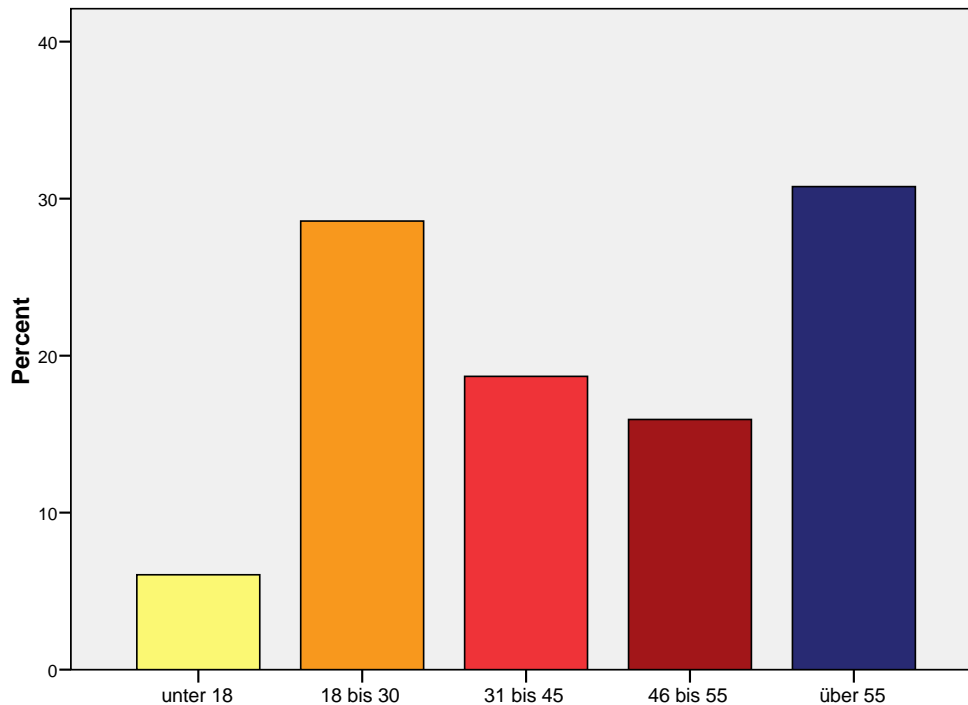


Abbildung 1

Zum eigenen Engagement

- Es sind vor allem Erwerbstätige im mittleren und höheren Alter und Rentner (*siehe Abbildung 2, Abbildung 3, Abbildung 4*) engagiert. Bei den erwerbstätigen Ehrenamtlichen scheint das Geschlecht auch eine Rolle zu spielen, denn von den befragten erwerbstätigen Männern ist die Mehrheit engagiert. Wohingegen bei den erwerbstätigen Frauen die Mehrheit nicht engagiert ist.
- Von der relativ geringen Anzahl der befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist in jeder Berufsgruppe ein niedrigeres eigenes Engagement zu verzeichnen (*Abbildung 3, Abbildung 4, Abbildung 5*).
- Von der relativ geringen Anzahl der befragten Arbeitslosen zeigt sich in der detaillierten *Abbildung 5*, dass sich die meisten von ihnen im mittleren und höheren Alter engagieren.

