

**Freiwilligenagenturen in Deutschland.  
Empirische Befunde der  
quantitativen Langzeituntersuchung.  
Forschungsbericht.**

**Volunteer centers in Germany.  
Empirical findings from the  
quantitative long-term study.  
Research paper.**

**Prof. Dr. Karsten Speck, Lara Stauermann, Nantke Schmidt**

Professur für Forschungsmethoden in den Erziehungs- und  
Bildungswissenschaften, Institut für Pädagogik, Carl-von-Ossietzky-Universität  
Oldenburg, karsten.speck@uol.de

in Zusammenarbeit mit

**Dr. Holger Backhaus-Maul** (Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg),  
**Tobias Kemnitzer** (Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen e. V.)  
und **Christine Sattler** (Freiwilligen-Agentur Halle-Saalkreis e. V.)



Gefördert durch

**Deutsche Stiftung für  
Engagement und Ehrenamt**

**Oldenburg, im Januar 2024**

# 1. Einleitung

## Kurzfassung

Freiwilligenagenturen wurden in der Bundesrepublik Deutschland in den 1980er Jahren gegründet, sind auf kommunaler Ebene flächendeckend präsent und auf Kommunal-, Landes- und Bundesebene verbandlich organisiert. Seit nunmehr bereits zwei Jahrzehnten werden Freiwilligenagenturen in Deutschland fortlaufend quantitativ erforscht (Trenduntersuchung). Der vorliegende Beitrag stellt ausgewählte empirische Befunde der dritten quantitativen Wiederholungsbefragung von Freiwilligenagenturen vor und beschreibt ausgewählte Daten zu Verbreitung, Trägerschaft, Finanzierung, kommunalen Unterstützung, Aufgabenprofil und Selbstverständnis. Zudem werden Entwicklungen von Freiwilligenagenturen in den vergangenen zwanzig Jahren inferenzstatistisch geprüft und dargestellt. Der Beitrag stützt sich auf die Stichproben von drei Messzeitpunkten (2001: 80 Freiwilligenagenturen = 42 % Rücklauf, 2009: 224 Freiwilligenagenturen = 62 % Rücklauf und 2019: 179 Freiwilligenagenturen = 44 % Rücklauf). Die quantitativen Befunde wurden mit ausgewiesenen Praxisexpert\*innen auf Kommunal-, Landes- und Bundesebene in Gruppendiskussionen fortlaufend diskutiert und sind im Sinne eines forschungsbasierten Wissenstransfers in die Arbeit von Freiwilligenagenturen eingeflossen.

Die Untersuchungsergebnisse verdeutlichen anhand von Freiwilligenagenturen deren

- flächendeckende Verbreitung,
- beschleunigte Institutionalisierung,
- sukzessiv erweitertes Kernprofil,
- Trend zur kommunalen Trägerschaft, Unterstützung, Finanzierung und Selbstverortung,
- Anpassung an neue Erwartungen und Thementrends und
- relative gesellschaftspolitische Enthaltbarkeit.

## Förderer

Unser Dank gilt zum einen der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE), deren Förderung die inferenzstatistische Auswertung sowie die Diskussion und den wechselseitigen Wissenstransfer der Ergebnisse ermöglicht hat. Unser Dank gilt zum anderen dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) sowie der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa) für die Mitfinanzierung und Unterstützung, die damit die dritte quantitative Wiederholungsbefragung erst ermöglicht haben.

Die Forschung wurde von der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE) gemäß §§ 23, 44 der Bundeshaushaltsordnung (BHO) und der Bekanntmachung über die Durchführung von Forschungsvorhaben zum Thema „Förderung des bürgerschaftlichen Engagements und Ehrenamts mit den drei Themenschwerpunkten digitales Engagement, soziale Ungleichheiten und Infrastrukturen“ in Form einer Anteilsfinanzierung in Höhe von 90 % der zuwendungsfähigen Gesamtausgaben unter dem Förderkennzeichen DSEE-FAU-1009884 gefördert.

## Forschungsgruppe

Die Projektleitung lag bei Prof. Dr. Karsten Speck (Universität Oldenburg) und Dr. Holger Backhaus-Maul (Universität Halle-Wittenberg). In der Forschungsgruppe waren Maud Krohn, Lara Stauvermann

und Nantke Schmidt (alle Universität Oldenburg) für die Datenerhebung und Auswertung verantwortlich. Tobias Kemnitzer, Christine Sattler und auch Monika Engelmann-Bölts waren als ausgewiesene Praxisexpert\*innen maßgeblich an der fortlaufenden Diskussion der Befunde und dem wechselseitigen Wissenstransfer beteiligt.

**Summary:** Volunteer centers were founded in the Federal Republic of Germany in the 1980s and have become nonprofit organizations to promote civic engagement at the municipal level. For two decades, volunteer centers in Germany have been the subject of regular quantitative research (trend study). This research paper presents selected empirical findings from the third quantitative survey of volunteer centers and describes data on the quantitative distribution, ownership, funding, municipal support, task profile and self-understanding of volunteer centers. In addition, developments in volunteer centers over the last twenty years are examined and presented using inferential statistics. This research paper is based on the samples from three measurement points (2001: 80 volunteer center = 42 % response rate, 2009: 224 volunteer center = 62 % response rate and 2019: 179 volunteer center = 44 % response rate). The results of the survey show an increasing spread, accelerated institutionalization, an increasingly expanded core profile, a trend towards municipal sponsorship, support, funding and self-positioning, an adaptation of volunteer centers to new expectations and thematic trends, and a more or less socio-political abstinence of volunteer centers.

## 2. Gegenstand, Fragestellung und Untersuchungsdesign

### 2.1 Genese und Stand der Entwicklung von Freiwilligenagenturen

Die immer noch relativ junge Geschichte von Freiwilligenagenturen in Deutschland lässt sich bis Anfang der 1980er Jahre zurückverfolgen. Im Kontext neuer sozialer Bewegungen und in Auseinandersetzung mit etablierten und traditionsreichen Verbänden im ehrenamtlichen Engagement entstanden in einigen Großstädten, wie etwa München und Berlin, Freiwilligenagenturen, -zentren und -börsen. Ihre bisweilen normativ anspruchsvollen Eigennamen, wie etwa „Tatendrang“ oder „Hilfsbereitschaft“, signalisieren zugleich die Notwendigkeit und auch die Bereitschaft zum energischen und schnellen Handeln in Engagementangelegenheiten (Ebert et al. 2002). Die neuen sozialen Bewegungen der 1970er und 1980er Jahre, insbesondere die Alternativ-, Bürgerinitiativ-, Frauen- und Ökologiebewegung (Brand/Büsser/Rucht 1983), bildeten einen wichtigen sozialkulturellen Resonanzraum für die Gründung der ersten Freiwilligenagenturen.

In dieser Zeit erlebten Bürger\*innen Gesellschaft, die Ulrich Beck (1986) zeitdiagnostisch treffend als „Risikogesellschaft“ beschrieb, als individuell (mit-)entscheidbar und -gestaltbar. Freiwilligenagenturen waren unter den Bedingungen einer freiheitlich-demokratischen Risikogesellschaft im Wohlstandsmodus die organisationalen Prototypen eines neuen Engagements, in dem sie Bürger\*innen weitreichende Möglichkeiten individuellen und selbstorganisierten Engagements eröffneten. Mit einer minimalen Ressourcenausstattung und unter bisweilen prekären Arbeitsbedingungen sowie in Auseinandersetzung mit etablierten Engagementorganisationen gelang es Freiwilligenagenturen, sich und ihre Arbeit auf Dauer zu stellen. Freiwilligenagenturen verwiesen von Beginn an darauf, dass es außerhalb der Welt des verbandlichen Ehrenamtes eine wachsende Zahl engagierter und engagementbereiter Bürger\*innen gäbe, die sich unter Verweis auf eigene Interessen und Leidenschaften jenseits tradierter

Verbände selbstorganisiert engagieren würden (Backhaus-Maul et al. 2015; Speck et al. 2012). Mittlerweile wird die von Ulrich Beck vor vier Jahrzehnten vertretene optimistische Perspektive erweiterter individueller Handlungsoptionen kritisch als eine unübersichtliche Vielzahl und Vielfalt an Handlungsoptionen gedeutet, die Bürger\*innen überfordern kann (Nassehi 2021).

Flächendeckende Verbreitung fanden Freiwilligenagenturen in Deutschland<sup>1</sup> aber erst nach der Wiedervereinigung und vor allem in Folge der gesellschafts- und engagementpolitischen Aktivitäten der Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ des Deutschen Bundestages (1999-2002) (Enquete-Kommission 2002). So waren Freiwilligenagenturen vor rund zwei Jahrzehnten noch junge und vielversprechende Hoffnungsträgerinnen zur Erschließung neuer, vielerorts übersehener Engagementpotenziale. Quantitative Bevölkerungsumfragen wie der Freiwilligen survey bestätigten diesen Trend im sozialen Wandel des Engagements, auf den Freiwilligenagenturen rekurrieren: Neben einem langfristig orientierten ehrenamtlichen Engagement gewinnen Formen eines kurzfristigen, selbstbestimmten und -organisierten Engagements quantitativ erheblich an Bedeutung (Simonson et al. 2022). Konsequenterweise widmete die Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ des Deutschen Bundestages Freiwilligenagenturen besondere Aufmerksamkeit und erkannte deren Förderungswürdigkeit als eine alle Engagementfelder und Verbändedomänen übergreifende Organisationsform zur Beratung und Vermittlung engagementbereiter Bürger\*innen ausdrücklich an (Enquete-Kommission 2002: 309-318). Im Vergleich mit stark formalisierten und hierarchisch strukturierten Engagementorganisationen erweisen sich Freiwilligenagenturen als gering formalisierte und wenig hierarchisierte Organisationen, die die Dynamik sozialen Wandels und die Veränderungen der institutionalisierten Erwartungen ihrer Umwelt aufmerksam und frühzeitig wahrnehmen und als intermediäre Organisation zwischen Bürger\*innen und Organisationsgesellschaft übersetzen und vermitteln. In ihren Selbstdarstellungen beschreiben sich Freiwilligenagenturen konsequenterweise als „agile“ und „schnelle“ Anlauf-, Beratungs- und Vermittlungsstellen, Infrastruktureinrichtungen und kommunale Dienstleisterinnen.

In den vergangenen beiden Jahrzehnten haben sich Freiwilligenagenturen regelmäßig jedes Jahrzehnt quantitativ untersucht sowie zeitweise und punktuell auch qualitativ vertiefend wissenschaftlich erforschen lassen (Speck et al. 2012) – eine Entscheidung, die sie von anderen Nonprofit-Organisationen positiv unterscheidet. Mit Verweis auf eine in der Zivilgesellschaft bisher einmalige quantitative Langzeituntersuchung gewinnen Freiwilligenagenturen wissenschaftliche Erkenntnisse über sich und können öffentlich darlegen, dass sie sich fortlaufend unabhängig wissenschaftlich untersuchen lassen. Dabei haben sich bei der quantitativen Langzeituntersuchung von Freiwilligenagenturen Sozialforscher\*innen und Praxisexpert\*innen im Sinne eines forschungsbasierten Wissenstransfers in der Vorbereitung, Durchführung und Auswertung der Untersuchung wechselseitig beraten (Backhaus-Maul et al. 2024). In Form von Gruppendiskussionen mit lokal, regional und bundesweit tätigen Praxisexpert\*innen wurden empirische Befunde und Praxisexpertise ausgetauscht, diskutiert und reflektiert.

Im Folgenden werden anhand quantitativer Daten Aspekte eines nunmehr über vier Jahrzehnte zunächst langsam verlaufenden und seit zwanzig Jahren beschleunigten Institutionalisierungsprozesses einer in Deutschland noch neuen engagementfördernden Infrastruktureinrichtung vor Ort untersucht (Speck et al. 2023). Bislang steht eine differenzierte Analyse der Entwicklung von Freiwilligenagenturen in Deutschland jedoch aus. Es fehlt außerdem an einer methodisch soliden inferenzstatistischen Analyse des Einflusses von Strukturmerkmalen von Freiwilligenagenturen (z. B. örtliche Lage, Gründungsjahr, Träger, Rahmenbedingungen, Selbstverständnisse, Schwerpunktsetzungen und Angebotsstruk-

---

<sup>1</sup> Während Freiwilligenagenturen bzw. Volunteer Centers insbesondere in den USA und Großbritannien zu diesem Zeitpunkt bereits seit Jahrzehnten zum „festen Inventar“ ihrer jeweiligen Gesellschaft zählten.

tur) auf die Engagemententwicklung vor Ort. Darüber hinaus besteht ein Bedarf an empirisch fundierten und mit Praxisexpert\*innen reflektierten Handlungsempfehlungen für die beteiligten Expert\*innen sowie politische Entscheider\*innen im Hinblick auf die Weiterentwicklung von Freiwilligenagenturen. Zudem zeichnet sich ein Forschungsbedarf hinsichtlich eines differenzierten Einblicks in die Organisationsstrategien von Freiwilligenagenturen sowie ihre Rolle und Bedeutung in der kommunalen Engagementförderung ab. Davon ausgehend können folgende Fragestellungen für die vorliegende Untersuchung formuliert werden:

- Welche Entwicklungen zeichnen sich in der Landschaft von Freiwilligenagenturen im Vergleich der quantitativen Befragungen aus den Jahren 2001, 2009 und 2020 hinsichtlich der Strukturmerkmale von Freiwilligenagenturen ab?
- Welche Empfehlungen können aus der Entwicklung von Freiwilligenagenturen und den Einfluss von Strukturmerkmalen von Freiwilligenagenturen auf die Engagemententwicklung vor Ort für die Zivilgesellschaft und Politik formuliert werden?
- Welche Schlussfolgerungen für Forschung und Wissenstransfer leiten sich aus der Entwicklung von Freiwilligenagenturen ab?

## 2.2 Untersuchungsdesign

Für die Beantwortung der Forschungsfragestellungen werden die Ergebnisse von Sekundäranalysen von drei aus den Jahren 2001, 2009 und 2020 vorliegenden Datensätzen zu Freiwilligenagenturen analysiert ( $n_1 = 80$ ;  $n_2 = 224$ ;  $n_3 = 179$ ). Das Vorhandensein der drei Datensätze ermöglicht es a) Entwicklungen von Freiwilligenagenturen in Deutschland über einen längeren Zeitraum (2001-2020) mittels Varianzanalysen nachzuzeichnen und b) der Bedeutung von Strukturmerkmalen für die Engagemententwicklung mittels Korrelationsanalysen nachzugehen.

### *Trenddesign als Forschungsdesign der quantitativen Untersuchung*

In Bezug auf das konkrete Forschungsdesign der quantitativen Untersuchung lässt sich festhalten, dass ein Trenddesign vorliegt. Es kann nicht von einem Längsschnittdesign bzw. Paneldesign gesprochen werden, da nicht zuzuordnen ist, welche Freiwilligenagenturen zu welchem Messzeitpunkt an der Befragung teilgenommen haben.

