

# **Die Babyboomer-Generation und das freiwillige Engagement: Die Rolle des Freiwilligenmanagements und der Freiwilligenagenturen**

Bachelorarbeit I

am

Studiengang „Aging Services Management“  
an der Ferdinand Porsche FernFH

Judith Hofmarcher  
Matrikelnummer 51807117

Begutachter: Mag. Martin Oberbauer

Hausmening, Februar 2020

## Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß übernommen wurden, habe ich als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt oder veröffentlicht.

10. Februar 2020

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'J. Hofmann', is positioned above the printed label 'Unterschrift'.

Unterschrift

## **Abstract**

Die Babyboomer-Generation stellt aufgrund ihrer Größe und ihres guten sozioökonomischen Status eine interessante Zielgruppe für das freiwillige Engagement im Alter dar. In den letzten Jahren wird die Entscheidung für ein freiwilliges Engagement und die Wahl der Organisation bewusster getroffen. Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit den Fragen, wie die formelle freiwillige Tätigkeit organisiert und gestaltet werden muss, um für die VertreterInnen der Babyboomer-Generation ansprechend zu sein und welche Rolle diesbezüglich das Freiwilligenmanagement und die Freiwilligenagenturen spielen. Die Ergebnisse wurden mithilfe einer Literaturanalyse erworben. Die freiwillige Tätigkeit sollte aktiv und flexibel gestaltet werden, damit die Babyboomer ihre Ideen und Fähigkeiten einbringen und ihre Kenntnisse weitergeben können. Zudem sollte die Tätigkeit mit Autonomie, Sinnstiftung und Entscheidungsfreiheit verbunden sein sowie eine laufende Unterstützung in der richtigen Intensität aufweisen. Projekte stellen diesbezüglich eine geeignete Engagementmöglichkeit für die Babyboomer dar. Mithilfe des Freiwilligenmanagements können Organisationen engagementfreundliche Rahmenbedingungen schaffen. Für die Babyboomer sollte auf die Gestaltung eines transparenten Aufgabenprofils, eines informativen Erstgespräches sowie eine flexible Freiwilligenkarriere geachtet werden. Die Mitgestaltung und Mitentscheidung stellt eine adäquate Anerkennungsform für die Leistungen dar. Generell sollte das freiwillige Engagement im Alter differenzierter betrachtet werden. Freiwilligenagenturen sollten für die Organisationen spezielle Schulungen und Handlungsempfehlungen für eine optimale generationsspezifische Gestaltung der freiwilligen Tätigkeit anbieten. Die Beratungen für interessierte Freiwillige sollten sie auf die jeweilige Generationzugehörigkeit anpassen.

Schlüsselbegriffe: Babyboomer-Generation, Freiwilligenarbeit, Freiwilligen Engagement, Ehrenamt, Freiwilligenmanagement, Freiwilligenkoordination, Freiwilligenagenturen

## **Abstract**

The babyboomer generation is an interesting target group for volunteering in later life due to its size and its socioeconomic status. In the last years, there has been a major shift in the reason people are engaging in volunteer work. Volunteers are now being more selective in which organisations they participate in. This thesis addresses to the questions, how the formal volunteer work should be organized and designed to be attractive for the babyboomers and how the volunteer management and the volunteer agencies contribute to that. For achieving results, a literature analysis was conducted. The findings show that volunteer work should be organized and designed actively and flexibly, so that the babyboomers can bring in their ideas and skills and transfer their knowledge. Volunteer work should encourage autonomy, meaning and freedom of choice as well as ongoing support in the right intensity. In this context, projects are very suitable for the babyboomers. The volunteer management helps the organisations to develop a suitable framework for volunteers. It is necessary to pay attention to a transparent volunteer profile, an informative first interview and a flexible volunteer career. An adequate form of appreciation of the voluntary engagement is to participate the babyboomers in the decision-making process. Generally, volunteer work in later life should be distinguished between the different generations. Therefore, volunteer agencies should provide training courses and guidelines to the organisations to inform about the specifics of the babyboomer generation. Moreover, the volunteer agencies should adapt their consulting services according to the specifics of this generation.

Keywords: babyboomer generation, volunteer work, volunteering, volunteer management, volunteer coordination, volunteer agency

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1	Zielsetzung der Arbeit.....	1
1.2	Forschungsfragen .....	2
1.3	Methodische Vorgangsweise und Aufbau.....	2
<b>2</b>	<b>Babyboomer-Generation</b> .....	<b>3</b>
2.1	Begriffsdefinition „Generation“ .....	3
2.2	Charakteristische Merkmale der Babyboomer-Generation.....	4
2.2.1	Geburtskohorte .....	4
2.2.2	Bildungsstand .....	5
2.2.3	Einkommen.....	6
2.2.4	Gesundheit .....	7
2.2.5	Werthaltungen und Einstellungen.....	8
2.2.6	Lebensformen .....	9
2.3	Aktivitätsniveau der Babyboomer-Generation.....	9
2.3.1	Sportliche Aktivitäten.....	10
2.3.2	Konsumverhalten .....	10
2.3.3	Reiseverhalten .....	10
2.3.4	Internetnutzung .....	11
<b>3</b>	<b>Freiwilliges Engagement</b> .....	<b>12</b>
3.1	Begriffsdefinitionen.....	12
3.2	Strukturwandel des freiwilligen Engagements .....	13
3.3	Wirkungen des freiwilligen Engagements .....	14
3.4	Statistische Daten zum freiwilligen Engagement in Österreich .....	15
3.4.1	Beteiligungsquoten am freiwilligen Engagement .....	15
3.4.2	Gründe für und gegen freiwilliges Engagement.....	18
3.4.3	Zugang und Informationspräferenzen zum freiwilligen Engagement ....	20
3.5	Einflussfaktoren auf freiwilliges Engagement im Alter.....	20
<b>4</b>	<b>Freiwilligenmanagement und Freiwilligenkoordination</b> .....	<b>22</b>
4.1	Aufgaben des Freiwilligenmanagements .....	22
4.2	Aufgaben der Freiwilligenkoordination .....	24
4.2.1	Engagementbereiche systematisch identifizieren.....	25
4.2.2	Aufgabenprofile erstellen und Freiwillige gewinnen .....	25
4.2.3	Erstgespräch führen und Hilfestellungen für die Entscheidung bieten ..	27