Engagement nach Alter

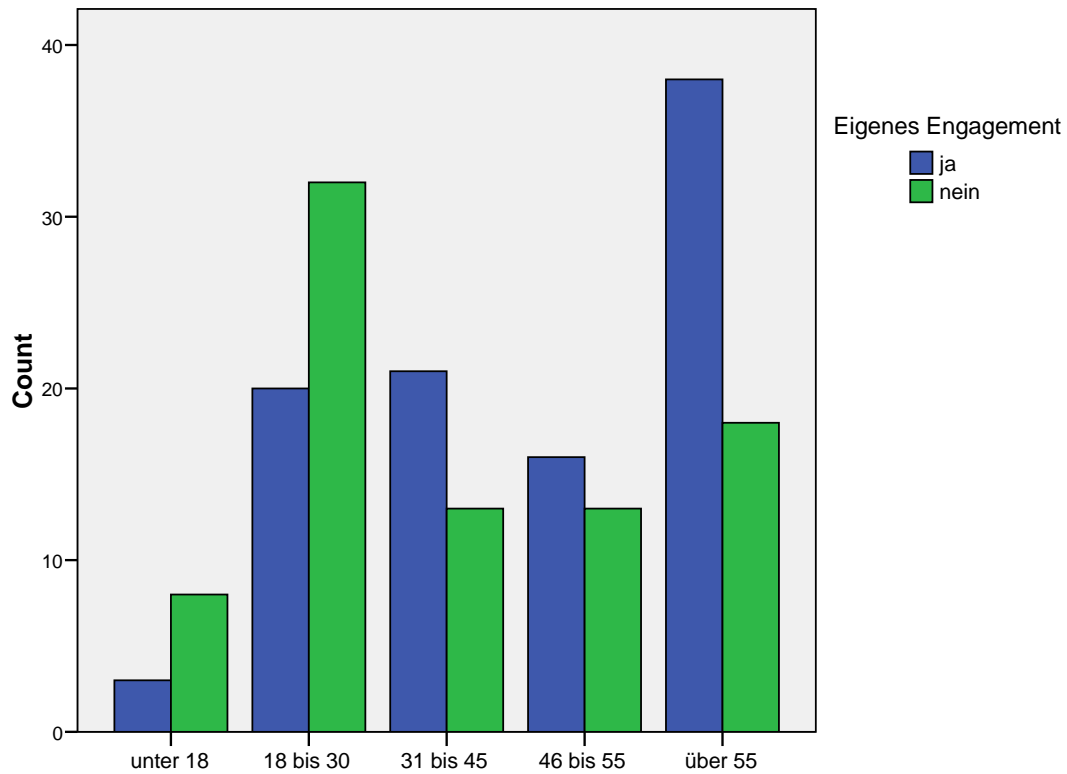


Abbildung 2

Engagement nach Berufsstand

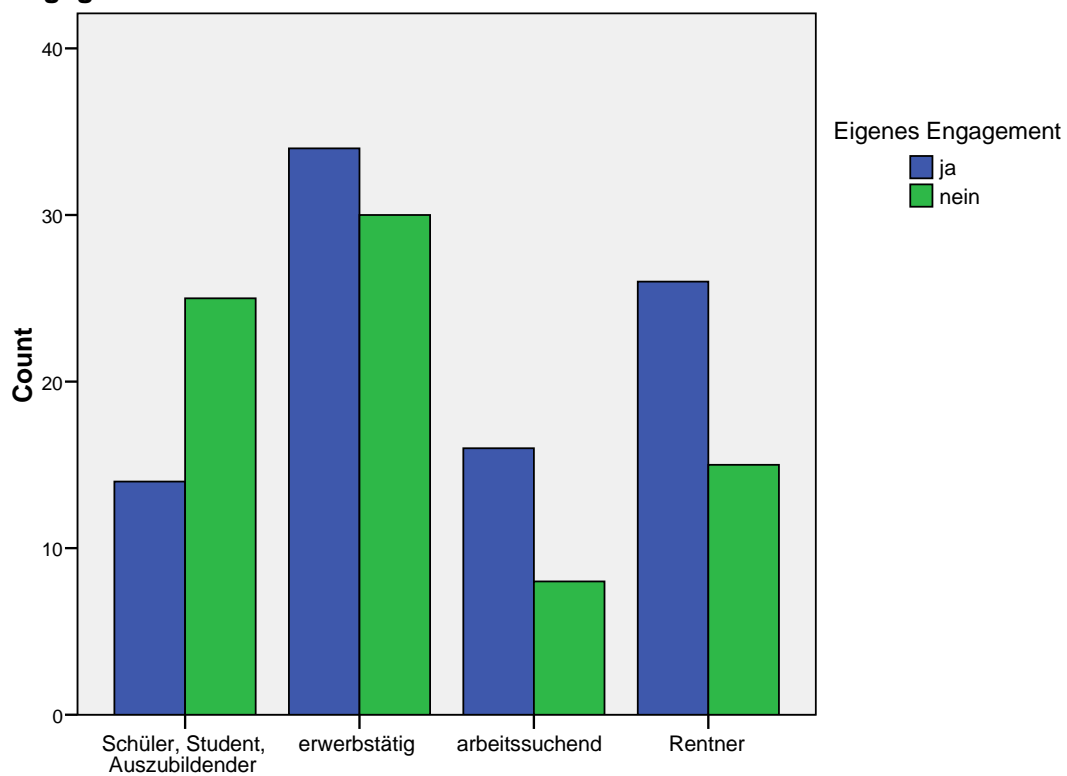


Abbildung 3

Engagement der Erwerbstätigen nach Altersgruppen

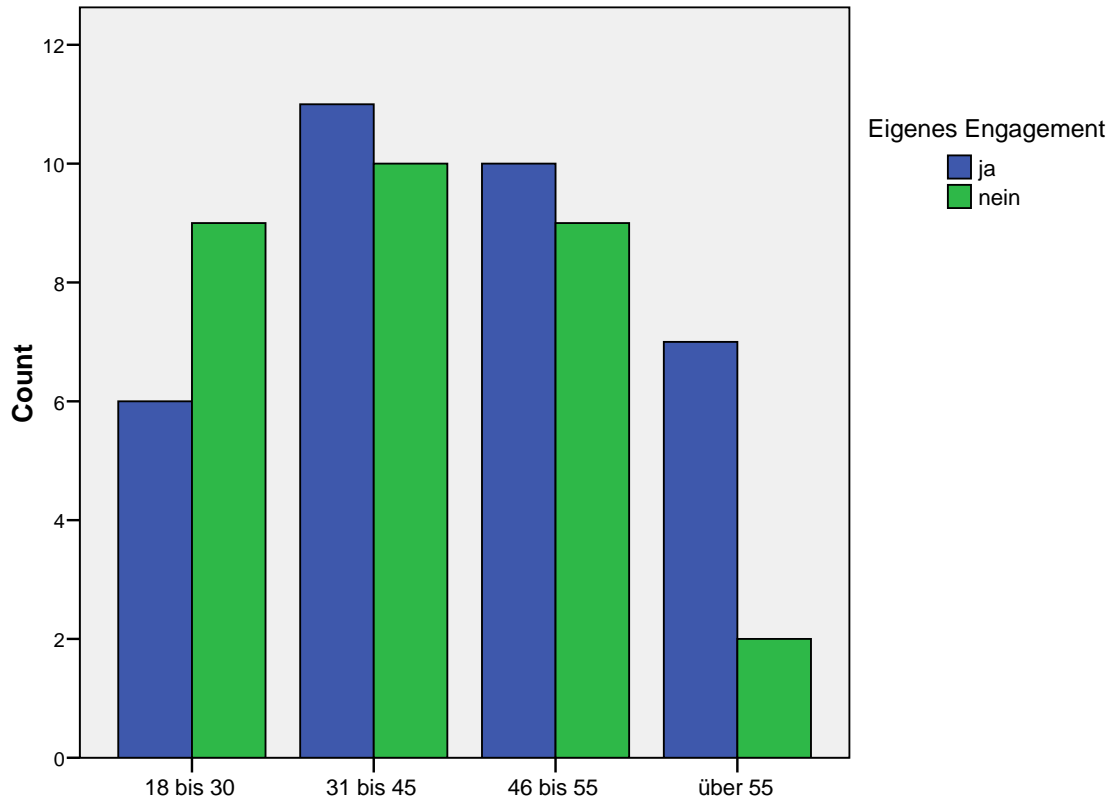


Abbildung 4

Engagement der Arbeitsuchenden nach Altersgruppen

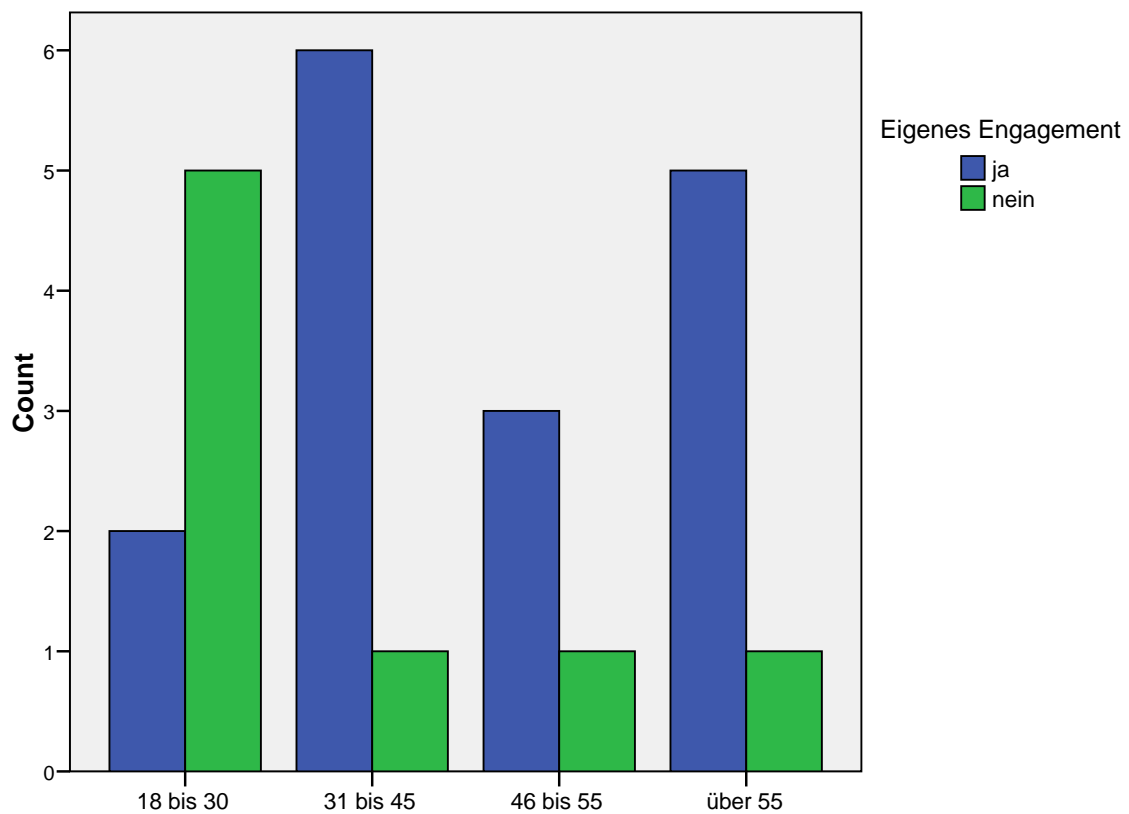


Abbildung 5

Zu den Engagementbereichen

- Sowohl im sozialen Bereich als auch in Gremien bzw. Arbeitsausschüssen der Politik und Interessenvertretung (wie z.B. Beiräte, Gemeindevertreter) sind viele der Befragten engagiert.
- Hierbei ist zu beachten, dass die Verteilung der Tätigkeitsfelder davon abhängt, wie viele Möglichkeiten es in den einzelnen Bereichen gibt und wie leicht zugänglich diese gemacht werden. Der Soziale Bereich scheint ein sehr großer und niedrighschwelliger Bereich für engagierte und engagementbereite Menschen zu sein. Die geringe Anzahl der befragten Jugendlichen beeinflusst die entstandene Verteilung. Der Bereich Sport ist erfahrungsgemäß ein sehr großer Engagementbereich, in dem sich viele Jugendliche betätigen.

(vgl. Freiwilligensurvey Brandenburgs S.33

http://www.politische-bildung-brandenburg.de/links/ehrenamt_brandenburg_studie.pdf