### *Erhebungsmethode: standardisierte Fragebogenerhebung*

Um die Entwicklung von Freiwilligenagenturen nachzuzeichnen, greift diese Untersuchung auf drei bereits bestehende Datensätze zurück. Zu jeweils unterschiedlichen Messzeitpunkten wurde eine standardisierte Fragebogenerhebung durchgeführt, die wesentliche Aspekte von Freiwilligenagenturen als engagementfördernden Organisationen und deren institutionellen Kontext erhebt. Um eine hohe Vergleichbarkeit der Daten zu den jeweiligen Messzeitpunkten zu gewährleisten, wurde auf eine ähnliche Formulierung der jeweiligen Fragen geachtet.

### *Aufbereitung der Daten*

Die vorliegenden Daten der drei Messzeitpunkte wurden aufwendig aufbereitet, d. h. vereinheitlicht und zusammengefügt. Stichprobenartig wurde mittels Häufigkeitstabellen in Bezug auf einzelne Variablen aufgeteilt nach den Messzeitpunkten kontrolliert, ob die Datenaufbereitung fehlerfrei gelungen ist.

### *Auswertungsmethoden*

Da die Studie von Speck et al. 2012 sowohl deskriptiv als auch inferenzstatistisch Unterschiede zwischen den Messzeitpunkten 2001 und 2009 aufzeigt hat und die aktuelle Wiederholungsbefragung von Speck et al. 2021 lediglich deskriptiv die Daten von 2019 sowie Unterschiede zwischen 2009 und 2019 beschreibt, werden im Rahmen dieses Forschungsprojektes inferenzstatistische Unterschiede in Bezug auf alle Messzeitpunkte analysiert.

Die Auswertungsmethoden, mittels derer die vorliegenden Daten analysiert wurden, sind variabel und orientieren sich an den zu erfüllenden Testvoraussetzungen der jeweiligen Methode. Zur inferenzstatistischen Prüfung der Unterschiede zwischen den drei Messzeitpunkten wurde vor allem der Kruskal-Wallis-Test angewendet. Auch wenn eine univariate ANOVA ohne Messwiederholung hinsichtlich des Skalenniveaus möglich wäre, wurde aufgrund der hohen Streuung innerhalb der Variablen in den meisten Fällen der Kruskal-Wallis-Test inklusive Post-Hoc-Tests durchgeführt, um konkrete Unterschiede zwischen den Messzeitpunkten herauszuarbeiten. Wenn lediglich die Daten für zwei Messzeitpunkte vorlagen, wurde je nach erfüllten Testvoraussetzungen der  $t$ -Test oder  $U$ -Test durchgeführt. Diese Testungen wurden vor allem als erste ‚globale‘ inferenzstatistische Prüfungen betrachtet, um zu erheben, ob es allgemein (im Durchschnitt) Unterschiede zwischen den Messzeitpunkten gibt. Ergab diese erste globale Analyse signifikante Unterschiede, wurde daraufhin ein  $Chi^2$ -Test mit anschließenden Post-Hoc-Tests durchgeführt, der Aufschluss über überzufällige, signifikante Abweichungen einzelner Werte gibt. Dieses Vorgehen mag zunächst ungewöhnlich erscheinen, ist im Rahmen dieser Studie jedoch insofern förderlich, als dadurch nicht nur allgemeine beziehungsweise ‚globale‘ Unterschiede zwischen den Messzeitpunkten aufgezeigt werden können, sondern ebenso überzufällige Abweichungen einzelner Variablenausprägungen in Bezug auf die jeweiligen Messzeitpunkte. Bei nominalskalierten Variablen wurde lediglich der  $Chi^2$ -Test mit anschließenden Post-Hoc-Tests durchgeführt.

Es wurden zudem Effektstärken berechnet, die Aussagen über die Stärke der gefundenen Unterschiede zulassen. Für die Interpretation des Cohens  $d$  als Effektstärke für den  $t$ -Test dienen die Konventionen von Cohen (1988) zur Orientierung (kleiner Effekt =  $d \geq \pm .2$ ; mittlerer Effekt =  $d \geq \pm .5$ ; großer Effekt =  $d \geq \pm .8$ ). Für die (signifikanten) Ergebnisse der durchgeführten Analysen mittels Kruskal-Wallis- und  $U$ -Test wird die Effektstärke  $r$  berichtet. Die Effektstärke für die Ergebnisse der  $Chi^2$ -Tests stellt Cramers  $V$  dar. Die Interpretationen von sowohl Cramers  $V$  als auch  $r$  orientieren sich ebenso an den Konventionen von Cohen (1988), die wie folgt lauten: a) kleiner Effekt:  $r/V = .1$ , b) mittlerer Effekt:  $r/V = .3$ , c) großer Effekt:  $r/V = .5$ . Die letzte in diesem Bericht verwendete Effektstärke ist  $\eta^2$ , die nach einer Varianzanalyse berechnet wird. Nach Cohens Konventionen gilt dabei für a)  $\eta^2 = .01$  ein kleiner Effekt, für b)  $\eta^2 = .06$  ein mittlerer Effekt und für c)  $\eta^2 = .14$  ein großer Effekt.

Als weiterer Bestandteil der Auswertung wurden Zusammenhangsanalysen mittels Spearman-Korrelation durchgeführt, die dazu dienen, Erklärungen für die herausgearbeiteten Unterschiede zwischen den Messzeitpunkten aufzuzeigen, indem Zusammenhänge zu anderen strukturellen Variablen aufgezeigt werden.

#### *Wechselseitiger Wissenstransfer*

Die quantitativen Befunde wurde mit ausgewiesenen Praxisexpert\*innen diskutiert und die Ergebnisse in den wechselseitigen Wissenstransfer eingespeist. Als Praxisexpert\*innen waren Vertreter\*innen

- einer Freiwilligenagentur in freier Trägerschaft,
- einer Freiwilligenagentur in kommunaler Trägerschaft sowie
- von Landesarbeitsgemeinschaften (lagfa) und Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa)

in Gruppendiskussionen beteiligt.

### 3. Darstellung der Ergebnisse der quantitativen Sekundäranalysen

Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse in Bezug auf die längsschnittlich beobachteten Entwicklungen von Freiwilligenagenturen skizziert. Zunächst erfolgt eine detaillierte Beschreibung der vorliegenden Stichproben. Anschließend werden Ergebnisse zur Entwicklung der 1) personellen und finanziellen Ausstattung, 2) Unterstützung durch die Kommunalverwaltung und durch Unternehmen, 3) Einbindung ins kommunale Netzwerk, 4) Angebotsstruktur und 5) Leistungen von Freiwilligenagenturen dargestellt. Die querschnittlichen Ergebnisse zu Selbstverständnis und den Entwicklungspotenziellen folgen in den Kapiteln 3.4 und 3.5. Es werden Limitationen der vorliegenden quantitativen Fragebogenerhebung erörtert sowie abschließend die zentralen Erkenntnisse zusammengefasst.

#### 3.1 Stichprobenbeschreibung

Im Folgenden werden die drei vorliegenden Stichproben zu den jeweiligen Messzeitpunkten in ihren grundlegenden Merkmalen skizziert und auf Unterschiede diesbezüglich bzw. somit auf ihre Vergleichbarkeit hin geprüft.

##### *Gründungsjahr*

Wenig überraschend unterscheiden sich die an den Befragungen zu den unterschiedlichen Messzeitpunkten teilgenommenen Freiwilligenagenturen hinsichtlich ihres Gründungsjahres. So wurden Freiwilligenagenturen, die 2001 den Fragebogen ausfüllten, durchschnittlich 1998 gegründet, während die Freiwilligenagenturen der zweiten Erhebungswelle 2009 durchschnittlich 2002 gegründet wurden. Der Mittelwert des Gründungsjahres der Einrichtungen, die 2019 an der Erhebung teilnahmen, lag bei 2007. Zwischen allen drei Gruppen bestehen erwartungsgemäß signifikante Unterschiede ( $F(2) = 85.7$ ;  $n = 459$ ;  $p = .000$ ). Es liegt mit  $\eta^2 = .2$  diesbezüglich ein starker Effekt vor.

##### *Bestandsdauer*

Nicht nur in Bezug auf das Gründungsjahr, sondern auch hinsichtlich der Bestandsdauer der Freiwilligenagenturen liegen zwischen den Messzeitpunkten signifikante Unterschiede vor. Es zeigt sich, dass signifikante Unterschiede zwischen allen drei Messzeitpunkten hinsichtlich der Bestandsdauer vorliegen ( $H = 151.4$ ;  $n = 459$ ;  $p = .000$ ). Zwischen den Messzeitpunkten 2001 und 2009 ( $z_{2001-2009} = 7.6$ ;  $n = 303$ ;  $p = .000$ ;  $r = .4$ ) sowie 2009 und 2019 ( $z_{2009-2019} = -6.6$ ;  $n = 402$ ;  $p = .000$ ;  $r = .3$ ) bestehen hinsichtlich dieses Unterschiedes mittlere Effekte, während zwischen den Zeitpunkten 2001 und 2019 in Bezug auf ihre Bestandsdauer ein starker Unterschied vorliegt ( $z_{2001-2019} = -12.2$ ;  $n = 235$ ;  $p = .000$ ;  $r = .8$ ). Anhand der Daten kann dieses näher ausgeführt werden: 2001 lag der Median bzgl. der Bestandsdauer noch bei ‚3 Jahren und jünger‘, wohingegen er 2009 schon bei 8 - 10 Jahren lag und 2019 sogar bei mehr als 10 Jahren. Dieses zeigt, dass 2001 eher jüngere Freiwilligenagenturen an der Befragung teilnahmen, während die Freiwilligenagenturen, die zum zweiten und dritten Messzeitpunkt befragt wurden, im Durchschnitt älter waren.

##### *Regionales Wirkungsumfeld*

Die inferenzstatistische Prüfung auf signifikante Unterschiede hinsichtlich des regionalen Wirkungsumfelds (ländlich, kleinstädtisch, mittelstädtisch und großstädtisch) lassen keine signifikanten Unterschiede zwischen den Gruppen 2009 und 2019 erkennen. Zu den Freiwilligenagenturen, die 2001 an der Befragung teilgenommen haben, liegen diesbezüglich keine Daten vor.

### *Regionale Verteilung*

Eine inferenzstatistische Unterschiedsprüfung der regionalen Verteilung (Ausprägungen: ‚alte Bundesländer‘, ‚neue Bundesländer‘, ‚Berlin‘) zeigt ebenfalls, dass es keine signifikanten Unterschiede hinsichtlich dieser Variable zwischen den drei Messzeitpunkten gibt. Es kann somit angenommen werden, dass sich die Stichproben zu den jeweiligen Messzeitpunkten ähnlich auf die neuen und alten Bundesländer sowie auf Berlin verteilen.

### *Trägerschaft*

In Bezug auf die Formen der Trägerschaft der Freiwilligenagenturen lässt sich herausstellen, dass 2001 die meisten Einrichtungen einem Wohlfahrtsverband zugehörig (35 %) oder als eingetragener Verein organisiert waren (30 %). 2009 waren hingegen 28 % der Freiwilligenagenturen in eigenständiger Trägerschaft, 26 % der Einrichtungen in Trägerschaft eines Wohlfahrtsverbandes und 21 % in Trägerschaft der Kommune. Die meisten Freiwilligenagenturen, die 2019 an der Befragung teilnahmen, befanden sich zu gleichen Anteilen in Trägerschaft eines eigenen Vereins (30 %) oder in Trägerschaft der Kommune (30 %). 23 % der Organisationen waren an einen Wohlfahrtsverband angegliedert. Insgesamt lässt sich, obwohl anhand der Daten nahezu eine Verdopplung der Freiwilligenagenturen in kommunaler Trägerschaft von 2001 bis 2019 erkennbar ist und auch von einzelnen Landesarbeitsgemeinschaften eine Zunahme kommunaler Freiwilligenagenturen explizit bestätigt wird, dieser Trend inferenzstatistisch nicht belegen.

Zusammenfassend ist es methodisch positiv zu bewerten, dass sich bzgl. der grundlegenden Ausprägungen wie die regionale Verteilung, das regionale Wirkungsumfeld und die Trägerschaften keine signifikanten Unterschiede ergeben, da so davon ausgegangen werden kann, dass die vorliegenden Stichproben zu den jeweiligen Messzeitpunkten in ihren grundlegenden Merkmalen vergleichbar sind. Auf Basis der Daten der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa) und mit Bezug auf die veröffentlichten Studien und deskriptiven Berichte zu den Analysen der jeweiligen Messzeitpunkte (vgl. Ebert et al. 2002; Speck et al. 2012; Speck et al. 2021) kann zudem festgehalten werden, dass die jeweiligen Stichproben die Grundgesamtheiten gut abbilden. Im Jahr 2001 existierten 190 Einrichtungen, während im Jahr 2009 bereits 360 und 2019 dann 406 Freiwilligenagenturen bestanden. Dieses spiegelt sich auch in den unterschiedlich großen Stichprobengrößen wider. Darüber hinaus bilden ebenso die Verteilung auf die Bundesländer sowie die Verteilung zwischen Ost- und Westdeutschland und hinsichtlich weiterer relevanter Merkmale der Freiwilligenagenturen aus den Stichproben die entsprechenden Verteilungen in der Grundgesamtheit gut ab (Speck et al. 2012: 31 ff.; Speck et al. 2021: 5).

## **3.2 Zur Entwicklung von Freiwilligenagenturen**

Nachfolgend werden die Ergebnisse der inferenzstatistischen Auswertung in Bezug auf die Entwicklung der 1) personellen und finanziellen Ausstattung, der 2) der Unterstützung von Freiwilligenagenturen durch die Kommunalverwaltung und Unternehmen, 3) der Einbindung ins kommunale Netzwerk, 4) der Angebotsstruktur von Freiwilligenagenturen und 5) der Leistungen dargestellt.

### 3.2.1 Entwicklung der personellen und finanziellen Ausstattung

#### *Personelle Ausstattung*

Für alle drei Messzeitpunkte liegen Daten zur Anzahl hauptamtlicher Mitarbeiter\*innen von Freiwilligenagenturen vor, die nachfolgend deskriptiv sowie inferenzstatistisch ausgewertet werden sollen.

Es zeigte sich, dass 2001 lediglich 11 % der befragten Einrichtungen keine hauptamtliche Mitarbeiter\*innen angestellt hatten. Im Jahr 2009 stieg der Anteil auf 27 % an und im Jahre 2019 sank er wieder auf 10 %. Der prozentuale Anteil an Einrichtungen, die einen hauptamtlichen Mitarbeitenden beschäftigen, bleibt über die Messzeitpunkte hinweg ungefähr gleich, während ab einer Anzahl von mehr als fünf Hauptamtlichen mit zunehmenden Zeitverlauf ein steigender Trend zu erkennen ist: Während 2001 lediglich 1 % der Freiwilligenagenturen mehr als fünf Hauptamtliche beschäftigte, waren es 2009 rund 2 %. Im Jahr 2019 stieg dieser Wert auf 10 % an. Dennoch konnten keine signifikanten Unterschiede in Bezug auf die Anzahl an hauptamtlichen Mitarbeiter\*innen im Zeitverlauf festgestellt werden.