4.2.4	Freiwillige einarbeiten und befähigen .....	28
4.2.5	Freiwillige führen, fördern, qualifizieren, begleiten und anerkennen .....	28
4.2.6	Freiwillige verabschieden und Engagement bescheinigen .....	29
4.2.7	Ehemalige binden .....	29
<b>5</b>	<b>Freiwilligenagenturen.....</b>	<b>30</b>
5.1	Aufgaben der Freiwilligenagenturen .....	30
5.2	Freiwilligenagenturen in Österreich .....	32
<b>6</b>	<b>Diskussion und Beantwortung der Forschungsfragen.....</b>	<b>33</b>
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick.....</b>	<b>40</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>42</b>
	<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>49</b>

# 1 Einleitung

Der demographische Wandel bewirkt eine größere Anzahl an älteren Personen in unserer Gesellschaft. Insbesondere die Generation der jungen Alten, welche kurz vor der Pension stehen oder bereits seit wenigen Jahren im Ruhestand sind, nimmt einen hohen Anteil in der Gesellschaft ein. Es handelt sich dabei um die geburtenstärksten Jahrgänge der Nachkriegsjahre – die Babyboomer. Der Babyboom dauerte in den USA und in Westeuropa von den Nachkriegsjahren bis Mitte der 1960er Jahre (Höpflinger, 2015, S. 1). Diese große Gruppe der Personen stellt, aufgrund ihrer hohen materiellen und immateriellen Ressourcen, ein großes Potential für das freiwillige Engagement dar (IFES, 2013, S. 59). Darüber hinaus haben laut soziologischen Erkenntnissen die Babyboomer, im Vergleich zu den vorigen älteren Generationen, andere Werte und Einstellungen sowie vielfältigere Lebensstile und andere Vorstellungen und Pläne für die nachberufliche Phase (Wanka, 2019, S. 7). Um diese Gruppe für das freiwillige Engagement zu animieren, ist es notwendig, sie gezielt anzusprechen (IFES, 2013, S. 58).

Zudem zeichnete sich in den letzten Jahrzehnten eine Veränderung des freiwilligen Engagements ab. Die „neuen Freiwilligen“ entscheiden sich bewusster für das freiwillige Engagement und wählen ihre Tätigkeitsbereiche kritischer im Hinblick auf die Möglichkeiten und Ziele der verschiedenen Organisationen aus. Das Interesse an der jeweiligen Tätigkeit stellt das Hauptkriterium für die Entscheidung dar (Heimgartner & More-Hollerweger, 2009, S. 177f.). Vor diesem Hintergrund setzen die Organisationen vermehrt auf professionelles Freiwilligenmanagement, welches vor allem für die Gewinnung, Einführung, Schulung und Begleitung der Freiwilligen in der Organisation verantwortlich ist (Heimgartner & More-Hollerweger, 2009, S. 185). Um für potenzielle Freiwillige attraktiv zu sein, wird zudem die Außendarstellung für Organisationen immer wichtiger. Ferner steigt in diesem Zusammenhang die Bedeutung der Freiwilligenzentren bzw. Freiwilligenagenturen, welche als Vermittlungsinstanzen zwischen Freiwilligen und Organisationen auftreten, Beratungen anbieten und Organisationen bei der Öffentlichkeitsarbeit unterstützen (Heimgartner & More-Hollerweger, 2009, S. 177).

## 1.1 Zielsetzung der Arbeit

In folgender Arbeit soll einerseits die Generation der Babyboomer in Österreich charakterisiert werden und andererseits auf die Rolle des Freiwilligenmanagements und der Freiwilligenagenturen diesbezüglich eingegangen werden. Ziel der Arbeit ist es, die charakteristischen Merkmale der Babyboomer-Generation herauszuarbeiten und somit die Frage zu klären, wie das formelle freiwillige Engagement organisiert und gestaltet werden muss, um für diese Zielgruppe ansprechend zu sein. Des Weiteren soll die Rolle des Freiwilligenmanagements und der Freiwilligenagenturen für die Gewinnung dieser Zielgruppe erläutert werden.

## 1.2 Forschungsfragen

Im Zuge der vorliegenden Arbeit wird folgenden Forschungsfragen nachgegangen:

- Wie muss formelle freiwillige Tätigkeit organisiert und gestaltet sein, um die VertreterInnen der Babyboomer-Generation anzusprechen?
- Welche Rolle spielen dabei das Freiwilligenmanagement und die Freiwilligenagenturen?

## 1.3 Methodische Vorgangsweise und Aufbau

Zur Beantwortung der Forschungsfragen und zur Erreichung der Ziele wurde als methodische Vorgangsweise eine Literaturanalyse gewählt.

Die Literaturrecherche erfolgte in google, google scholar sowie in den Datenbanken der Ferdinand Porsche FernFH. Themenspezifische Fachliteratur in Form von Büchern und Zeitschriften wurde an der Bibliothek und den Datenbanken der Universität Wien und den entsprechenden Fachbereichsbibliotheken sowie an der Bibliothek des FH Campus Wien und der Fachhochschule St. Pölten recherchiert.

Für die Recherche wurden folgende Suchbegriffe verwendet: Freiwilligenarbeit, Freiwilligen Engagement, Ehrenamt, Alter, Babyboomer, Babyboomer-Generation, Freiwilligenmanagement, Freiwilligenagenturen

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in sieben Kapitel. In Kapitel 1 wird auf die Thematik der Arbeit einleitend hingewiesen und die Zielsetzung sowie die Forschungsfragen festgelegt. In Kapitel 2 wird zu Beginn der Begriff „Generation“ definiert und anschließend erfolgt eine nähere Auseinandersetzung mit den charakteristischen Merkmalen und dem Aktivitätsniveau der Babyboomer-Generation. Kapitel 3 befasst sich mit dem freiwilligen Engagement. Hier werden wichtige Begriffe definiert, der Strukturwandel und die Wirkung des freiwilligen Engagements sowie Einflussfaktoren auf freiwilliges Engagement im Alter behandelt und statistische Daten zum freiwilligen Engagement in Österreich dargestellt. Kapitel 4 beschäftigt sich mit den Aufgaben des Freiwilligenmanagements und der Freiwilligenkoordination. In Kapitel 5 werden die Aufgaben der Freiwilligenagenturen und die Situation der Freiwilligenagenturen in Österreich erörtert. In Kapitel 6 werden die Rechercheergebnisse zusammenfassend diskutiert und die Forschungsfragen beantwortet. Im Anschluss erfolgt in Kapitel 7 eine abschließende Zusammenfassung und ein Ausblick.