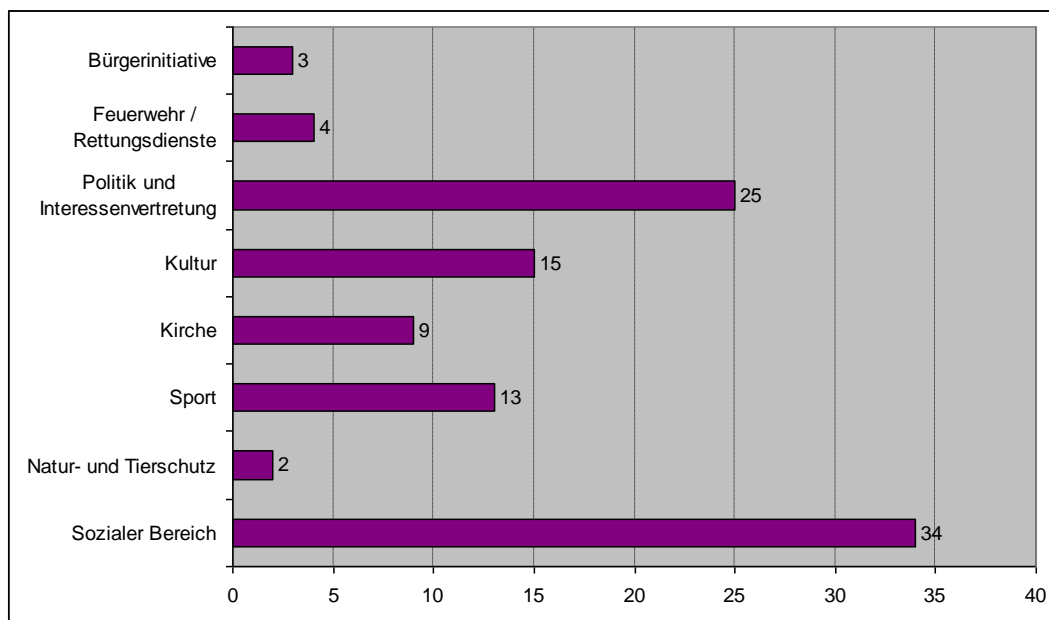


Abbildung 6

Zu den Gründen für fehlendes Engagement und zu Engagementpotentialen

- 46% der 184 Befragten engagieren sich nicht, ein Drittel von ihnen wäre aber eventuell dazu bereit (*Abbildung 7*).
- Es sind vor allem die Jugendlichen und jungen Erwachsenen bis 30, die sich engagieren würden, aber sich bis jetzt vor allem aus Zeitgründen und Gründen der regelmäßigen Verpflichtung nicht engagiert haben (*Abbildung 8, Abbildung 9*).
- Mangelnde Informationen zu Engagementmöglichkeiten scheinen von den befragten nicht ehrenamtlich Tätigen vor allem Schüler, Studenten, Auszubildende, Arbeitssuchende und auch Rentner zu haben (*Abbildung 8*).
- Bei den wenigen über 55 Jährigen nicht Engagierten ist das Engagementpotential gering, sie sind aber bereit sich kurzfristig zu engagieren (*Abbildung 9*).