Bei der folgenden Analyse mittels Spearman-Korrelation, die Aufschluss über die bivariaten Zusammenhänge in Bezug auf die Anzahl an hauptamtlichen Mitarbeiter\*innen gibt, zeigt sich, dass je länger die Freiwilligenagenturen bestehen, desto mehr Hauptamtliche sind angestellt ( $r = -.13$ ;  $n = 441$ ;  $p = .006$ ). Es liegt jedoch lediglich ein schwacher Zusammenhang vor.

In Bezug auf die Anzahl an Vollzeitstellen zeigt sich im Vergleich, dass die Anzahl an Vollzeitstellen von 2009 (Median = 0.62;  $n = 199$ ) auf 2019 (Median = 1.0;  $n = 142$ ) gestiegen ist ( $z = -4.2$ ;  $p = .000$ ). Es liegt mit  $r = .226$  ein kleiner Effekt vor. Die Freiwilligenagenturen 2009 und 2019 unterscheiden sich demnach in ihrer Anzahl an Vollzeitstellen signifikant. Die Höhe der Vollzeitstellen in den Einrichtungen hat im Zeitverlauf zugenommen. Für den Messzeitpunkt 2001 liegen diesbezüglich leider keine Zahlen vor.

#### *Finanzielle Ausstattung – Jahresbudget*

In Bezug auf die finanziellen Ressourcen der Freiwilligenagenturen zu den einzelnen Messzeitpunkten zeigt sich ein ähnlich heterogenes Bild wie in Bezug auf die personelle Ausstattung.

Bei Analyse des Jahresbudgets zeigt sich, dass sich dieses zu den einzelnen Messzeitpunkten signifikant unterscheiden ( $H = 36.3$ ;  $p = .000$ ;  $n = 392$ ) und somit von einer allgemeinen Erhöhung des Jahresbudgets im Zeitverlauf angenommen werden kann. Bei näherer Betrachtung der nachfolgenden Abbildung 1 zeigt sich, dass zwischen den Messzeitpunkten 2001 und 2009 das Jahresbudget signifikant gesunken ist und zwischen 2009 und 2019 wiederum signifikant gestiegen. Auffällig ist zudem, dass sich die Zeitpunkte 2001 und 2019 hinsichtlich des Jahresbudgets nicht signifikant voneinander unterscheiden.

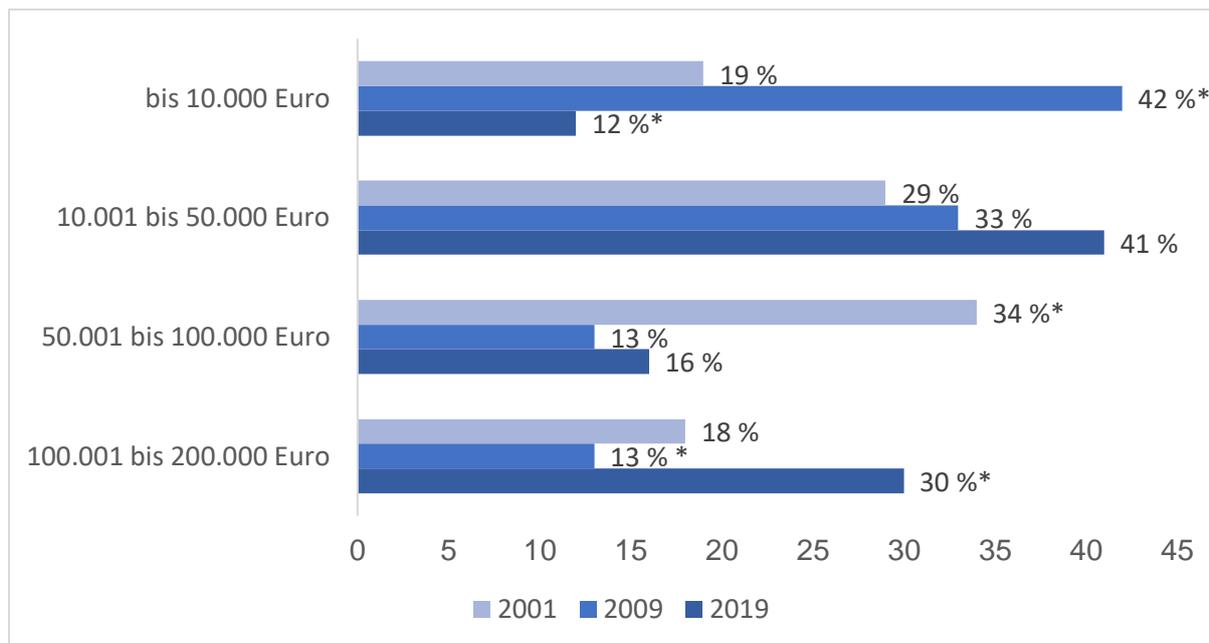


Abb. 1: Jahresbudget der Freiwilligenagenturen. Frage: Wie hoch war das Jahresbudget Ihrer Freiwilligenagentur im vergangenen Jahr?  $n_{2001} = 68$ ;  $n_{2009} = 178$ ;  $n_{2019} = 146$ ;  $*p < .001$

Aus Abbildung 1 können die entsprechenden prozentualen Verteilungen in Bezug auf das Jahresbudget zu den jeweiligen Messzeitpunkten entnommen werden. Die einzelnen signifikant abweichenden Werte sind entsprechend markiert. Interessant ist, dass das Jahresbudget ‚bis zu 10.000 €‘ bei den Freiwilligenagenturen, die 2009 abgestimmt haben, mit 42 % signifikant erhöht ist, im Vergleich zu den beiden anderen Messzeitpunkten. Für das Jahr 2019 liegt bzgl. dieser Variablenausprägung mit 12 % der signifikant niedrigste Wert vor. Der prozentual höchste Anteil an Freiwilligenagenturen 2019 hat mit 41 % ein Jahresbudget von 10.0001 € bis 50.000 € und liegt damit deutlich über den Anteilen von 2001 und 2009. Darüber hinaus zeigt sich einerseits, dass sich Freiwilligenagenturen, die sich in einem eher (groß)städtischen Umfeld aufhalten, ein höheres Jahresbudget haben ( $r = .2$ ;  $n = 294$ ;  $p = .008$ ). Andererseits kann ebenso festgehalten werden: Je älter die Organisationen, desto höher das Jahresbudget ( $r = .2$ ;  $n = 375$ ;  $p = .001$ ).

#### Der Jahresbedarf

In Bezug auf den Jahresbedarf kann festgehalten werden, dass es deutliche Unterschiede diesbezüglich zwischen den drei Messzeitpunkten gibt ( $H = 41.2$ ;  $n = 307$ ;  $p = .000$ ). Signifikante Unterschiede bestehen zwischen den Gruppen 2001 und 2009 ( $z = 5.4$ ;  $n = 221$ ;  $p = .000$ ) sowie 2001 und 2019 ( $z = 6.1$ ;  $n = 146$ ;  $p = .000$ ). Zwischen den Messzeitpunkten 2001 und 2009 liegt dabei mit  $r = .37$  ein mittlerer Effekt vor, während zwischen den Messzeitpunkten 2001 und 2019 ein großer Effekt ( $r = .5$ ) besteht. Insgesamt ist damit der monetäre Jahresbedarf im Zeitverlauf gesunken, was, so lässt sich vermuten, durch erhöhte finanzielle Ressourcen von Freiwilligenagenturen erklärt werden kann. Eine weiterführende Analyse mittels  $Chi^2$ - und anschließendem Post-Hoc-Test gibt weiteren Aufschluss über signifikante Abweichungen einzelner Werte (siehe Tab. 1).

Tab. 1: Jahresbedarf der Freiwilligenagenturen (in €)

Frage: Wie hoch schätzen Sie den tatsächlichen Jahresbedarf Ihrer Freiwilligenagentur in Euro ein?

Messzeitpunkt	Jahresbedarf (in Euro)			
	bis 10.000 %	mehr als 10.000 %	mehr als 50.000 %	mehr als 100.000 %
2001	10*	17	15	58*
2009	28	38*	18	16*
2019	47*	21	16	16

$n_{2001} = 60$ ;  $n_{2009} = 161$ ;  $n_{2019} = 86$ ;  $*p < .001$

Die Analyse hinsichtlich einzelner abweichender Werte mittels  $Chi^2$ -Test ergeben ebenfalls signifikante Ergebnisse ( $Chi^2 = 61$ ;  $df = 6$ ;  $n = 307$ ;  $p = .000$ ) sowie einen mittleren Effekt ( $V = .3$ ) in Bezug auf die Variable ‚Jahresbedarf‘. Im Jahr 2001 gaben nur 10 % der Freiwilligenagenturen an, einen Jahresbedarf von bis zu 10.000 € zu haben, während 2019 bereits 47 % diese Angabe machten. Einen Jahresbedarf von mehr als 10.000 € geben mit 38 % am häufigsten die Freiwilligenagenturen des Messzeitpunktes 2009 an. Darüber hinaus unterscheidet sich der prozentuale Anteil von Organisationen, die einen Jahresbedarf von mehr als 100.000 € angeben, stark. So geben 2001 58 % der Freiwilligenagenturen an, einen solchen Jahresbedarf zu haben, während 2009 und 2019 nur noch 16 % der Freiwilligenagenturen einen Jahresbedarf von mehr als 100.000 € verzeichnen (vgl. Tab. 1).

#### Finanzierungsarten

Nicht nur das Jahresbudget und der Jahresbedarf, sondern auch die Finanzierungsarten der Freiwilligenagenturen geben weiteren Aufschluss über die finanzielle Ausstattung der Einrichtungen zu den jeweiligen Messzeitpunkten. Die Freiwilligenagenturen wurden gefragt, aus welchen finanziellen Mitteln sich ihr Jahresbudget im vergangenen Jahr prozentual zusammensetzte. In Abbildung 2 sind die Mittelwerte der jeweiligen prozentualen Angaben der einzelnen Freiwilligenagenturen getrennt nach den Messzeitpunkten und den einzelnen Finanzierungsarten dargestellt.

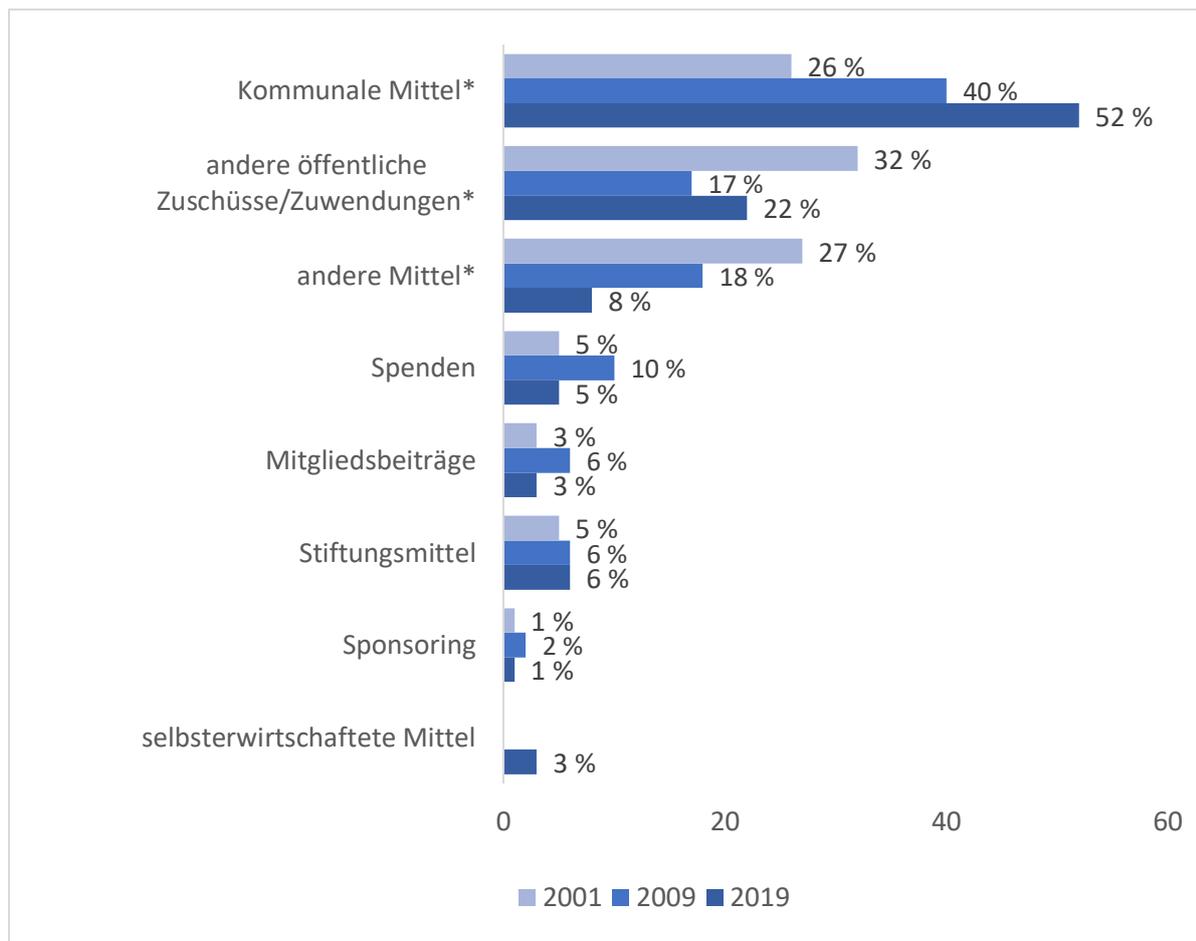


Abb. 2: Prozentualer Anteil einzelner Finanzierungsarten am Jahresbudget (Angabe durch Mittelwerte);  $n_{2001} = 71$ ;  $n_{2009} = 182/183$ ;  $n_{2019} = 127$ ; \* $p < .05$

Die inferenzstatistische Auswertung mittels ANOVA zeigt zunächst, dass es global signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen bei den Variablen ‚kommunale Mittel‘ ( $F(2) = 11.5$ ;  $n = 378$ ;  $p = .000$ ), ‚andere öffentliche Zuschüsse und Zuwendungen‘ ( $F(2) = 6.5$ ;  $n = 377$ ;  $p = .002$ ) und ‚andere Mittel‘ ( $F(2) = 10.5$ ;  $n = 378$ ;  $p = .000$ ) gibt. Bei allen drei signifikanten Ergebnissen liegen schwache bis mittlere Effekte vor ( $\eta^2_{\text{kommunale Mittel}} = .057$ ;  $\eta^2_{\text{öffentliche Zuschüsse}} = .033$ ;  $\eta^2_{\text{andere Mittel}} = .053$ ). Werden diese Ergebnisse mittels Post-Hoc-Test genauer betrachtet, können im Hinblick auf die kommunalen Mittel signifikante Unterschiede zwischen allen drei Gruppen festgestellt werden; dies weist darauf hin, dass der prozentuale Anteil kommunaler Mittel als Finanzierungsart von Freiwilligenagenturen über den Zeitverlauf deutlich zugenommen hat. Es kann vermutet werden, dass dieses Ergebnis mit der steigenden Anzahl an Freiwilligenagenturen zusammenhängt, die sich in kommunaler Trägerschaft befinden (vgl. Abschnitt 3.1). In Bezug auf ‚andere öffentliche Zuschüsse und Zuwendungen‘ zeigt sich lediglich ein signifikanter Unterschied zwischen 2001, wo der prozentuale Anteil dieser Mittel noch bei 32 % lag, und 2009 mit einem Anteil von 17 %. Warum der Anteil anderer öffentlicher Zuschüsse und Zuwendungen von 2009 bis 2019 wieder auf 22 % gestiegen ist, kann anhand der Daten nicht erklärt werden. Des Weiteren stellt sich heraus, dass der Anteil anderer Finanzierungsarten im Zeitverlauf signifikant abgenommen hat. Die Auswertung der Post-Hoc-Test ergibt, dass sich die Gruppen zwischen 2001 und 2019 sowie 2009 und 2019 im Hinblick auf andere Finanzierungsarten signifikant voneinander unterscheiden.