## 2 Babyboomer-Generation

Wie bereits eingangs erwähnt, handelt es sich bei der Babyboomer-Generation um die geburtenstärksten Jahrgänge der Nachkriegsjahre. Nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges und bis zur Einführung der Anti-Baby-Pille für Frauen kam es in einigen Ländern Nordeuropas und den USA zu einem Anstieg der Geburtenraten – dem sogenannten „Babyboom“ (Wanka, 2019, S. 6). Im folgenden Kapitel wird zu Beginn eine Definition des Begriffes „Generation“ vorgenommen. Im Anschluss werden die charakteristischen Merkmale und das Aktivitätsniveau der Babyboomer-Generation näher beleuchtet.

### 2.1 Begriffsdefinition „Generation“

Die Bevölkerungsstatistik definiert eine Generation als Lebens- bzw. Altersschicht, welche aus den durchschnittlichen Altersabständen zwischen Eltern und Kindern resultiert (Gukenbiehl, 1998, S. 101).

Die Soziologie definiert den Begriff „Generationen“ hingegen detaillierter, nämlich als „Grundgesamtheit der ungefähr Gleichaltrigen, die aufgrund der gleichen hist. Gesellschaftssituation, die sie in etwa im gleichen Alter erlebten, ähnliche Werthaltungen, Orientierungen, Einstellungen und Verhaltensformen aufweisen“ (Gukenbiehl, 1998, S. 101). Maßgeblich geprägt wurde diese Definition durch den Soziologen Karl Mannheim mit seiner Abhandlung „Das Problem der Generationen“ aus dem Jahr 1928. Mannheim (2017, S. 103ff.) versuchte den Begriff „Generation“ mithilfe von drei aufbauenden Ebenen zu erläutern:

1. **Generationslagerung:** Die erste Ebene bezeichnet Mannheim als Generationslagerung. Sie bildet den Grundstein und liegt vor, wenn eine Gruppe von Menschen zur selben Zeit im selben historisch-sozialen Raum geboren wird.
2. **Generationszusammenhang:** Von einem Generationszusammenhang wird gesprochen, wenn die Menschen einer Generationslagerung durch das Erleben von gemeinsamen Schicksalen verbunden werden.
3. **Generationseinheit:** Aus einem Generationszusammenhang bildet sich in weiterer Folge durch eine ähnliche geistige und soziale Auseinandersetzung mit den gemeinsamen Erlebnissen eine Generationseinheit heraus.

„Dieselbe Jugend, die an derselben historisch-aktuellen Problematik orientiert ist, lebt in einem „Generationszusammenhang“, diejenigen Gruppen, die innerhalb desselben

Generationszusammenhanges in jeweils verschiedener Weise diese Erlebnisse verarbeiten, bilden jeweils verschiedene „Generationseinheiten“ im Rahmen desselben Generationszusammenhanges“ (Mannheim, 2017, S. 104f.).

Eine Generation ist demnach eine Gruppe von Menschen, die zur selben Zeit im selben geografischen Gebiet geboren wird und durch gemeinsam erlebte Schicksale, die in der gleichen Art und Weise verarbeitet und wahrgenommen werden, ähnliche Werte, Orientierungen, Einstellungen und Verhaltensformen aufweisen.

Laut Mannheim (2017, S. 83) beträgt die Wirkungsdauer einer Generation 15 bis 30 Jahre. Gukenbiehl (1998, S. 102) spricht hingegen davon, dass ein rascherer gesellschaftlicher Wandel zu einer rascheren Generationenfolge mit geringeren Altersabständen führt.

## **2.2 Charakteristische Merkmale der Babyboomer-Generation**

Nachdem der Generationenbegriff erläutert wurde und bekannt ist, wie eine Generation entsteht, wird dieses Unterkapitel nun auf die charakteristischen Merkmale der Babyboomer-Generation eingehen. Dazu soll zu Beginn geklärt werden, welche Geburtsjahrgänge der Babyboomer-Generation zugeordnet werden. Danach werden die sozioökonomischen Merkmale, wie etwa Bildungsstand und Einkommen, sowie der Gesundheitszustand dieser Jahrgänge näher beleuchtet. Darüber hinaus werden die Werte und Einstellungen sowie die Lebensformen genauer betrachtet.

### **2.2.1 Geburtskohorte<sup>1</sup>**

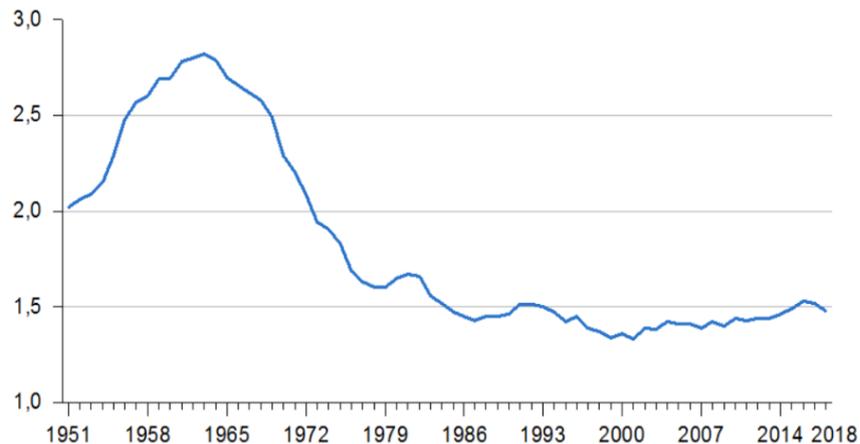
Die genaue Zuordnung der Geburtsjahrgänge zu der Babyboomer-Generation ist umstritten und weicht teils stark voneinander ab (Wanka, 2019, S. 6). In Anlehnung an den Beitrag „Die Baby-Boomer werden älter – Zeitdiagnose einer außergewöhnlichen Generation“ von Dr.<sup>in</sup> Anna Wanka im Trendreport der Zukunftsakademie OÖ werden für diese zugrundeliegende Arbeit die Geburtsjahrgänge 1955 bis 1969 herangezogen. Die Auswahl der Geburtsjahrgänge begründet Wanka (2019, S. 6) damit, dass in Österreich sowie in anderen europäischen Ländern, etwa in Belgien, Deutschland und Großbritannien, der Geburtenanstieg erst zehn Jahre nach Kriegsende einsetzte. Mögliche Gründe für den späteren Babyboom sieht die Autorin zum einen in der späteren Heimkehr vieler Männer aus der Kriegsgefangenschaft sowie den zeit- und energieraubenden Wiederaufbau und zum anderen setzte der ökonomische Aufschwung erst später ein. In den Nachkriegsjahren stieg der Wunsch nach einem glücklichen