Bereitschaft zum Engagement

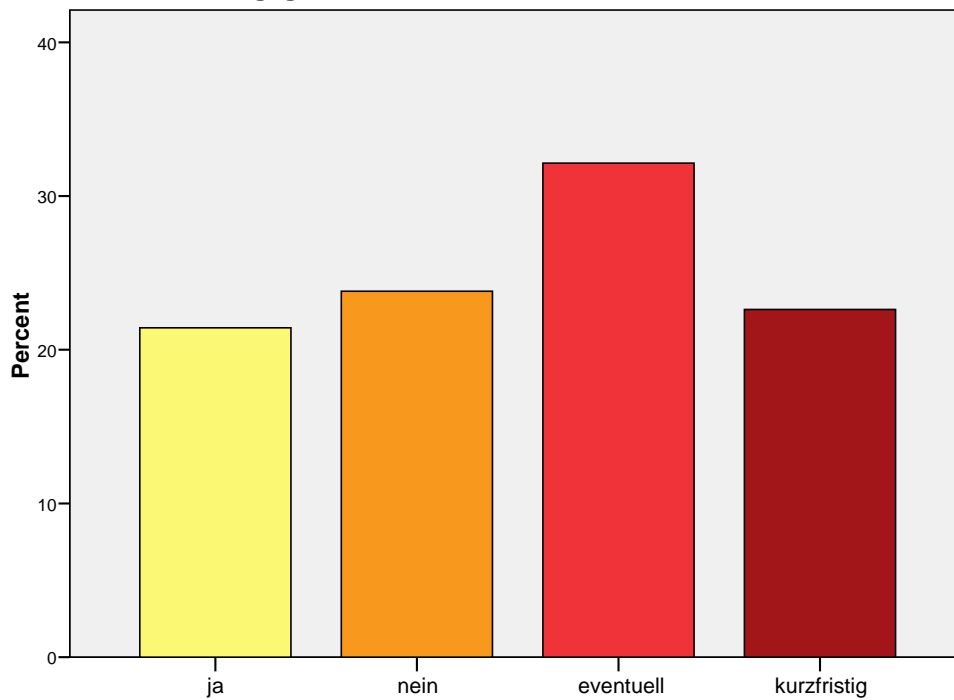


Abbildung 7

Gründe für nicht Engagement

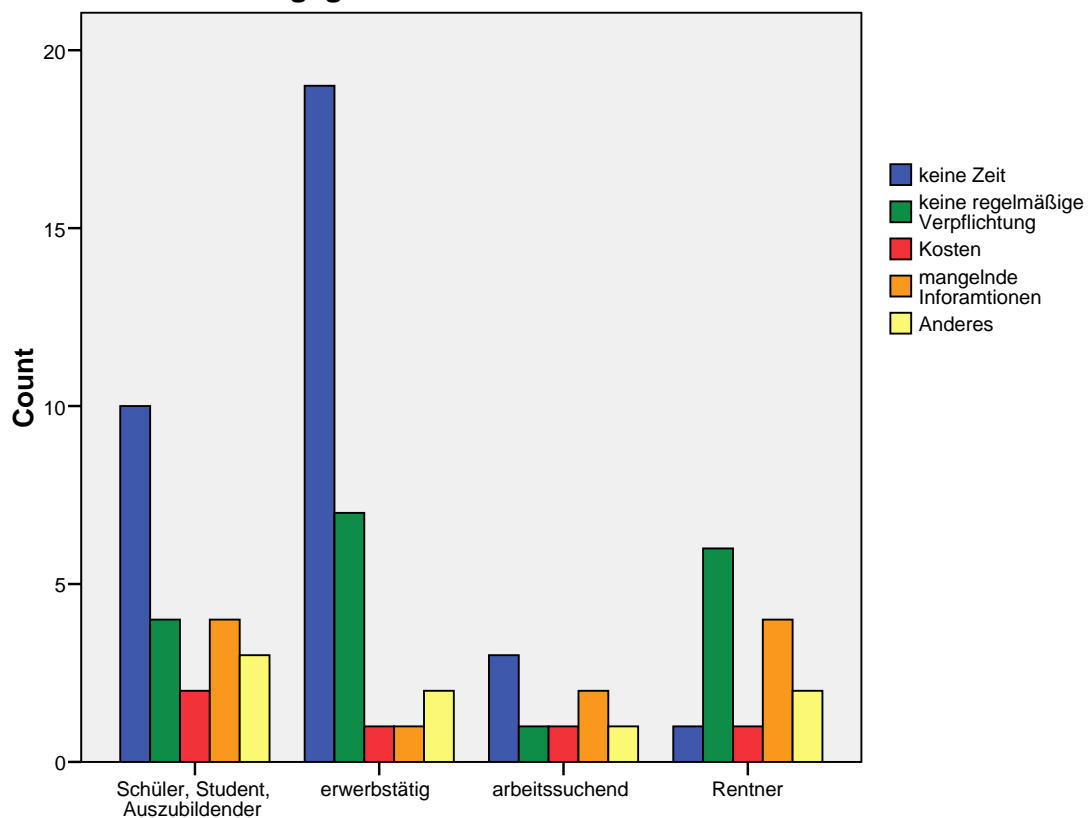


Abbildung 8

Bereitschaft zum Engagement nach Alter

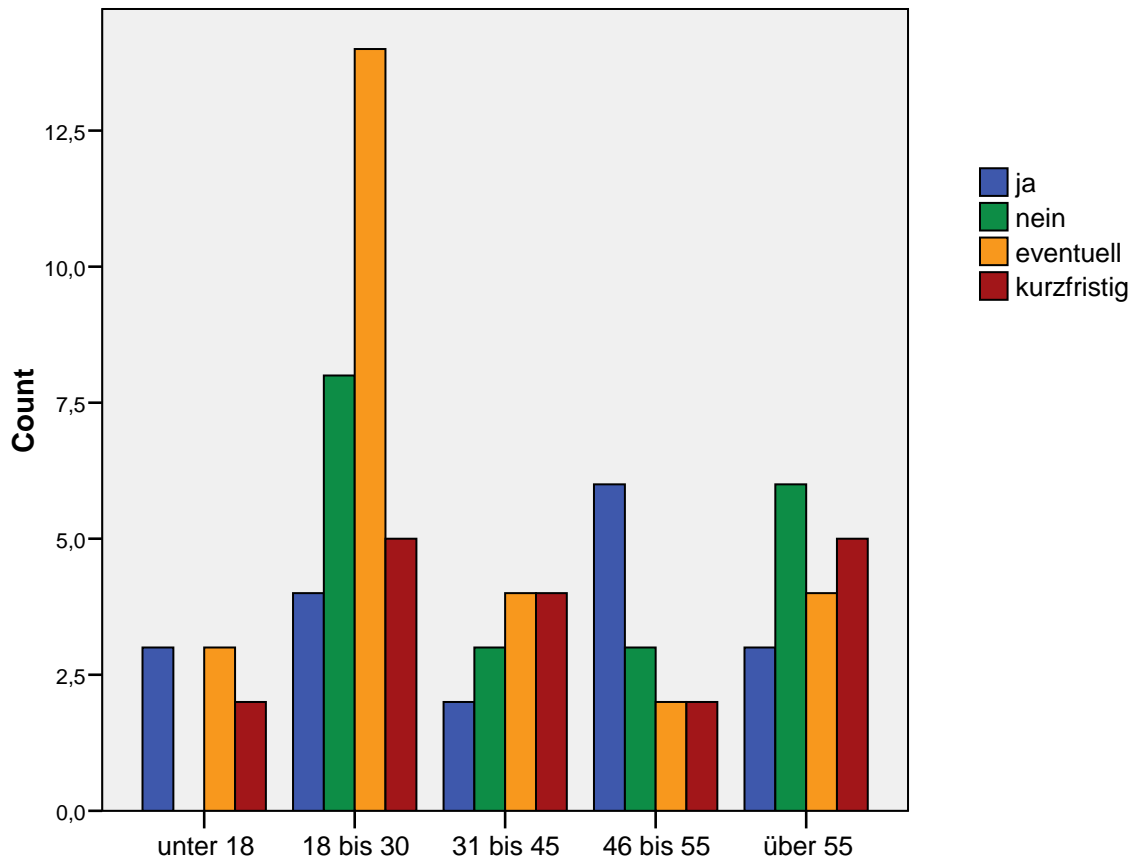


Abbildung 9

Zu den Motiven der engagierten Befragten

- Allen engagierten Befragten sind vor allem neue Kontakte und das Sammeln neuer Erfahrungen wichtig.
- Berufliche Chancen erhoffen sich insbesondere Schüler, Studenten und Auszubildende und Arbeitssuchende.
- 97% aller Befragten bewerten ein Engagement als wichtig, jedoch ist es vorwiegend für die älteren Generationen „eine Aufgabe, die gemacht werden muss und für die sich schwer jemand anderes findet“.
- Anerkennung scheint eher ein Motiv der älteren Generationen zu sein (*Abbildung 10*)
- Vielmehr spielen auch Motive wie *Freude, Spaß, ein Vorbild zu sein, die Wissensweitergabe und etwas Gutes tun zu wollen* eine Rolle.

Zum Bekanntheitsgrad der Freiwilligenagentur

- Bei den älteren Erwerbstätigen, den Rentnern und den Arbeitssuchenden ist die Freiwilligenagentur relativ gut bekannt, aber bei den jüngeren Erwerbstätigen, den jungen Arbeitssuchenden und den Schülern, Studenten und Auszubildenden eher weniger bekannt.
- Die meisten kennen die Freiwilligenagentur über die lokalen Zeitungen und das Radio (*Abbildung 11*) bzw. durch Mundpropaganda.