### *Institutionelle Förderung*

Sowohl 2009 als auch 2019 erhielten knapp ein Viertel der Freiwilligenagenturen keine institutionelle Förderung. Hinsichtlich der (nicht projektgebundenen) Höhe der Fördermittel konnten zwischen den Messzeitpunkten keine signifikanten Unterschiede festgestellt werden. In Bezug auf die Zufriedenheit mit den Anteilen institutioneller Mittel am Gesamtbudget von Freiwilligenagenturen zeigt sich, dass 49 % der Freiwilligenagenturen in der Befragung von 2009 diesbezüglich (eher) zufrieden sind. Im Jahr 2019 waren 58 % der Freiwilligenagenturen mit der Höhe der institutionellen Förderung zufrieden. Inferenzstatistisch zeigen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den beiden Messzeitpunkten. Dieses deutet darauf hin, dass die Zufriedenheit mit der institutionellen Förderung zu den Messzeitpunkten 2009 und 2019 ähnlich hoch ist. Zum Messzeitpunkt 2001 liegen keine Daten hinsichtlich dieser Variablen vor.

#### *Dauer finanzieller Absicherung*

Interessant ist zudem, dass die Freiwilligenagenturen 2019 ihre grundständige Finanzierung für einen längeren Zeitraum abgesichert hatten als die Freiwilligenagenturen, die 2009 an der Befragung teilgenommen haben (vgl. Abb. 3). Dabei ergibt sich zwischen den Messzeitpunkten 2009 und 2019 ein signifikanter Unterschied bezüglich der Länge der finanziellen Absicherung ( $U = 135557$ ;  $z = -2$ ;  $n = 357$ ;  $p = .036$ ) mit lediglich einem schwachen Effekt ( $r = .11$ ). Im Jahr 2019 gaben bspw. 40 % an, dass die grundständige Finanzierung für einen längeren Zeitraum als zwei Jahre gesichert ist, während 2009 dieser Anteil lediglich bei 27 % lag. Der prozentuale Anteil an Freiwilligenagenturen, deren Absicherung der grundständigen Finanzierung für die nächsten zwei Jahre vorlag, war in beiden Gruppen mit 24 % (2009) und 25 % (2019) ähnlich hoch. Zudem gab es 2009 einen hohen Anteil an Einrichtungen, die ihre Finanzierung für ein Jahr gesichert hatten. Im Jahr 2019 gaben diesbezüglich hingegen nur 19 % an, eine finanzielle Absicherung für ein Jahr zu haben ( $Chi^2 = 12.2$ ;  $df = 3$ ;  $n = 357$ ;  $p = .007$ ).

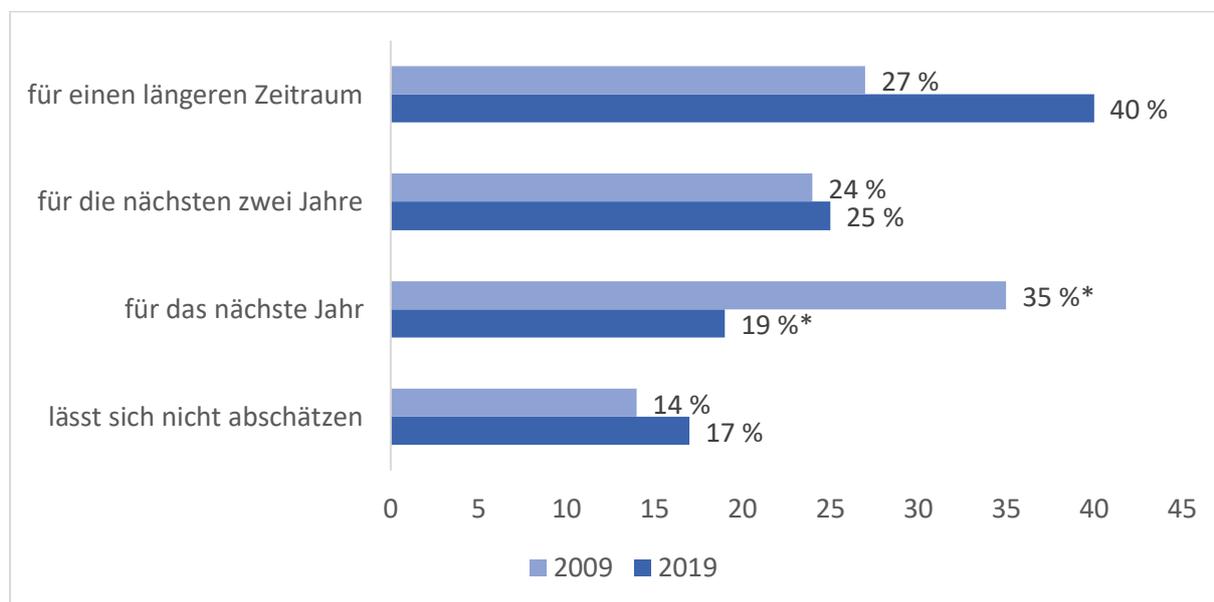


Abb. 3: Dauer der finanziellen Absicherung von Freiwilligenagenturen. Frage: Für welchen Zeitraum ist die grundständige Finanzierung Ihrer Freiwilligenagentur (für Information, Beratung und Öffentlichkeitsarbeit) bereits gesichert?  $n_{2009} = 208$ ;  $n_{2019} = 149$ ; \* $p < .01$

Interessant ist diesbezüglich, dass es keinen signifikanten Zusammenhang zwischen der Länge der finanziellen Absicherung und dem Jahresbudget sowie dem Jahresbedarf gibt. In Bezug auf die Trägerschaft zeigen sich hingegen deutliche Unterschiede. So ist die finanzielle Absicherung von Freiwilligenagenturen, die sich in kommunaler Trägerschaft befinden, signifikant häufiger für einen Zeitraum länger als zwei Jahre gesichert ( $Chi^2 = 30.9$ ;  $df = 12$ ;  $n = 340$ ;  $p = .002$ ). Diesbezüglich besteht jedoch lediglich ein geringer Effekt ( $V = .17$ ). Weitere Tendenzen hinsichtlich der Unterschiede zwischen den einzelnen Formen der Trägerschaft in Bezug auf die Dauer der finanziellen Absicherung können Tabelle 2 entnommen werden.

Tab. 2: Dauer der finanziellen Absicherung für die jeweiligen Trägerformen

Träger	lässt sich nicht abschätzen %	Dauer finanzieller Absicherung		für einen längeren Zeitraum %
		für ein Jahr %	für zwei Jahre %	
Wohlfahrtsverband	21	28	36	19
eigenständiger Verein	31	35	25	23
Kommunalverwaltung	23	15	18	40*
Trägerverbund	13	19	13	13
andere Träger	12	3	8	6

$n = 340$ . \* $p < .01$

### 3.2.2 Entwicklung der Unterstützung durch die Kommunalverwaltung sowie Unternehmen

In den Jahren 2009 und 2019 wurden Freiwilligenagenturen gefragt, ob sie im vorherigen Jahr Unterstützung durch die Verwaltung ihrer Kommune erhalten haben. Aus Abbildung 4 geht hervor, dass 2009 60 % der Einrichtungen fachliche Unterstützung durch ihre Kommune erhielten, während 2019 nur 52 % unterstützt wurden. In Bezug auf die Bereitstellung von Räumlichkeiten wurden hingegen 2019 mehr Freiwilligenagenturen (60 %) durch die Kommune unterstützt als 2009 (54 %); dennoch sind diese deskriptiven Unterschiede nicht signifikant. Hinsichtlich der ideellen Unterstützung durch Bürgermeister\*innen gaben Freiwilligenagenturen 2009 und 2019 fast zu gleichen Anteilen an, kommunal unterstützt zu werden. Lediglich in Bezug auf die Bereitstellung von Finanzmitteln als Aspekt der kommunalen Unterstützung zeigen sich signifikante Unterschiede mit einem geringen Effekt ( $Chi^2_{\text{Finanzmittel}} = 10.4$ ;  $df = 1$ ;  $p = .00$ ;  $n = 393$ ;  $V = .16$ ). Während 2009 rund 65 % der Freiwilligenagenturen finanziell unterstützt wurden, war dieses 2019 bereits bei 80 % von ihnen der Fall.

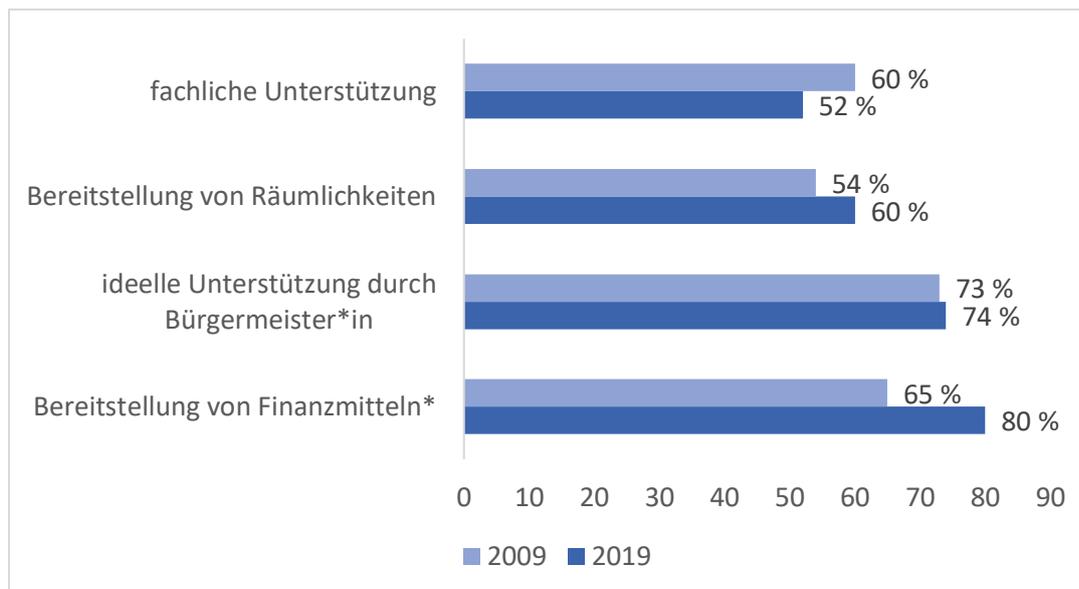


Abb. 4: Kommunale Unterstützung. Frage: Erhielt Ihre Freiwilligenagentur im vergangenen Jahr Unterstützung durch die Verwaltung Ihrer Kommune?  $n_{2009} = 221 - 222$ ;  $n_{2019} = 171$   
\* $p < .01$

#### Zufriedenheit mit kommunaler Unterstützung

Die Testung auf signifikante Unterschiede hinsichtlich der Zufriedenheit mit der kommunalen Unterstützung ergab, dass die Freiwilligenagenturen, die zu den Messzeitpunkten 2009 ( $n_{\text{Räumlichkeiten}} = 179$ ;  $n_{\text{Finanzmittel}} = 207$ ) und 2019 ( $n_{\text{Räumlichkeiten}} = 150$ ;  $n_{\text{Finanzmittel}} = 162$ ) an der Befragung teilgenommen haben, sich in Bezug auf die Aspekte ‚Bereitstellung von Räumlichkeiten‘ ( $t(df: 326) = -2.8$ ;  $p < .05$ ) und ‚Bereitstellung von Finanzmitteln‘ ( $t(df: 354) = -4.4$ ;  $p = .000$ ) signifikant unterscheiden. Die Freiwilligenagenturen waren 2009 sowohl hinsichtlich des Aspekts ‚Räumlichkeiten‘ ( $M = 2.8$ ;  $SD = 1$ ) als auch in Bezug auf die ‚Finanzmittel‘ ( $M = 2.5$ ;  $SD = 1$ ) durchschnittlich unzufriedener als die Freiwilligenagenturen, die 2019 den Fragebogen ausfüllten ( $M_{\text{Räumlichkeiten}} = 3.1$ ;  $SD_{\text{Räumlichkeiten}} = .9$ ;  $M_{\text{Finanzmittel}} = 2.9$ ;  $SD_{\text{Finanzmittel}} = 1$ ). Die Skalierung dieser Variable gestaltete sich von 1 (sehr unzufrieden) bis 4 (sehr zufrieden). Dennoch soll an dieser Stelle angemerkt werden, dass eine relativ hohe Streuung in Bezug auf die analysierte abhängige Variable zu erkennen ist. Hinsichtlich beider signifikanten Unterschiede liegt zudem mit Blick auf die Variable ‚Räumlichkeiten‘ eher ein geringer Effekt ( $d = .31$ ) und hinsichtlich der Variable ‚Finanzmittel‘ ein mittlerer Effekt ( $d = .46$ ) vor.