---

<sup>1</sup> Kohorte = Gesamtheit jener Personen, die zur gleichen Zeit vom gleichen Ereignis (z.B. Geburt) betroffen sind (Gukenbiehl, 1998, S. 101)

Familienleben, welcher durch die Wohlstandsteigerung in Form von frühen Familiengründungen erfüllt wurde (Höpflinger, 2015, S. 1). In Österreich wurde die Spitze des Babybooms im Jahr 1963 erreicht (Wanka, 2019, S. 6). In diesem Jahr betrug die durchschnittliche Kinderanzahl pro Frau 2,82 (siehe Abbildung 1) (Statistik Austria, 2018).

**Abbildung 1: Durchschnittliche Kinderzahl pro Frau seit 1951 in Österreich**



Quelle: Statistik Austria, 2019a

Im Jahr 2019 sind die Angehörigen der Babyboomer-Generation demnach im Alter zwischen 50 und 64 Jahren. Ein Teil dieser Personen befindet sich bereits in der nachberuflichen Phase. Der andere Teil hingegen befindet sich am Ende der Erwerbsphase oder steht unmittelbar vor dem Übergang in die nachberufliche Phase.

## 2.2.2 Bildungsstand

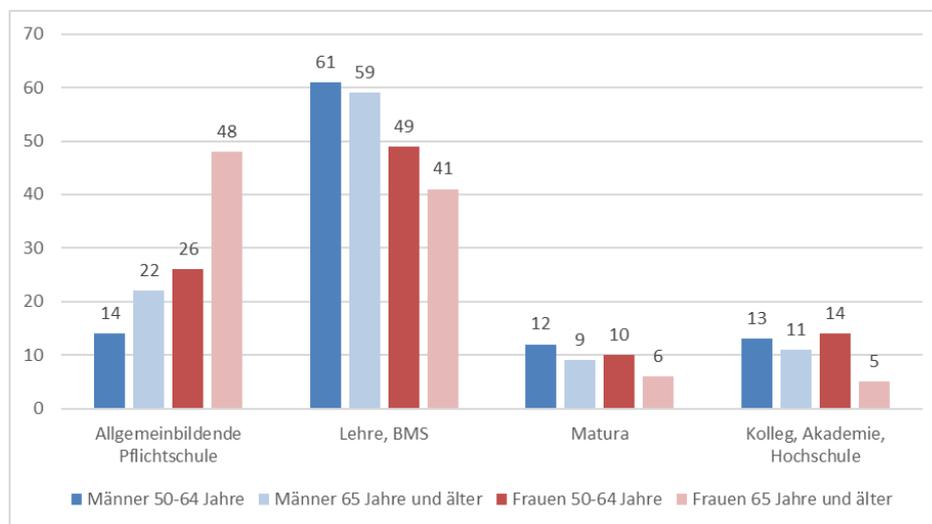
In den Jahren nach Ende des Zweiten Weltkrieges kam es zu einer rasanten Bildungsexpansion, wovon die Männer, und mit Verzögerung auch die Frauen, der Babyboomer-Generation in Form von höheren Ausbildungsmöglichkeiten im Vergleich zu ihren Eltern und Großeltern profitierten (Höpflinger, 2015, S. 2).

Abbildung 2 zeigt, dass in Österreich für 22 % der Männer über 65 Jahren der Pflichtschulabschluss die höchste abgeschlossene Ausbildung ist. Bei den Männern im Alter von 50 bis 64 Jahren liegt dieser Wert nur noch bei 14 %. Die übrigen 8 % haben sich auf die höheren Bildungssegmente verschoben. Der Wert bei der Lehre und der Berufsbildenden Mittleren Schule erhöhte sich um 2 %. Der Anteil der Ausbildung auf Maturaniveau erhöhte sich um 3 % und jener der universitären Ausbildung stieg ebenfalls um 3 % an.

Die 50- bis 64-jährigen Frauen in Österreich verfügen über einen etwas geringeren Bildungsstand als die Männer. Hier wird die von Höpflinger angesprochene Verzögerung sichtbar. Insbesondere in den unteren Stufen des Ausbildungsniveaus ist eine Verschiebung zu erkennen. So haben rund 26 % der Frauen der Babyboomer-Generation als höchste abgeschlossene

Ausbildung einen Pflichtschulabschluss und nur knapp die Hälfte verfügt über einen Lehrabschluss oder einen Abschluss einer Berufsbildenden Mittleren Schule. Betrachtet man nun im Vergleich dazu die höchsten abgeschlossenen Ausbildungen der Frauen der älteren Generationen (65 Jahre und älter) wird deutlich, dass die Frauen der Babyboomer-Generation stärker als die Männer von der Bildungsexpansion profitierten. Knapp die Hälfte der Frauen über 65 Jahren besitzen einen Pflichtschulabschluss. Wie bereits erwähnt, liegt der Anteil dieses Ausbildungssegments bei den Frauen von 50 bis 64 Jahren bei 26 %. Das entspricht einer Reduktion von 22 %. Die Zuwächse der höheren Bildungssegmente belaufen sich auf 8 % bei der Lehre und der Berufsbildenden Mittleren Schule sowie auf 4 % bei der Ausbildung auf Maturaniveau. Den größten Zuwachs hingegen erzielte der tertiäre Sektor mit 9 % (siehe Abbildung 2).