Anerkennung als Motiv bei den unterschiedlichen Altersgruppen

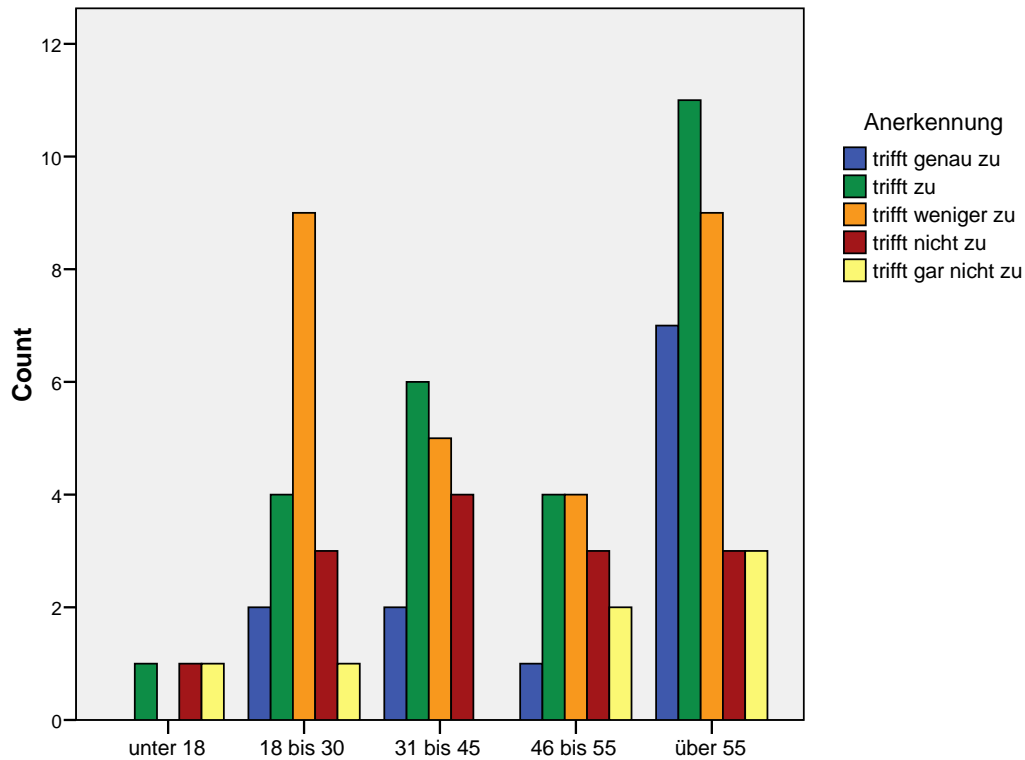


Abbildung 10

Wodurch haben Sie von der Freiwilligenagentur gehört?

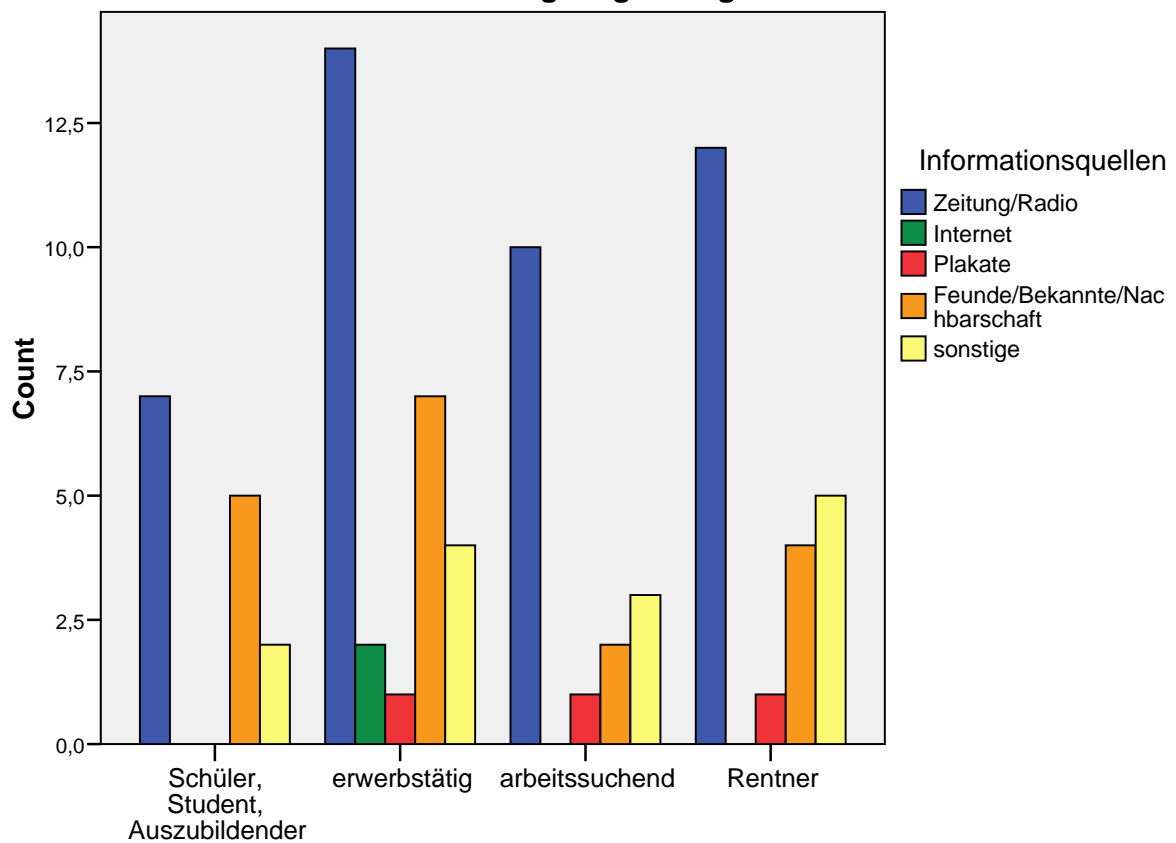


Abbildung 11