Die weitere Analyse der genannten Unterschiede der Zufriedenheit mit der kommunalen Unterstützung mittels  $\chi^2$ -Test zeigte, dass ein signifikanter Unterschied hinsichtlich der Zufriedenheit mit der kommunalen finanziellen Unterstützung ( $\chi^2 = 18.5$ ;  $df = 3$ ;  $n = 369$ ;  $p = .00$ ;  $V = .22$ ) vorliegt. Deskriptiv kann festgehalten werden, dass 2009 rund 22 % der Einrichtungen sehr unzufrieden und 29 % eher unzufrieden mit der Bereitstellung von Finanzmitteln waren. Etwa 30 % der Freiwilligenagenturen waren eher zufrieden und 19 % waren sehr zufrieden hinsichtlich dieses Aspektes. Demgegenüber gaben 2019 bezüglich der Zufriedenheit mit der kommunalen finanziellen Unterstützung 11 % der Freiwilligenagenturen an, dass sie sehr unzufrieden waren, während 20 % eher unzufrieden waren. Jeweils 35 % der Freiwilligenagenturen waren 2019 eher zufrieden und sehr zufrieden mit der Bereitstellung finanzieller Mittel durch die Kommune. Die steigende Zufriedenheit ist dadurch zu erklären, dass sich die kommunale finanzielle Unterstützung zwischen 2009 und 2019 signifikant erhöht hat.

#### Unterstützung durch Unternehmen

Viele Organisationen erhalten nicht nur durch die Kommune, sondern darüber hinaus durch Unternehmen finanzielle sowie ideelle Unterstützung. Im Jahr 2001 erhielten 48 % der Einrichtungen Unterstützung durch Unternehmen. Dieser Wert stieg zum Jahr 2009 auf 60 % an und verringerte sich wiederum auf 49 % im Jahr 2019.

Aus den Daten wird ersichtlich, dass die meisten Freiwilligenagenturen, die von Unternehmen Unterstützung erhalten, diese in Form von Geldspenden bekommen. Im Jahr 2001 war der Anteil der Geldspenden an Einrichtungen mit 68 % am höchsten. Im Jahr 2009 verringerte sich der Anteil an Einrichtungen, die Geldspenden von Unternehmen erhielten, auf 62 % und stieg dann zum Messzeitpunkt 2019 wieder auf 67 % an. Die Daten zeigen zudem, dass 2001 der Anteil der Organisationen, die Sachspenden von Unternehmen erhielten, deutlich höher war als zu den Messzeitpunkten zehn und zwanzig Jahre später. Bezüglich ‚Zeitspenden‘ ist aus den Daten erkenntlich, dass diese 2001 und 2009 mit jeweils 24 % zu gleichen Anteilen auftraten, während Freiwilligenagenturen 2019 häufiger von Unternehmen mit Zeitspenden unterstützt wurden (33 %). Darüber hinaus wurden Freiwilligenagenturen 2009 häufig über Sponsoring (38 %) gefördert. Der prozentuale Anteil von Freiwilligenagenturen, die von Unternehmen über Sponsoring gefördert werden, war sowohl 2001 (21 %) als auch 2019 (29 %) im Vergleich zu 2009 geringer. Dennoch muss an dieser Stelle betont werden, dass die inferenzstatistische Auswertung in Bezug auf die Unterstützungsleistungen von Unternehmen sowie die einzelnen Variablenausprägungen keine signifikanten Unterschiede zeigt. Die Ausprägung ‚Beratung‘ als Unterstützungsmöglichkeit von Unternehmen für Freiwilligenagenturen wurde lediglich 2009 und 2019 abgefragt (vgl. Abb. 5).

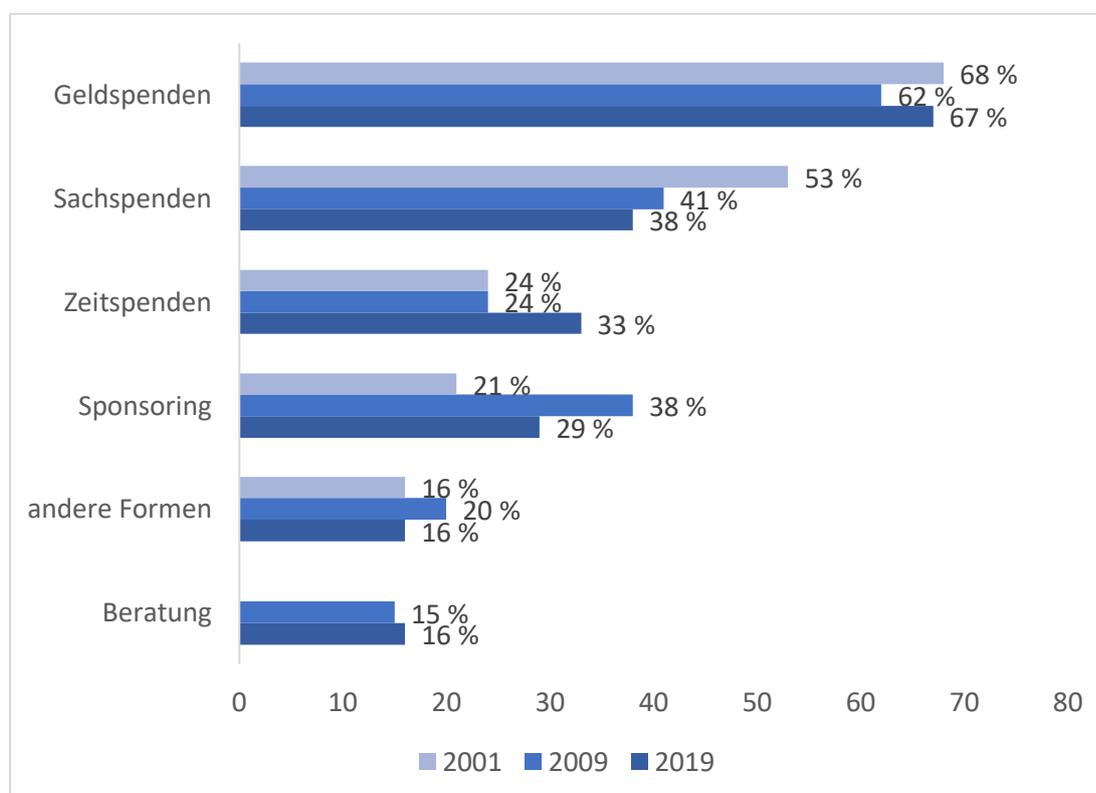


Abb. 5: Formen der Unterstützung von Freiwilligenagenturen durch Unternehmen. Frage: In welcher Form wurde Ihre Freiwilligenagentur von Unternehmen unterstützt?  $n_{2001} = 38$ ;

$n_{2009} = 133$ ;  $n_{2019} = 87$ , bezogen auf Einrichtungen, die von Unternehmen unterstützt werden (Mehrfachnennungen möglich).

### 3.2.3 Entwicklung der Einbindung ins kommunale Netzwerk

Ein weiterer Bestandteil der Fragebogenerhebung war die Frage nach der Einbindung von Freiwilligenagenturen in ein kommunales Netzwerk zum freiwilligen Engagement. Im Folgenden werden die Ergebnisse der inferenzstatistischen Unterschiedsprüfung hinsichtlich der Einbindung von Freiwilligenagenturen in ein kommunales Netzwerk zu den unterschiedlichen Messzeitpunkten unter Bezugnahme von Tabelle 3 dargestellt. Diesbezüglich kann festgehalten werden, dass besonders häufig die Einrichtungen über Projekte, Vereine und Initiativen lokal vernetzt sind ( $Chi^2 = 11$ ;  $df = 2$ ;  $n = 391$ ;  $p = .004$ ). Zudem waren 2001 Einrichtungen besonders häufig über Politik und Verwaltung lokal vernetzt, wohingegen 2009 lediglich knapp die Hälfte der Freiwilligenagenturen auf diesen Wegen ein kommunales Netzwerk aufgebaut haben ( $Chi^2 = 17.1$ ;  $df = 2$ ;  $n = 390$ ;  $p = .000$ ). Auffällig ist darüber hinaus, dass 2019 sehr wenige Organisationen zur Förderung des freiwilligen Engagements über andere Partner kommunale Netzwerke geschaffen haben ( $Chi^2 = 20.1$ ;  $df = 2$ ;  $n = 391$ ;  $p = .000$ ). Im Vergleich dazu nutzten 2019 besonders viele Freiwilligenagenturen Wege über andere Partner. Sowohl für die Unterschiede bezüglich der Projekte, Vereine und Initiativen ( $V = .17$ ) als Partner für die Einbindung in ein soziales Netzwerk als auch hinsichtlich Politik und Verwaltung ( $V = .2$ ) sowie anderer Partner ( $V = .2$ ) liegen jeweils geringe Effekte vor.

Tab. 3: Einbindung in ein kommunales Netzwerk zum freiwilligen Engagement

Frage: Mit welchen Partnern sind Sie in ein kommunales Netzwerk zum freiwilligen Engagement eingebunden?

Messzeitpunkt	Einbindung in kommunales Netzwerk zum freiwilligen Engagement						
	Projekte/Vereine/ Initiativen	andere Freiwilligenagen- turen	Politik/Verwaltung	Verbände	Medien	Unternehmen	andere Partner
	%	%	%	%	%		%
2001	76	64	76*	65	35	20	21
2009	71*	61	50*	54	21	16	28*
2019	87*	70	67	66	26	15	8*

$n_{2001} = 66$ ;  $n_{2009} = 176/177$ ;  $n_{2019} = 148$ ; \* $p < .001$

### 3.2.4 Entwicklung der Angebotsstruktur von Freiwilligenagenturen

#### Arbeitsbereiche von Freiwilligenagenturen

Innerhalb des Fragebogens beantworteten Freiwilligenagenturen u. a. die Frage, welche Arbeitsbereiche ihre Freiwilligenagentur zurzeit abdeckt. Als Kernprofil von Freiwilligenagenturen als ‚Vermittlungsagenturen‘ werden die Arbeitsbereiche „Information, Beratung und Vermittlung von Freiwilligen, Zusammenarbeit mit und Beratung von gemeinnützigen Einrichtungen sowie Öffentlichkeitsarbeit für bürgerschaftliches Engagement“ (Speck et al. 2012: 68) angesehen. Dieses wird auch anhand der vorliegenden Daten deutlich, da die überwiegende Mehrheit der befragten Einrichtungen zu allen drei Messzeitpunkten diese Arbeitsbereiche abdeckten (vgl. Abb. 6).

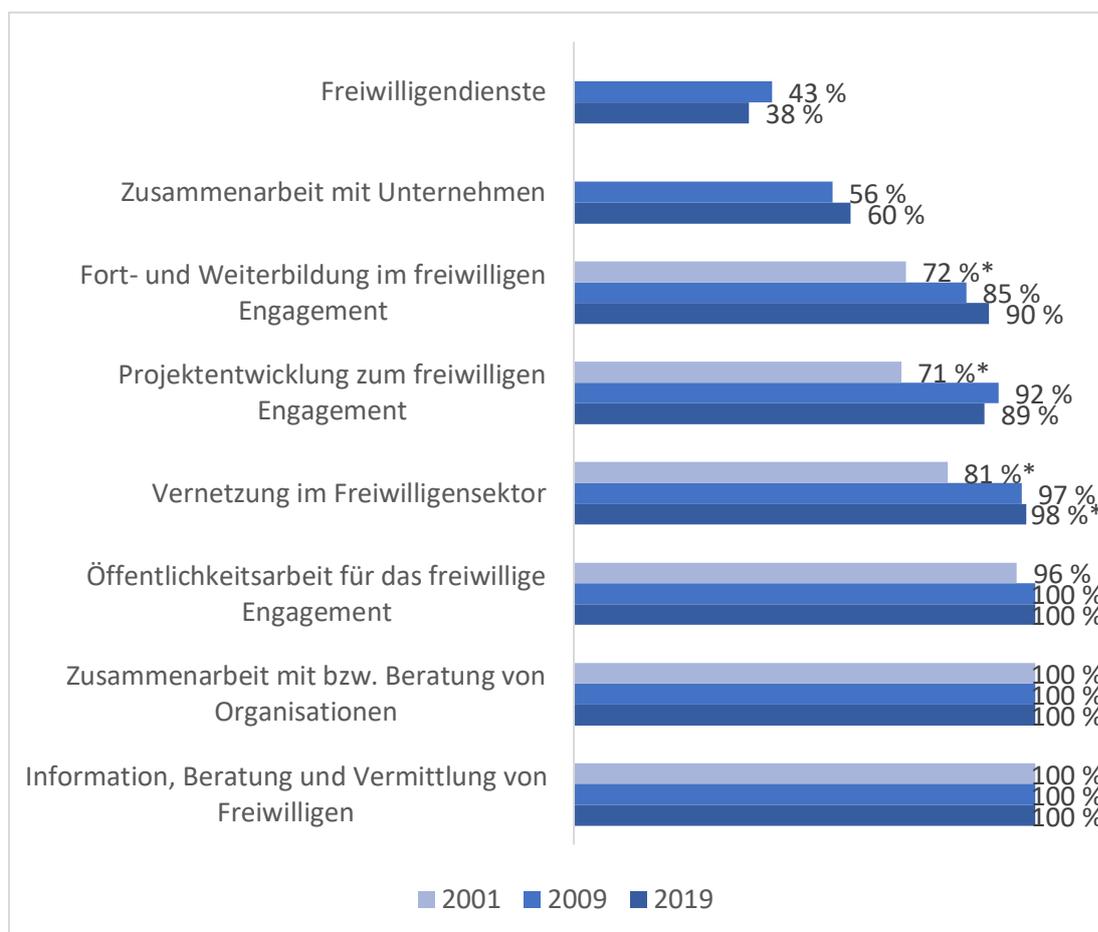


Abb. 6: Arbeitsbereiche von Freiwilligenagenturen. Frage: Welche der Arbeitsbereiche deckt Ihre Freiwilligenagentur zurzeit ab?  $n_{2001} = 79 - 80$ ;  $n_{2009} = 219 - 224$ ;  $n_{2019} = 177 - 179$ ; Skala 1 - 4, abgedeckt = Pos. 2 + 3 + 4 (1 = „nein“, 2 = „wenig“, 3 = „stark“, 4 = „sehr stark“); \* $p < .001$

In Bezug auf Abbildung 6 muss angemerkt werden, dass bei der ersten Erhebung 2001 die Ausprägungen ‚Freiwilligendienste‘ und ‚Zusammenarbeit mit Unternehmen‘ nicht abgefragt wurden. Mittels  $Chi^2$ -Testung konnten signifikante Unterschiede in Bezug auf die Variablen ‚Fort- und Weiterbildung im freiwilligen Engagement‘ ( $Chi^2 = 12.4$ ;  $df = 2$ ;  $n = 480$ ;  $p = .002$ ), ‚Projektentwicklung zum freiwilligen Engagement‘ ( $Chi^2 = 32.4$ ;  $df = 2$ ;  $n = 481$ ;  $p = .000$ ) und ‚Vernetzung im Freiwilligensektor‘ ( $Chi^2 = 36.5$ ;  $df = 2$ ;  $n = 477$ ;  $p = .00$ ) herausgestellt werden. Dennoch bestehen lediglich schwache bis mittlere Effekte hinsichtlich dieser signifikanten Unterschiede ( $V_{Fortbildung} = .2$ ;  $V_{Projektentwicklung} = .2$ ;  $V_{Vernetzung} = .3$ ). Mit Blick auf Abbildung 6 wird ebenso ersichtlich, dass der prozentuale Anteil an Freiwilligenagenturen, die den Arbeitsbereich ‚Vernetzung im Freiwilligensektor‘ anbieten, im Jahr 2001 mit 81 % signifikant abweicht. Demgegenüber bieten 2019 rund 98% der Freiwilligenagenturen diesen Arbeitsbereich an. In Bezug auf die Variable ‚Projektentwicklung zum freiwilligen Engagement‘ zeigt sich, dass 2001 signifikant weniger Freiwilligenagenturen diesen Arbeitsbereich in ihr Portfolio integriert hatten. Daran anknüpfend konnten lediglich 72 % der Freiwilligenagenturen den Aufgabenbereich der ‚Fort- und Weiterbildung im freiwilligen Engagement‘ aufweisen. Im Allgemeinen kann daraus geschlossen werden, dass Freiwilligenagenturen insbesondere in den Jahren 2009 und 2019 ein breiteres Aufgabenportfolio angeboten haben als zuvor.