**Abbildung 2: Bildungsstand 2017 nach Altersgruppen und Geschlecht (in %)**



Quelle: Statistik Austria, 2019b, eigene Berechnung und Darstellung

### 2.2.3 Einkommen

Die höhere Ausbildung, welche die Babyboomer genossen, ermöglichte ihnen bessere Berufschancen, besser bezahlte Positionen im Beruf und ein höheres Einkommen als ihren Eltern und Großeltern. Folglich verfügen sie über einen höheren Pensionsanspruch und sind in der nachberuflichen Phase besser wirtschaftlich abgesichert als die vorigen Generationen (Höpflinger, 2015, S. 2f.). Laut Perrig-Chiello und Höpflinger (2009, S. 63f.) weist die Altersgruppe der Babyboomer-Generation das höchste Pro-Kopf-Einkommen auf. Den Grund sehen die AutorInnen zum einen in den guten Löhnen und Gehältern und zum anderen darin, dass die Kinder erwachsen und nicht mehr auf die Eltern angewiesen sind. Ähnlich verhält es sich in der nachberuflichen Phase. Auch hier ist das durchschnittliche Pro-Kopf-Einkommen der pensionierten Babyboomer höher als jenes der jüngeren Generationen. Das Nettoeinkommen

sinkt zwar im Vergleich zum Einkommen aus der beruflichen Tätigkeit, aber die Haushaltsgröße der Rentenhaushalte ist kleiner als jene der jüngeren Generationen, die sich meist in der Phase der Familiengründung befinden.

Perrig-Chiello und Höpflinger (2009, S. 64) merken hingegen an, dass sich hinter den Durchschnittswerten von Einkommen und Pensionen häufig hohe Unterschiede zwischen gut situierten und einkommensschwachen Personen verbergen und die Schere der Ungleichheit in den letzten Jahrzehnten immer weiter auseinander geht. Darüber hinaus haben sich in den letzten Jahrzehnten die Risiken im späten Berufsleben, im Alter von 50 bzw. 55 Jahren, hinsichtlich Langzeitarbeitslosigkeit, Invalidisierung oder zwangsweiser Frühpensionierung erhöht. Diesem Risiko sind nicht nur unqualifizierte, sondern auch qualifizierte Arbeitskräfte und Führungskräfte ausgesetzt. Perrig-Chiello und Höpflinger (2009, S. 65f.) kommen zu dem Schluss, dass die Babyboomer zwar einerseits im Vergleich zu ihrer Elterngeneration besser wirtschaftlich abgesichert sind, aber andererseits die wirtschaftlichen und sozialen Unterschiede innerhalb dieser Generation deutlich zunehmen und so nicht von einer homogenen, sondern von einer heterogenen Gruppe auszugehen ist.

#### **2.2.4 Gesundheit**

Die Gesundheit umfasst neben den körperlichen Aspekten auch die mentale Gesundheit und das soziale Wohlbefinden und ist somit ein wichtiger Indikator für die Lebensqualität. Sie steht mit den unterschiedlichsten Faktoren, wie etwa Einkommen und Lebensstil, in Wechselwirkung (Halmdienst, 2019, S. 37). Nach Höpflinger (2015, S. 3) erreichen die Babyboomer die nachberufliche Phase oftmals in besserer Gesundheit als die vorigen Generationen. Dies bestätigt auch Halmdienst (2019, S. 38) mit Werten der europaweiten SHARE-Studie für die Babyboomer in Österreich. Demnach ist der allgemeine Gesundheitszustand von zwei Drittel der befragten österreichischen Frauen und Männer im Alter von 50plus als gut zu klassifizieren. 75 % der befragten Personen im Alter von 50 bis 64 Jahren schätzen ihren subjektiven Gesundheitszustand als gut bis ausgezeichnet ein. Die Autorin merkt an, dass sich die Befindlichkeit dieser Altersgruppe seit dem Jahr 2011 nicht wesentlich verändert hat. Die häufigsten gesundheitlichen Probleme der Babyboomer in Österreich sind Unregelmäßigkeiten des Blutdrucks, ein hoher Cholesterinspiegel, Diabetes sowie rheumatische Erkrankungen. Im Hinblick auf die psychische Gesundheit weisen 17 % der 50- bis 64-jährigen ÖsterreicherInnen eine erhöhte Anzahl an depressiven Symptomen auf. Dies betrifft vorrangig die Frauen (Halmdienst, 2019, S. 38f.). Laut einer Publikation des Zukunftsinstituts im Auftrag der Wirtschaftskammer Österreich (2015, S. 10) gilt für die Generation 50plus die Gesundheit als Schlüsselressource für ein langes und aktives Leben. Diese Generation gilt als überaus gesundheitsorientiert und investiert gerne in das persönliche Wohlbefinden (Zukunftsinstitut, 2015, S. 6).

## 2.2.5 Werthaltungen und Einstellungen

Die Jugend der westeuropäischen Babyboomer war geprägt von Frieden und Wohlstand sowie von einer globalisierten Jugend- und Musikkultur, wie etwa dem Rock 'n Roll. Ende der 1960er und Anfang der 1970er Jahre beteiligten sich die Babyboomer aktiv an der Jugend- und Studentenrebellion (Höpflinger, 2015, S. 2). In Österreich und Deutschland wird diese Rebellion vorrangig der 68er-Generation, welche eine Generationseinheit innerhalb der Babyboomer-Generation darstellt, zugeschrieben (Wanka, 2019, S. 10). Die damalige Jugend wendete sich von den traditionellen Werten ihrer Eltern ab und experimentierte mit vorehelicher Sexualität, vorehelichem Zusammenleben und alternativen Lebensformen. Zudem stiegen in dieser Generation die Scheidungsraten. Die Rolle der Frau im Hinblick auf Familie, Beruf und Politik wurde Ende der 1960er Jahre einem starken Wandel unterzogen, wodurch sich die ursprünglich männlich dominierte Jugendrevolution zu einer Frauenbewegung formierte. Die Frauen der Babyboomer-Generation zählen daher zu den ersten emanzipierten und selbstbewussten Frauen in Westeuropa (Höpflinger, 2015, S. 2). Darüber hinaus haben die VertreterInnen dieser Generation eine Veränderung der Wirtschaft hinsichtlich Massenkonsumgesellschaft, Massenmedien und Marktsegmentierung miterlebt (Kolland & Wanka, 2014, S. 191).

Laut einer österreichischen Unternehmensstudie der Wirtschaftskammer Wien im Jahr 2015 sind den Babyboomern Autonomie am Arbeitsplatz, Sinnstiftung und Entscheidungsfreiheit in ihrem Berufsleben wichtig. Darüber hinaus wollen sie eigene Ideen einbringen und ihr Wissen an die jüngeren Generationen weitergeben (Kolland, Wanka, Bischof & Psihoda, 2015, S. 6). Die Babyboomer werden in der Arbeitswelt als erfahrene, zuverlässige, selbständige, organisierte und leistungsorientierte DienstnehmerInnen gesehen. Des Weiteren werden Ihnen Attribute wie pragmatisch, kollegial und traditionell zugeschrieben (Kolland et al., 2015, S. 10). Interessant ist, dass sich laut der Studie die Angehörigen der Babyboomer-Generation jedoch nicht zu dieser Generation zuordnen lassen möchten. Kolland et al. (2015, S. 9) vermuten dahinter die Befürchtung von negativen Zuschreibungen.

Die Babyboomer gestalten ihren Ruhestand oftmals aktiver als die früheren Generationen. Der Ruhestand wird durch aktivere Verhaltensformen zum „Unruhestand“. Außerdem bleiben die Babyboomer bis ins hohe Lebensalter innovativer und lernbereiter als die vorigen Generationen. Dies ist bedingt durch die sich ständig verändernde und globalisierte Gesellschaft, in der diese Generation alt wurde bzw. alt wird. Wie schon das Berufsleben, so ist auch das Alter der Babyboomer geprägt von den Leitvorstellungen von Selbstbestimmung und Selbständigkeit. Der Trend der langen Jugendlichkeit und des späteren Altwerdens in der heutigen Gesellschaft bewirkt, dass viele Babyboomer ein jugendnahes Erwachsenenalter leben und sich jünger einschätzen (Höpflinger, 2015, S. 3f.). Die Studie der Wirtschaftskammer Wien bestätigt dies. Die

Frauen der Babyboomer-Generation fühlen sich demnach um rund neun Jahre jünger als sie tatsächlich sind. Die Männer fühlen sich sogar um rund zwölf Jahre jünger (Kolland et al., 2015, S. 9). Wanka (2019, S. 10) weist darauf hin, dass die kulturelle Revolution, welche von den Babyboomern ausgelöst wurde, die Anfänge des Konsum- und Jugendkults sowie der heutigen Anti-Aging-Industrie mitgeprägt hat.

### **2.2.6 Lebensformen**

In der Nachkriegszeit hatten die bürgerliche Ehe und die Kleinfamilien ihren Durchbruch. Die Eltern der Babyboomer lebten die bürgerlichen Lebens- und Familienideale, die sich in einem ehelichen Zusammenleben und dem Ernährer- und Hausfrauenmodell zeigten. Die Babyboomer hingegen wendeten sich von diesen Idealen ab und experimentierten mit neuen Lebensformen, wie etwa Singlesein, nichtehelichem Zusammenleben und Wohngemeinschaften (Höpflinger, 2015, S. 1). Diese Individualisierung wird auch in den späteren Lebensphasen der Babyboomer durch zunehmende Scheidungsraten von langjährigen Paaren und zunehmenden Zweitbeziehungen sichtbar (Höpflinger, 2015, S. 4).

## **2.3 Aktivitätsniveau der Babyboomer-Generation**

Kolland und Wanka (2014, S. 193ff.) stellten in ihrer empirischen Studie fest, dass einerseits mit zunehmendem Alter das Aktivitätsniveau sinkt und sich andererseits das Aktivitätsniveau zwischen den Kohorten, aber nicht innerhalb dieser, unterscheidet. Sie kommen daher zu dem Schluss, dass das Aktivitätsniveau im Alter auf einem Zusammenspiel von Kohortenzugehörigkeit und Lebensalter basiert.

Höpflinger (2015, S. 4) weist darauf hin, dass in den letzten Jahrzehnten die späte Familien- und Berufsphase als auch die nachberufliche Phase von individualisierteren und dynamischeren Lebensvorstellungen und -verläufen geprägt ist, wodurch die nachberuflichen Aktivitäten oftmals aktiver und kreativer gestaltet werden. Den zentralen Grund dieses Trends sieht Höpflinger (2015, S. 5) in der Bildungsexpansion, die diese Generation erlebt hat. Die höhere Bildung führt einerseits zu einer besseren wirtschaftlichen Ausgangssituation und andererseits zu einem höheren Selbstbewusstsein und zu einem besseren Gesundheitsverhalten. Dies hat wiederum positive Auswirkungen auf die sozialen Beziehungen und die psychische Befindlichkeit. Diese Aussagen können durch die Erkenntnisse des Kapitels 2.2 untermauert werden.

Nachdem nun ein deutliches Bild der charakteristischen Merkmale der Mitglieder der Babyboomer-Generation vorliegt, widmet sich das folgende Unterkapitel dem Aktivitätsniveau dieser Generation. Hier werden die sportlichen Aktivitäten, das Konsum- und Reiseverhalten sowie die Internetnutzung der Babyboomer-Generation erörtert.

### **2.3.1 Sportliche Aktivitäten**

Wie bereits erwähnt, werden die späte Berufsphase und die nachberufliche Phase von den Babyboomern aktiver gestaltet als von den Generationen davor. Dazu zählen auch die körperlichen und sportlichen Aktivitäten. Die Babyboomer achten auf ihre persönliche Fitness, denn diese wird als der Schlüssel zur Selbstverwirklichung und zu einem möglichst langen selbstbestimmten Leben mit hoher Lebensqualität gesehen (Zukunftsinstitut, 2015, S. 10). Laut der Gesundheitsbefragung aus dem Jahr 2014 betreiben rund 50 % der Babyboomer mindestens 150 Minuten pro Woche ein mäßig intensives Bewegungsprogramm. Rund 30 % absolvieren zweimal pro Woche ein Training zum Muskelaufbau. Eine Kombination aus beiden körperlichen Aktivitäten wird von rund 22 % der Babyboomer absolviert (Statistik Austria, 2015).