*Erweiterte Aufgabenprofile von Freiwilligenagenturen*

Aus den im vorhergehenden Abschnitt dargestellten Ergebnissen kann die Vermutung abgeleitet werden, dass Freiwilligenagenturen im Zeitverlauf zunehmend umfassendere Aufgabenprofile aufgebaut haben. Dazu wurde die Variable der ‚Aufgabenbereiche‘ umcodiert (vgl. Tab. 4). Mittels Unterschiedsprüfung kann zunächst allgemein festgestellt werden, dass es einen schwachen Unterschied hinsichtlich eines eingeschränkten oder umfassenden Aufgabenprofils zwischen den Messzeitpunkten gibt ( $Chi^2 = 31.2$ ;  $df = 2$ ;  $n = 483$ ;  $p = .000$ ;  $V = .25$ ). Es zeigt sich darüber hinaus, dass 2001 die Hälfte der befragten Freiwilligenagenturen angibt, ein umfassendes Profil zu haben, während die andere Hälfte ein eingeschränktes Profil angibt. 2009 stieg der Anteil an Freiwilligenagenturen, die ein umfassendes Aufgabenprofil anboten auf 78 % und 2019 betrug dieser Anteil 82 %. Insgesamt kann festgehalten werden, dass Freiwilligenagenturen im Zeitverlauf ein umfassenderes Aufgabenprofil entwickelt haben.

Tab. 4: Umfassendes und eingeschränktes Profil von Freiwilligenagenturen

Messzeitpunkt	Erweitertes Aufgabenprofil von Freiwilligenagenturen	
	umfassend %	eingeschränkt %
2001	50	50
2009	78*	22*
2019	82*	18*

Umfassend = Information, Beratung und Vermittlung von Freiwilligenagenturen + Zusammenarbeit und Beratung von Organisationen + Öffentlichkeitsarbeit + Vernetzung + Fort- und Weiterbildung + Projektentwicklung; eingeschränkt = mindestens ein Bereich fehlt;  $n_{2001} = 80$ ;  $n_{2009} = 224$ ;  $n_{2019} = 179$ ;  $p < .001$

Aus dem Ergebnis, dass die Vielfältigkeit des Aufgabenportfolios von Freiwilligenagenturen im Zeitverlauf zunimmt, kann wiederum die Vermutung abgeleitet werden, dass Freiwilligenagenturen, die bereits länger bestehen, ein umfassenderes Aufgabenprofil aufweisen, während Freiwilligenagenturen, die eine kürzere Bestandsdauer haben, eher ein eingeschränktes Aufgabenprofil abdecken. Abbildung 7 bestätigt diese Vermutung. Die  $Chi^2$ -Testung zur Prüfung, ob Unterschiede zwischen Freiwilligenagenturen mit kürzerer und längerer Bestandsdauer hinsichtlich der Vielfalt des Aufgabenprofils bestehen, erbrachte ein signifikantes Ergebnis ( $Chi^2 = 15.2$ ;  $df = 3$ ;  $n = 459$ ;  $p = .002$ ). Jedoch liegt diesbezüglich lediglich ein schwacher Effekt vor ( $V = .2$ ). Obwohl in Abbildung 5.2 zu erkennen ist, dass mit zunehmender Bestandsdauer der Anteil der Freiwilligenagenturen mit umfassendem Profil zu- und mit eingeschränktem Profil abnimmt, bestätigte die an den  $Chi^2$ -Test anschließende Analyse mittels Post-Hoc-Test lediglich, dass eine überzufällige Abweichung zwischen den Freiwilligenagenturen existiert, die drei Jahre und jünger sind.

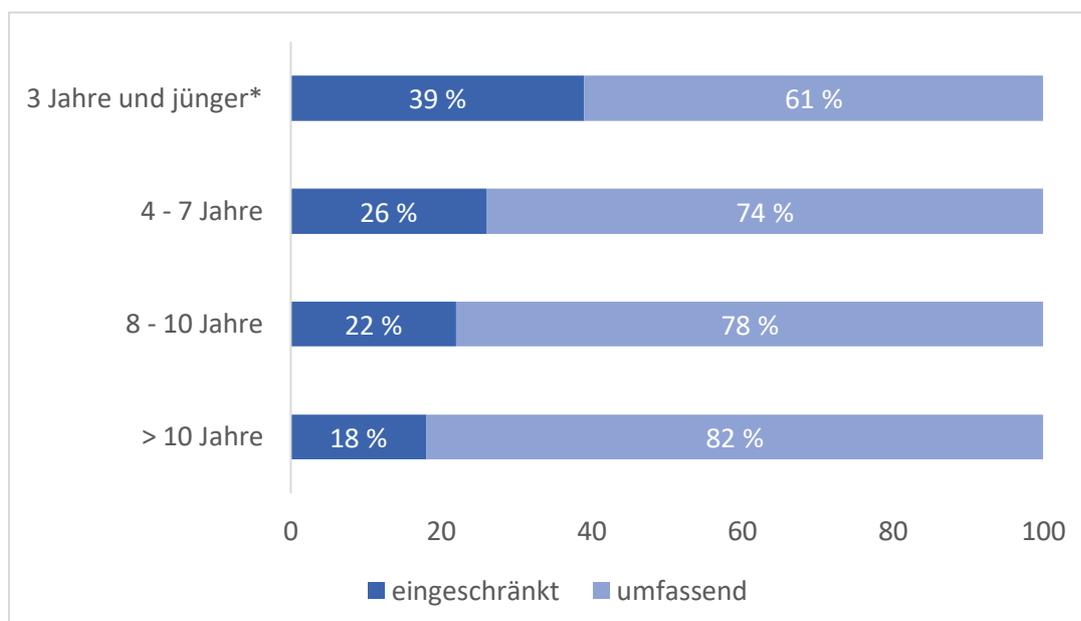


Abb. 7: Bestandsdauer und Aufgabenprofil von Freiwilligenagenturen.  $n = 459$ ;  $*p < .000$

#### *Ausprägungen der einzelnen Arbeitsbereiche von Freiwilligenagenturen*

Weiterführend kann den Daten detailliert entnommen werden, wie stark Freiwilligenagenturen die jeweiligen Arbeitsbereiche abdecken (vgl. Abb. 8); dieses kann jedoch nur für die Messzeitpunkte 2009 und 2019 aufgezeigt werden. In Bezug auf die Arbeitsbereiche und Aufgabenschwerpunkte ‚Vernetzung im Freiwilligensektor‘, ‚Beratung von Organisationen‘, ‚Fort- und Weiterbildung‘ und ‚Freiwilligendienste‘ zeigen sich signifikante Unterschiede. Im Jahr 2009 deckten lediglich 62 % der Freiwilligenagenturen die Vernetzung im Freiwilligensektor als Arbeitsbereich stark ab, wohingegen sich 2019 bereits 76 % der Freiwilligenagenturen mit diesem Arbeitsfeld stark auseinandersetzten ( $Chi^2 = 8.6$ ;  $df = 2$ ;  $n = 398$ ;  $p = .14$ ).



Abb. 8: Leistungsprofil von Freiwilligenagenturen. Frage: Welche der Arbeitsbereiche deckt Ihre Freiwilligenagentur zurzeit stark ab?  $n_{2009} = 217-224$ ;  $n_{2019} = 173 - 179$ ; Skala 1–4, stark = Pos. 3 + 4 (1 = „nein“, 2 = „wenig“, 3 = „stark“, 4 = „sehr stark“); \* $p < .05$

Ähnliche Ergebnisse zeigen sich in Bezug auf die Beratung von Organisationen sowie Fort- und Weiterbildungen. Der prozentuale Anteil an Freiwilligenagenturen, die den Bereich ‚Beratung von Organisationen‘ stark besetzten, lag 2009 bei 38 % und 2019 bei 51 % ( $Chi^2 = 11$ ,  $df = 2$ ;  $n = 403$ ;  $p = .004$ ); Fort- und Weiterbildungen deckten die Freiwilligenagenturen 2009 mit 33 % und 2019 mit 51 % stark ab ( $Chi^2 = 12.5$ ,  $df = 2$ ;  $n = 398$ ;  $p = .002$ ). Sowohl hinsichtlich a) der ‚Beratung von Organisationen‘, als auch b) ‚Fort- und Weiterbildungen‘ ist die Stärke der Abdeckung dieser Angebotsbereiche im Zeitverlauf signifikant gestiegen. Für das Angebot von Freiwilligendiensten zeigt sich ein umgekehrter Trend. Während 2009 noch 16 % der Freiwilligenagenturen Träger von Freiwilligendiensten waren, boten dieses 2019 nur noch 8 % der Einrichtungen an ( $Chi^2 = 6$ ;  $df = 2$ ;  $n = 392$ ;  $p = .49$ ). Für alle genannten signifikanten Unterschiede liegt lediglich ein geringer Effekt vor ( $V_{Vernetzung} = .1$ ;  $V_{Beratung} = .2$ ;  $V_{Fortbildung} = .2$ ;  $V_{Freiwilligendienste} = .1$ ).

#### Gründe für Unterschiede in den Ausprägungen der Arbeitsbereiche

Freiwilligenagenturen decken über alle Messzeitpunkte hinweg die einzelnen Arbeitsbereiche unterschiedlich stark und häufig ab. Dieses kann insbesondere im Zusammenhang mit der unterschiedlichen finanziellen Ausstattung gesehen werden. Zusammenhangsprüfungen mittels Spearman-Korrelation bestätigen diese Vermutung. So bestehen zwischen dem Jahresbudget und der Stärke der Ausprägung nahezu aller Arbeitsbereiche signifikante Korrelationen. Lediglich zwischen dem Jahresbudget und der Vermittlung von Freiwilligen konnte keine signifikante Korrelation nachgewiesen werden. Die stärkste, aber dennoch nur mittlere Korrelation liegt mit  $r = .3$  zwischen der Beratung von Organisationen und

dem Jahresbudget vor. Auch in Bezug auf die Zusammenarbeit mit Organisationen und das Jahresbudget liegt mit  $r = .29$  eine mittlere Korrelation vor. Ansonsten sind lediglich geringe Zusammenhänge festzustellen. Es kann konstatiert werden: Je höher das Jahresbudget, desto höher die Stärke der Ausprägungen in den jeweiligen Arbeitsbereichen ( $n = 317-32$ ;  $p < .01$ ).

Interessant ist darüber hinaus, dass sich Zusammenhänge zwischen dem Umfeld von Freiwilligenagenturen und der Stärke der Ausprägung der einzelnen Arbeitsbereiche ergeben. Zwischen den Arbeitsfeldern ‚Information und Beratung von Freiwilligen‘ ( $r = .34$ ;  $n = 368$ ) sowie ‚Vermittlung von Freiwilligen‘ ( $r = .34$ ;  $n = 368$ ) und einem zunehmend städtischen Umfeld bestehen mittlere Zusammenhänge ( $p = .001$ ). Zwischen der Stärke der Ausprägung hinsichtlich der Arbeitsfelder ‚Zusammenarbeit mit Organisationen‘ ( $r = .25$ ;  $n = 360$ ), ‚Beratung von Organisationen‘ ( $r = .25$ ;  $n = 368$ ), ‚Vernetzung im Freiwilligensektor‘ ( $r = .2$ ;  $n = 363$ ) und ‚Zusammenarbeit mit Unternehmen‘ ( $r = .25$ ;  $n = 365$ ) sowie des zunehmend städtischen Umfelds bestehen hingegen geringe Zusammenhänge ( $p = .000$ ). Die Arbeitsfelder ‚Öffentlichkeitsarbeit‘, ‚Fort- und Weiterbildungen‘ und ‚Entwicklung von Projekten‘ zeigen keine signifikanten Zusammenhänge mit dem Umfeld von Freiwilligenagenturen.

### 3.2.5 Entwicklung der Leistungen von Freiwilligenagenturen

#### *Bürgerkontakte und -beratung sowie Vermittlung an Organisationen*

Zu allen drei Messzeitpunkten wurden Freiwilligenagenturen zu ihren Leistungen befragt, insbesondere zu ihren (telefonischen) Bürgerkontakten, den Bürgerberatungen sowie zur Anzahl der Organisationen, an die Engagierte vermittelt wurden. Dabei zeigen sich große Streuungen in den Daten, was Speck et al. 2012 damit erklären, dass „die jeweils vorhandenen finanziellen und personellen Ressourcen sowie die Unterstützungspotenziale vor Ort [die Leistungswerte der Agenturen] beeinflusst“ (Speck et al. 2012: 89). Aufgrund der großen Streuung dieser Variable werden im Nachfolgenden lediglich Mediane berichtet. Die Prüfung ergab signifikante Unterschiede zwischen 2009 und 2019 ( $z = -3.5$ ;  $n_{2009} = 202$ ;  $n_{2019} = 145$ ;  $p = .001$ ; siehe Abb. 9) in Bezug auf Bürgerkontakte von Freiwilligenagenturen ( $H = 12.9$ ;  $n = 420$ ;  $p = .02$ ). Mit  $r = 0.2$  liegt jedoch lediglich ein schwacher Effekt in Bezug auf diesen signifikanten Unterschied vor. Die befragten Organisationen gaben im Jahr 2009 an, 130 Bürgerkontakte im zurückliegenden Jahr gehabt zu haben. Zum Messzeitpunkt 2019 stieg die Anzahl der Bürgerkontakte im Mittel auf 200 Bürgerkontakte im vorhergehenden Jahr. Auch im Jahr 2001 ist mit 184 Kontakten ein hoher Wert vorhanden, dieser unterscheidet sich jedoch nicht signifikant von den Werten der anderen beiden Messzeitpunkte.