### **2.3.2 Konsumverhalten**

Während die früheren Generationen sparsam mit den vorhandenen Ressourcen umgehen mussten, wollen die Angehörigen der Generation 50plus im Ruhestand ihren Wohlstand genießen und „die Früchte ihrer Arbeit ernten“ (Zukunftsinstitut, 2015, S. 5). Sie gelten als konsumfreudig, aber auch als kritische, anspruchsvolle und genussorientierte KonsumentInnen. Laut Daten des Marktforschungsinstituts Integral (Zukunftsinstitut, 2015, S. 6f.) sind mehr als 70 % der österreichischen KonsumentInnen im Alter von über 50 Jahren durchaus bereit, mehr Geld für gesunde und qualitativ hochwertige Produkte auszugeben. Obwohl sie als konsumfreudig gelten, neigen sie nicht zu spontanen und unüberlegten Einkäufen, sondern wägen ihre Optionen ab. Hinsichtlich der Qualität sind über 50 % der befragten Babyboomer davon überzeugt, dass ein bekanntes Markenprodukt diese Erwartungen erfüllen kann. Dennoch bevorzugen sie keine Lieblingsmarke (60 %) und sind für neue Produkte, Innovationen und Marken offen. Darüber hinaus weisen sie eine hohe Ausgabenbereitschaft und moderne Konsumgewohnheiten, Stichwort Massenkonsum, Online-Shopping, etc., auf. Perrig-Chiello und Höpflinger (2009, S. 63) weisen ebenfalls darauf hin, dass die Pro-Kopf-Ausgaben der Babyboomer-Generation deutlich über dem Durchschnitt liegen.

### **2.3.3 Reiseverhalten**

Mit dem Reisen stillen die Menschen ihre Bedürfnisse nach Freizeitaktivitäten, nach der Natur, nach sozialen Kontakten und nach der Teilnahme am gesellschaftlichen Leben. Dies gilt in allen Lebenslagen (Perrig-Chiello & Höpflinger, 2009, S. 76). Bei der Altersgruppe der derzeit 50- bis 70-Jährigen scheinen diese Bedürfnisse besonders hoch zu sein, denn sie unternehmen mehr Urlaubsreisen als die anderen Altersgruppen und zählen daher zu den reisefreudigsten Menschen. Mehr als die Hälfte der über 50-jährigen ÖsterreicherInnen bevorzugen Individualreisen. Etwa ein Viertel bevorzugt Pauschalreisen und 21 % nutzen beide Urlaubsarten. Die Babyboomer gelten als unternehmungslustig und haben differenzierte Ansprüche

an die Urlaubsreisen. Sie wollen etwas erleben und daher zieht es sie oftmals an ungewöhnliche Orte mit alternativen Reiseformen. Urlaubsreisen, die eine Kombination von körperlicher Aktivität und Gesundheit mit sich bringen, sind bei den Babyboomern ebenso beliebt, wie das Angebot von Abenteuer- oder Bildungsreisen mit medizinischer Betreuung (Zukunftsinstitut, 2015, S. 8f.).

#### **2.3.4 Internetnutzung**

Die Zahl der InternetnutzerInnen im Alter von 50plus hat in den vergangenen Jahren stark zugenommen. Der Anteil der 45- bis 54-jährigen ÖsterreicherInnen, die das Internet in den letzten drei Monaten genutzt haben, lag im Jahr 2002 noch bei rund 32 %. Im Jahr 2019 nutzten bereits über 91 % dieser Altersgruppe das Internet. Bei den 55- bis 64-Jährigen stieg die Internetnutzung von rund 15 % auf knapp 81 % an (Statistik Austria, 2019c). Am häufigsten wird das Internet von diesen Altersgruppen für das Versenden von Instant Messages, die Nutzung von Internet Banking und das Suchen nach gesundheitsbezogenen Informationen verwendet (Statistik Austria, 2019f). Darüber hinaus wird das Internet gerne für Online-Shopping verwendet. Bei den 45- bis 54-Jährigen nutzten rund 63 % das Internet in den letzten 12 Monaten für Online-Einkäufe. Bei den 55- bis 64-Jährigen betrug dieser Wert rund 43 % (Statistik Austria, 2019d). Zu den Top 5 der beliebtesten Waren und Dienstleistungen, die in den letzten zwölf Monaten von diesen beiden Altersgruppen im Internet für private Zwecke erworben wurden, zählen Kleidung und Sportartikel, Urlaubsunterkünfte, Tickets für Verkehrsmittel sowie Bücher, Zeitschriften, E-Learning-Material, E-Books und Tickets für Veranstaltungen (Statistik Austria, 2019e).

### 3 Freiwilliges Engagement

Der österreichische Freiwilligensektor ist geprägt durch eine Vielzahl von unterschiedlichen Vereinen und Initiativen, die sich in den verschiedensten Bereichen engagieren (siehe Abbildung 3). Zum Bereich der Katastrophenhilfs- und Rettungsdienste zählen beispielsweise die Freiwilligen Feuerwehren, das Rote Kreuz sowie die Bergrettung. Der Bereich Umwelt-, Natur- und Tierschutz wird unter anderem vom Österreichischen Alpenverein und den Naturfreunden Österreich, von zahlreichen Tierschutzverbänden sowie von Greenpeace behandelt. Zu dem Sozial- und Gesundheitsbereich zählen etwa Organisationen wie die Caritas, die Volkshilfe Österreich und das Österreichische Hilfswerk. Der größte Bereich des Freiwilligensektors stellt der Bereich Sport und Bewegung dar. Die drei größten Sportdachverbände in Österreich sind die Arbeitsgemeinschaft für Sport und Körperkultur in Österreich (ASKÖ), der Allgemeine Sportverband Österreich (ASVÖ) und die Sportunion. Es ist jedoch anzumerken, dass eine eindeutige Zuordnung schwierig ist, da die Organisationen häufig in mehreren Bereichen tätig sind (Pass, Rammer & Hofer, 2015, S. 38ff.).