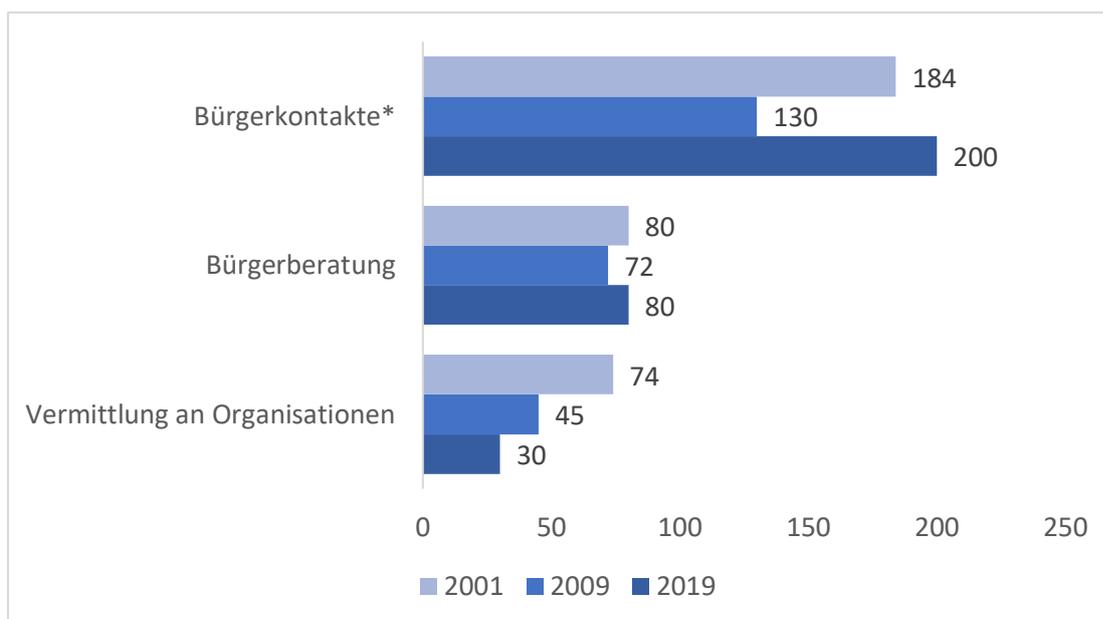


Abb. 9: Bürgerkontakte, Bürgerberatung und Vermittlung an Organisationen durch Freiwilligenagenturen;  $n_{\text{Bürgerkontakte}} = 420$ ;  $n_{\text{Bürgerberatung}} = 430$ ;  $n_{\text{Organisationen}} = 434$ ;  $*p = .02$

Hinsichtlich der anderen Leistungen von Freiwilligenagenturen, der Bürgerberatung sowie der Vermittlung von Freiwilligen an Organisationen zeigen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den jeweiligen Messzeitpunkten. Dennoch ist deskriptiv bei den Vermittlungen von Engagierten an Organisationen im Zeitverlauf ein rückläufiger Trend zu erkennen.

#### *Öffentlichkeitsarbeit für freiwilliges Engagement*

Wie in Unterabschnitt 3.2.4 (,Entwicklung der Angebotsstrukturen von Freiwilligenagenturen') bereits erwähnt wurde, zählt ,Öffentlichkeitsarbeit für das freiwillige Engagement' zum grundständigen Aufgabenportfolio von Freiwilligenagenturen. Diesbezüglich wurden die Freiwilligenagenturen zu allen drei Messzeitpunkten gefragt, welche Formen der Öffentlichkeitsarbeit sie im jeweils vorigen Jahr praktizierten (vgl. Tab. 5). Im Jahr 2001 konzentrierten sich fast alle Freiwilligenagenturen in ihrer Öffentlichkeitsarbeit auf Pressearbeit (99 %), Werbung (92 %), die Beteiligung an Veranstaltungen Dritter (89 %) sowie eigener Veranstaltungen (87 %). Zum Messzeitpunkt 2009 betrieben 95 % der Freiwilligenagenturen Pressearbeit, dieses entspricht zwar dem Großteil aller Freiwilligenagenturen, der Wert ist aber etwas geringer als im Jahr 2001. Der Anteil der Freiwilligenagenturen, die Pressearbeit betreiben, stieg 2019 wieder auf 98 % an. Es liegen diesbezüglich dennoch keine signifikanten Unterschiede zwischen den Messzeitpunkten vor.

Hinsichtlich einer eigenen Homepage von Freiwilligenagenturen sowie der Internetpräsenz lassen sich deutliche Unterschiede erkennen. Im Jahr 2001 hatte lediglich etwas mehr als die Hälfte der Freiwilligenagenturen eine eigene Homepage oder kümmerten sich um eine Internetpräsenz, während sich 2009 bereits 84 % der Freiwilligenagenturen damit auseinandersetzten. Der prozentuale Anteil der Freiwilligenagenturen, die am eigenen Internetauftritt arbeiteten, stieg 2019 auf 96 % an. Die prozentualen Anteile zu den Messzeitpunkten 2001 (57 %) und 2019 (96 %) stellen eine signifikante Abweichung dar. Im Hinblick auf die Unterschiedsprüfung liegt mit Cramers  $V = .35$  ein schwacher Effekt vor ( $Chi^2 = 58$ ;  $df = 2$ ;  $n = 465$ ;  $p = .00$ ). Die Steigerung der digitalen Öffentlichkeitsarbeit kann sicherlich auf die zunehmende Relevanz digitaler Medien sowie deren Bedeutung für das ,In-Kontakt-Treten' mit potenziellen Organisationen und Engagierten zurückgeführt werden.

Zusammengefasst sind die Formen der Öffentlichkeitsarbeit zu den jeweiligen Messzeitpunkten, abgesehen von der Gestaltung der eigenen Internetpräsenz, ähnlich verteilt und es ergeben sich keine weiteren signifikanten Abweichungen.

Tab. 5: Formen der Öffentlichkeitsarbeit von Freiwilligenagenturen.

Frage: Welche Formen der Öffentlichkeitsarbeit praktizierte Ihre Freiwilligenagentur?

Messzeitpunkt	Formen der Öffentlichkeitsarbeit						
	Pressearbeit	eigene Homepage/Internetpräsenz	Werbung	Beteiligung an Veranstaltungen Dritter	eigene Veranstaltungen	eigene Publikationen	andere Formen
	%	%	%	%	%		%
2001	99	57*	92	89	87	53	29
2009	95	84	90	79	77	52	25
2019	98	96*	86	85	82	62	26

$n_{2001} = 79$ ,  $n_{2009} = 224$ ,  $n_{2019} = 160/162$ ,  $*p = .000$

### *Innovative Engagementformen*

Auch wenn die Frage nach innovativen Engagementformen von Freiwilligenagenturen lediglich zum Messzeitpunkt 2019 gestellt wurde, sollen die deskriptiven Ergebnisse diesbezüglich kurz skizziert werden; dies geschieht beziehungsweise auf den deskriptiven Bericht zum dritten Messzeitpunkt von Speck et al. 2021.

Die deskriptiven Ergebnisse zeigen, dass 77 % der befragten Freiwilligenagenturen ( $n = 161$ ) Kurzzeit-Engagement anboten. Patenschaften als Angebotsform (69 %) sowie Nachbarschaftshilfen (55 %) waren ebenso Bestandteil des Aufgabenportfolios von Freiwilligenagenturen. Eine Vorstandsgewinnung für Vereine boten 32 % der Einrichtungen an und Service Learning mit Schulen wurde von 25 % offeriert. Am seltensten wurden ortsungebundenes digitales Engagement (22 %), Corporate Volunteering (21 %) und Service Learning mit Hochschulen (9 %) genannt (ebd.: 23).

### **3.3 Selbstverständnisse von Freiwilligenagenturen**

Freiwilligenagenturen verstehen sich als Anlauf-, Beratungs- und Vermittlungsstellen, Infrastruktureinrichtungen und kommunale Dienstleisterinnen. Vor diesem Hintergrund wurden Freiwilligenagenturen zum Messzeitpunkt 2019 gefragt, inwiefern sie sich als kommunaler, gemeinnütziger, wirtschaftlicher und politischer Akteur verstehen (Abbildung 10): Etwa vier Fünftel der Freiwilligenagenturen verstehen sich als kommunaler (82 %) und gemeinnütziger Akteur (76 %). Deutlich geringer fällt die Zustimmung zu den anderen beiden Selbstverständnissen aus. So sieht sich nur ein gutes Drittel der Freiwilligenagenturen als politischer Akteur (38 %). Als wirtschaftlicher Akteur verstehen sich nur wenige Freiwilligenagenturen (2 %). Das Selbstverständnis als politischer Akteur wird von einem Drittel der Freiwilligenagenturen ausdrücklich abgelehnt (34 %). Eine deutliche Mehrheit der befragten Freiwilligenagenturen lehnt das Selbstverständnis als wirtschaftlicher Akteur ab (87 %).

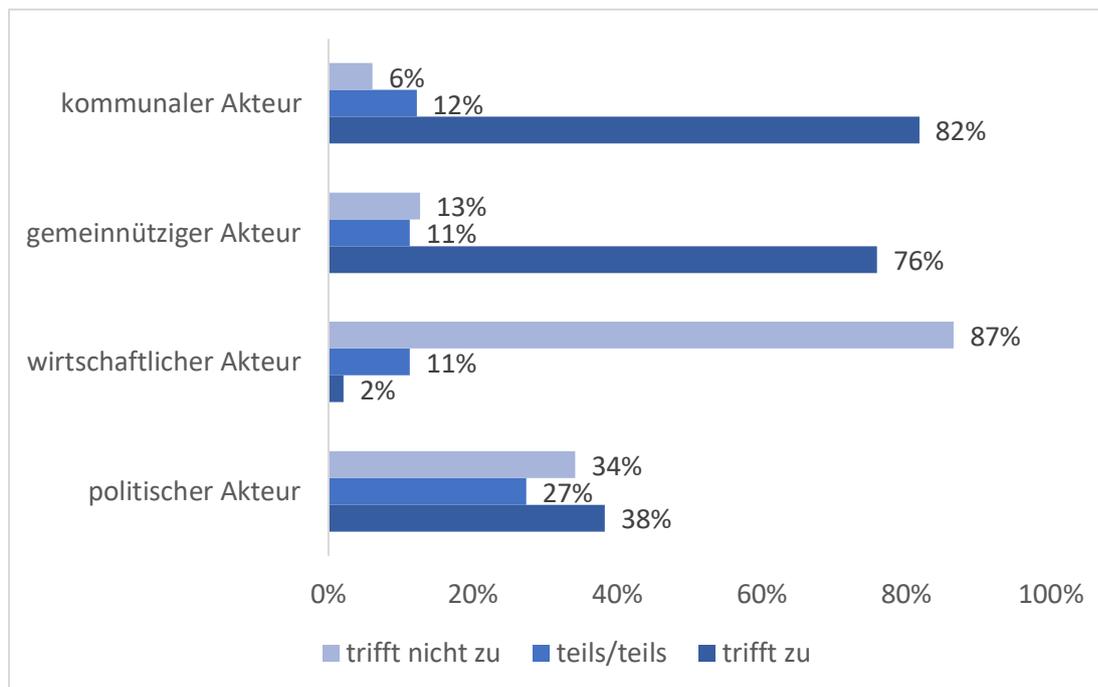


Abb. 10: Selbstverständnis von Freiwilligenagenturen. Frage: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf das Selbstverständnis Ihrer Freiwilligenagentur zu? Wir verstehen uns...  $n_{2019} = 142-148$

Angesichts der sehr unterschiedlichen Antworten zum Selbstverständnis als politischer Akteur, wurde eine differenzierte Korrelationsanalyse vorgenommen. Es zeigt sich: Freiwilligenagenturen mit einem höheren Budget ( $r = .351$ ;  $p < .001$ ;  $n = 139$ ), mehr hauptamtlich Mitarbeitenden ( $r = .324$ ;  $p < .001$ ;  $n = 146$ ), mehr Kooperationspartnern ( $r = .252$ ;  $p = .002$ ;  $n = 146$ ) und solche in Städten ( $r = .187$ ;  $p = .024$ ;  $n = 146$ ), geben häufiger an, sich als politischer Akteur zu verstehen. Das eigene Selbstverständnis von Freiwilligenagenturen steht also mit dem eigenen Wirkungsumfeld und den zur Verfügung stehenden Rahmenbedingungen in Beziehung.

Darüber hinaus wurde geprüft, ob ein Zusammenhang zwischen Freiwilligenagenturen, die sich vermehrt weiteren inhaltlichen Themen zuwenden wollen und ihrem Selbstverständnis besteht. Tabelle 6 zeigt die Ergebnisse dieser Analyse. Hervorzuheben ist der mittlere bis starke Zusammenhang zwischen Freiwilligenagenturen, die sich vermehrt der Demokratiestärkung zuwenden wollen und ihrem Selbstverständnis als politischer Akteur ( $r = .435$ ;  $p < .001$ ;  $n = 137$ ). Zudem besteht im Hinblick auf Freiwilligenagenturen, die sich verstärkt als politischer Akteur verstehen, und solchen, die sich vermehrt dem Thema Klimaschutz ( $r = .297$ ;  $p < .001$ ;  $n = 136$ ) ein mittlerer Zusammenhang sowie solchen, die sich vermehrt dem Thema Digitalisierung ( $r = .228$ ;  $p = .007$ ;  $n = 140$ ) zuwenden wollen ein geringer bis mittlerer Zusammenhang. Freiwilligenagenturen, die sich als wirtschaftliche Akteure verstehen, zeigen geringe bis mittlere signifikante Zusammenhänge hinsichtlich der vermehrten Beschäftigung mit den Themen Demokratiestärkung ( $r = .239$ ;  $p = .006$ ;  $n = 133$ ) und Digitalisierung ( $r = .270$ ;  $p = .001$ ;  $n = 136$ ). Dem Thema Integration bezogen auf Menschen mit Migrationsgeschichte wollen sich verstärkt Freiwilligenagenturen widmen, die sich als gemeinnütziger Akteur verstehen ( $r = .337$ ;  $p < .001$ ;  $n = 137$ ). Zudem weisen solche Freiwilligenagenturen ebenfalls geringe bis mittlere Korrelation in Bezug auf die zunehmende Beschäftigung mit Themen Inklusion bezogen auf Menschen mit Behinderung ( $r = .239$ ;  $p = .006$ ;  $n = 132$ ), Klimaschutz ( $r = .203$ ;  $p < .020$ ;  $n = 131$ ) und Demokratiestärkung ( $r = .183$ ;  $p = .036$ ;  $n = 132$ ) auf.

Tab. 6: Korrelationen zwischen den Entwicklungspotenzialen und dem Selbstverständnis von Freiwilligenagenturen

Entwicklungspotenziale	Selbstverständnis			
	als politischer Akteur	als wirtschaftlicher Akteur	als gemeinnütziger Akteur	als kommunaler Akteur
Demokratiestärkung	.435**	.239**	.183*	.010
Klimaschutz	.297**	.018	.203*	-.074
Digitalisierung	.228**	.270**	.130	.089
Inklusion <sup>a</sup>	-.084	-.022	.239**	-.047
Integration <sup>b</sup>	.128	.127	.337**	-.077

<sup>a</sup> Inklusion bezogen auf Menschen mit Behinderungen

<sup>b</sup> Integration bezogen auf Menschen mit Migrationsgeschichte

$n = 131 - 142$ ; \* $p \leq 0.05$ ; \*\* $p \leq 0.01$

### 3.4 Entwicklungspotenziale von Freiwilligenagenturen

In Bezug auf die Entwicklungspotenziale wurden bereits im vorherigen Abschnitt die Zusammenhänge zwischen diesen und dem Selbstverständnis von Freiwilligenagenturen dargestellt. Darüber hinaus wurde die Entwicklungspotenziale von Freiwilligenagenturen ebenfalls deskriptiv analysiert. Aus den Daten geht hervor, dass sich die Freiwilligenagenturen, die zum Messzeitpunkt 2019 an der Fragebogenerhebung teilnahmen, zukünftig insbesondere dem Thema Digitalisierung zuwenden wollen ( $M = 3.19$ ;  $SD = .73$ ;  $n = 144$ ). Der durchschnittliche Wert für die vermehrte Zuwendung zum Thema Klimaschutz fällt überraschenderweise insgesamt am geringsten aus ( $M = 2.55$ ;  $SD = .66$ ;  $n = 139$ ). Nichtsdestotrotz soll an dieser Stelle erwähnt werden, dass sich die Freiwilligenagenturen insgesamt allen genannten Themen zukünftig „eher stark“ zuwenden wollen (siehe Abb. 11).

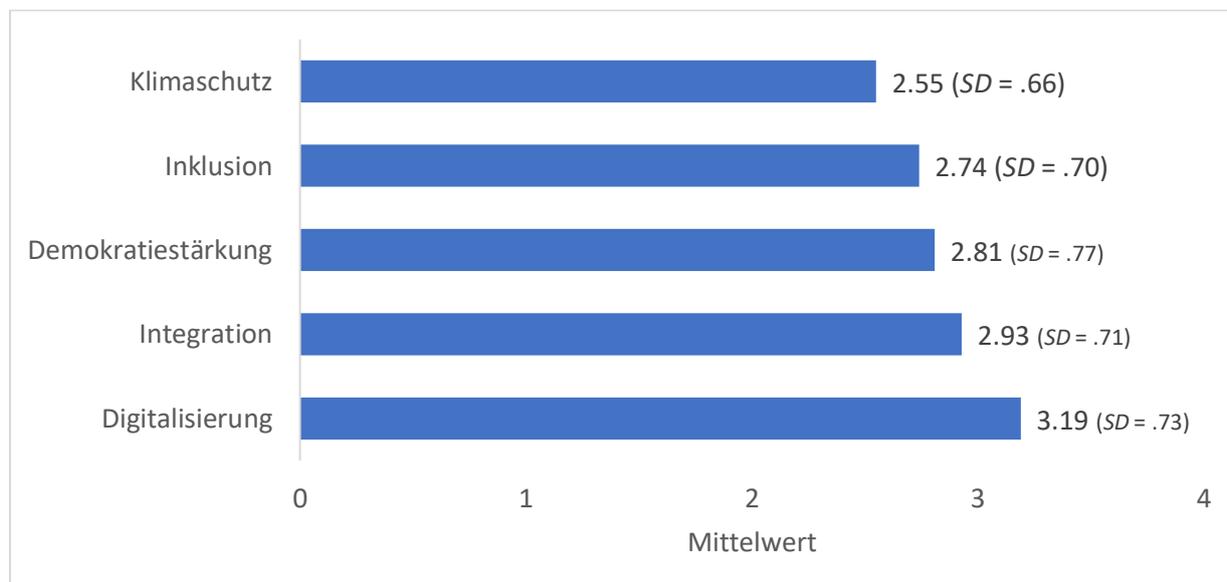


Abb. 11: Darstellung der Mittelwerte der Entwicklungspotenziale von Freiwilligenagenturen. Frage: Wie stark möchte Ihre Freiwilligenagentur sich in Zukunft den folgenden Themen zuwenden?  $n = 139 - 145$ ; Skala 1–4 (1 = „überhaupt nicht“, 2 = „eher wenig“, 3 = „eher stark“, 4 = „sehr stark“)

### 3.5 Grenzen der quantitativen Studie

#### *Limitationen der Fragebogenerhebung*

Nicht nur hinsichtlich der Auswertung bestehen Grenzen in der vorliegenden Forschungsarbeit, sondern ebenso im Hinblick auf die Fragebogenerhebung und die Datenaufbereitung. Trotz der Bemühungen um eine möglichst hohe Vergleichbarkeit zwischen den Messzeitpunkten in Bezug auf den Fragebogen wurden einige Fragen in ihrem Wortlaut so verändert, dass ein divergierendes Verständnis der Fragen durch die Teilnehmenden nicht ausgeschlossen werden kann. Darüber hinaus wurden zu allen drei Messzeitpunkten unterschiedliche Erhebungs- und Rekrutierungsmethoden angewandt. Während bspw. 2009 der Rücklauf „durch gezielte ‚Nachfassaktionen‘ per Postkarte und Telefonanruf“ (Speck et al., 2012: 29) erhöht werden konnte, wurde 2019 lediglich ein Online-Fragebogen als Erhebungsinstrument eingesetzt. Diese divergierenden Erhebungs- und Rekrutierungsmethoden können zu einer teilweise unterschiedlichen Verteilung in Bezug auf die Stichproben führen.

#### *Limitationen des Forschungsdesigns*

Eine wesentliche Limitation dieser Forschungsarbeit liegt im Forschungsdesign begründet. Da die Freiwilligenagenturen zu Anfang der Fragebogenerhebung keine Angaben zur Generierung eines Codes machen mussten, konnten die Angaben der Freiwilligenagenturen zu den verschiedenen Messzeitpunkten nicht individuell zugeordnet und somit keine Entwicklung in Bezug auf die einzelnen Freiwilligenagenturen nachgezeichnet werden. Demnach liegt lediglich ein Trenddesign und kein Panel- bzw. Längsschnittdesign vor.

#### *Limitationen hinsichtlich der Auswertungsmethoden*

Aufgrund der Vergleichbarkeit zu den bisherigen Publikationen der vorliegenden Daten wurden häufig Mediane statt arithmetischer Mittel berechnet und der Kruskal-Wallis-Test statt der ANOVA durchgeführt. Zwar sind diese statistischen Lagemaße und non-parametrischen Testverfahren deutlich robuster gegenüber Ausreißern, durch die ‚Senkung‘ des Skalenniveaus gehen jedoch Informationen verloren. In diesem Fall überwiegen dennoch die Vorteile dieser Vorgehensweise.

### 3.6 Zusammenfassung der quantitativen Ergebnisse

Anhand der vorgestellten, quantitativen Befunde kann zusammenfassend festgehalten werden, dass sich im Zeitverlauf tendenziell eine Zunahme der kommunalen Trägerschaft und eine verbesserte finanzielle Ausstattung von Freiwilligenagenturen gezeigt hat. Konkret sind einerseits ein Rückgang kurzfristig bewilligter Fördermittel sowie andererseits ein Anstieg des prozentualen Anteils kommunaler Mittel an der Finanzierung von Freiwilligenagenturen, der finanziellen Unterstützung durch Kommunen und der Zufriedenheit von Freiwilligenagenturen mit der kommunalen Unterstützung festzustellen. Im Hinblick auf die Leistungen von Freiwilligenagenturen zeigt sich vor allem eine Zunahme der Bürgerkontakte sowie in Bezug auf die Öffentlichkeitsarbeit eine Steigerung der Präsenz im Internet. Die Erhöhung des prozentualen Anteils der Freiwilligenagenturen, die im Internet präsent sind bzw. eine eigene Homepage für die Öffentlichkeitsarbeit nutzen, kann insbesondere durch die zunehmende Bedeutung digitaler Medien erklärt werden. Die Arbeitsbereiche ‚Zusammenarbeit mit und Beratung von gemeinnützigen Einrichtungen‘, ‚Information, Beratung und Vermittlung von Freiwilligen‘, sowie ‚Öffentlichkeitsarbeit für bürgerschaftliches Engagement‘ decken über den gesamten Zeitverlauf hinweg stabil das Kernprofil von Freiwilligenagenturen ab; dieses entspricht auch dem Selbstverständnis von Freiwilligenagenturen als intermediären Organisationen (Backhaus-Maul/Speck 2011: 302). Nicht zu-

letzten wollen sich Freiwilligenagenturen, die sich in ihrem Selbstverständnis gemäß als politische Akteure verstehen, zunehmend der Demokratiestärkung als inhaltlichem Schwerpunkt ihrer Arbeit widmen.

## 4. Bilanz und Perspektiven

Die quantitativen Befunde der Langzeituntersuchung zeichnen im Vergleich der Erhebungswellen (2001, 2009, 2019) das Bild einer sukzessiven Institutionalisierung von Freiwilligenagenturen in Deutschland. Die Ausgangssituation in den 1980er Jahren der alten Bundesrepublik war durch vereinzelte Organisationsgründungen zumeist in Städten gekennzeichnet. Ausgehend von diesen durch Selbstorganisation und geringe Ressourcen geprägten Anfängen können Freiwilligenagenturen nunmehr seit über einem Jahrzehnt darauf verweisen, dass sie flächendeckend in Deutschland verbreitet sind (Speck et al. 2012) und sich verstetigt haben (Speck et al. 2021), gleichwohl ist ihr Bestand aber nicht überall und auf Dauer gesichert.

Wichtige Indikatoren für die Institutionalisierung von Freiwilligenagenturen wurden in der dritten quantitativen Wiederholungsbefragung herausgearbeitet, wie etwa die Zunahme hauptamtlichen Personals (ebenda), der Rückgang kurzfristiger Finanzierungen, der erhöhte Anteil kommunaler Finanzmittel und das erweiterte Aufgabenprofil von Freiwilligenagenturen (Speck et al. 2021, 2022). Ob und inwiefern die gestiegene Zahl von Freiwilligenagenturen in kommunaler Trägerschaft auf einen Trend zur Kommunalisierung verweist und (produktive) Konflikte zwischen Freiwilligenagenturen als Nonprofit-Organisationen und Freiwilligenagenturen als Teil einer Kommunalverwaltung zu erwarten sind, ist Gegenstand aktueller Diskussionen und ausstehender qualitativer sozialwissenschaftlicher Forschung.

Ein Wesensmerkmal von Freiwilligenagenturen ist die ausgeprägte Rezeption aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen und das Bestreben, das eigene organisationale Selbstverständnis fortlaufend zu profilieren (Speck et al. 2022). So zeigen sich Freiwilligenagenturen offen gegenüber aktuellen gesellschaftlichen Themen und institutionalisierten Erwartungen ihrer Umwelt und übersetzen dieses in konkretes Handeln (Speck et al. 2021, 2022, 2023). Ob und inwiefern sie dabei selbst themensetzende innovative Akteure sind, ist aber eine offene, letztlich empirisch zu klärende Frage.

Bilanzierend lässt sich festhalten, dass sich – so die Langzeituntersuchung – eine organisationale Verstetigung von Freiwilligenagenturen und eine deutliche „Bodenhaftung“ auf kommunaler Ebene abzeichnen (Speck et al. 2021). In den vergangenen beiden Jahrzehnten haben sich Freiwilligenagenturen als umweltoffene (intermediäre), öffentlich (kommunal) mitfinanzierte und lokal tätige Organisationen institutionalisiert.

Angesichts dieser flexiblen Anpassung (Staab 2022) an eine hoch dynamische und krisenhafte Umwelt sind Freiwilligenagenturen besonders gefordert, ihr organisationales und gesellschaftspolitisches Selbstverständnis weiterzuentwickeln. Begriffe, wie Anlauf-, Beratungs- und Vermittlungsstelle, Infrastruktureinrichtung und kommunale Dienstleisterin, sind deutungs offene Platzmarkierungen in einer fragmentierten und parzellierten lokalen Engagementlandschaft und in Zukunft sicherlich allein keine hinreichend tragfähigen Begründungen mehr für das eigene Tun. Für Freiwilligenagenturen wiederum gehört die Frage nach ihrem organisationalen Selbstverständnis und ihrer gesellschaftspolitischen Rolle ganz oben auf die Agenda. Der Fortsetzung und Vertiefung des nunmehr seit zwei Jahrzehnten bestehenden forschungsbasierten Wissenstransfer zwischen Sozialwissenschaftler\*innen und Praxisexpert\*innen kommt hierbei entscheidende Bedeutung zu (Backhaus-Maul et al. 2024).

## Literatur

Backhaus-Maul, Holger; Fückler, Sonja; Grimmig, Martina; Kamuf, Viktoria; Nuske, Jessica; Quent, Matthias (Hrsg.) (2023): Forschungsbasierter Wissenstransfer und gesellschaftlicher Zusammenhalt. Frankfurt/New York.

Backhaus-Maul, Holger; Speck, Karsten (2011): Freiwilligenagenturen in Deutschland. Potenziale auf kommunaler Ebene. In: Nachrichtendienst des Deutschen Vereins für öffentliche und private Fürsorge, 19. Jg., Heft 7, S. 302-308.

Beck, Ulrich (1986): Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt.

Brand, Karl-Werner; Büsser, Detlef; Rucht, Dieter (1983): Aufbruch in eine andere Gesellschaft. Neue soziale Bewegungen in der Bundesrepublik. Frankfurt/New York.

Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (Hrsg.) (2022): Freiwilligenagenturen gestalten Gesellschaft. Ein Magazin über Geschichte(n) und Entwicklungen von Freiwilligenagenturen in Deutschland. Berlin.

Ebert, Olaf; Hartnuß, Birger; Rahn, Erik; Schaaf-Derichs, Carola (2002): Freiwilligenagenturen in Deutschland. Ergebnisse einer Erhebung der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa). Stuttgart.

Ebert, Olaf; Speck, Karsten (2011): Freiwilligenagenturen. In: Olk, Thomas; Hartnuß, Birger (2011) (Hrsg.): Handbuch Bürgerschaftliches Engagement. Weinheim/Basel, S. 553-566.

Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ des Deutschen Bundestages (Hrsg.) (2002): Bürgerschaftliches Engagement. Auf dem Weg in eine zukunftsfähige Gesellschaft. Bericht. Opladen.

Nassehi, Armin (2021): Unbehagen. Theorie der überforderten Gesellschaft. München.

Simonson, Julia; Kelle, Nadiya; Kausmann, Corinna; Tesch-Römer, Clemens (Hrsg.) (2022): Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019. Wiesbaden.

Speck, Karsten; Backhaus-Maul, Holger; Friedrich, Peter; Krohn, Maud (2012): Freiwilligenagenturen in Deutschland. Potenziale und Herausforderungen einer vielversprechenden intermediären Organisation. Wiesbaden.