**Abbildung 3: Bereiche des österreichischen Freiwilligensektors**



Quelle: Pass et al., 2015, S. 38

#### 3.1 Begriffsdefinitionen

Freiwilligentätigkeit, Ehrenamt, zivilgesellschaftliches Engagement, bürgerschaftliches Engagement, etc. – So umfangreich und vielfältig die Bereiche des freiwilligen Engagements sind, so umfangreich und vielfältig sind auch die verwendeten Begriffe sowohl im alltäglichen Gebrauch als auch in der Wissenschaft. Sie unterscheiden sich im Wesentlichen nur dadurch, dass jeder Begriff einen Teilaspekt näher hervorhebt und fokussiert und dadurch andere Teilaspekte in den Hintergrund treten (Hofer & Pass, 2015, S. 2f.).

Im Folgenden werden die Begriffe Ehrenamt, freiwillige Tätigkeit sowie die formelle und informelle Tätigkeit erläutert.

Unter „Ehrenamt“ bzw. „ehrenamtlichem Engagement“ werden vorrangig Tätigkeiten in Organisationen, wie etwa Vereinen und Institutionen, bezeichnet, in welche die Personen gewählt, ernannt oder bestellt werden und somit ein Amt innehaben (Hofer & Pass, 2015, S. 3). Der Begriff wird hingegen von vielen Organisationen ohne diese genaue Abgrenzung als Synonym für die eigentliche freiwillige Tätigkeit verwendet (More-Hollerweger, Sprajcer & Eder, 2009, S. 3).

Der Begriff „Freiwilligentätigkeit“, „Freiwilligenarbeit“ bzw. „freiwilliges Engagement“ wird vom englischen Begriff „volunteering“ abgeleitet und wird insbesondere seit dem Europäischen Jahr der Freiwilligentätigkeit häufiger verwendet (Hofer & Pass, 2015, S. 3). In Österreich besteht durch das Bundesgesetz zur Förderung von freiwilligem Engagement seit dem Jahr 2012 eine gesetzliche Definition für freiwilliges Engagement:

„§ 2 (2) Freiwilliges Engagement liegt vor, wenn natürliche Personen

1. freiwillige Leistungen für andere,
2. in einem organisatorischen Rahmen,
3. unentgeltlich,
4. mit dem Zweck der Förderung der Allgemeinheit oder aus vorwiegend sozialen Motiven und
5. ohne dass dies in Erwerbsarbeit, aufgrund eines Arbeitsverhältnisses oder im Rahmen einer Berufsausbildung, erfolgt,

erbringen. Als freiwilliges Engagement gelten auch Maßnahmen zur persönlichen und fachlichen Aus- und Fortbildung, die für die Freiwilligenorganisation und Umsetzung der freiwilligen Tätigkeit erforderlich sind“ (FreiwG, 2012, S. 3).

Das freiwillige Engagement wird als formelle Tätigkeit klassifiziert, wenn diese in Vereinen, Institutionen oder Organisationen und, wie aus Abbildung 3 ersichtlich ist, in unterschiedlichen Bereichen stattfindet. Unter dem informellen freiwilligen Engagement wird hingegen die freiwillige Tätigkeit im privaten Bereich, wie etwa die Nachbarschaftshilfe, verstanden (IFES, 2016, S. 10).

### **3.2 Strukturwandel des freiwilligen Engagements**

Das freiwillige Engagement unterliegt einem Strukturwandel. Das „klassische Ehrenamt“ steht dem „modernen Ehrenamt“ mit ihren „neuen Freiwilligen“ gegenüber (Heimgartner & More-Hollerweger, 2009, S. 177). Früher wurde das Ehrenamt als die Bekleidung eines Amtes und die Erfüllung der damit einhergehenden und vorgegebenen Aufgaben verstanden. In den letzten Jahren hat sich diese Sichtweise jedoch dahingehend geändert, als dass nunmehr die

Kompetenzen und Wünsche der Freiwilligen im Vordergrund stehen (Röbke, 2012, S. 18). Die motivationalen Zugänge der „neuen Freiwilligen“ orientieren sich nicht nur entweder an einer egoistischen oder einer altruistischen Sichtweise, sondern es kommt zu einer Pluralisierung der Motive der Freiwilligen. Darüber hinaus sind die biografischen Prozesse und der berufliche Ausgleich sowie der Kompetenzaufbau für das Berufsleben, insbesondere bei den jungen Erwachsenen, für die Entscheidung zu einer freiwilligen Tätigkeit wichtiger geworden. Das führt wiederum zu einer kürzeren Bindungsdauer an die jeweiligen Organisationen. Zudem orientiert sich die Entscheidung für ein freiwilliges Engagement vermehrt an den jeweiligen Interessen der Freiwilligen. Die Wahl des Tätigkeitsbereiches und der entsprechenden Organisation wird von den „neuen Freiwilligen“ kritischer und bewusster getroffen. Aus diesem Grund wird die Außendarstellung der Organisationen immer wichtiger (Heimgartner & More-Hollerweger, 2009, S. 177f.).

### **3.3 Wirkungen des freiwilligen Engagements**

Freiwilliges Engagement stellt einen wesentlichen Beitrag zum gesellschaftlichen Zusammenhalt eines Landes dar, welcher sich in den sozialen Beziehungen einer Gesellschaft, auch als Sozialkapital bezeichnet, äußert (Hofer, 2015, S. 135f.). Der gesellschaftliche Mehrwert und insbesondere die sozialen Beziehungen, die während der freiwilligen Tätigkeit entstehen, gehen darüber hinaus mit einer positiven Wirkung auf den sozialen Rückhalt für die freiwillig tätigen Personen selbst einher (More-Hollerweger, 2015b, S. 145f.).

Die wissenschaftliche Forschung hat sich in den letzten Jahren besonders stark mit den gesundheitlichen Auswirkungen des freiwilligen Engagements beschäftigt. Zahlreiche Studien weisen darauf hin, dass das freiwillige Engagement positiv mit einem besseren Gesundheitszustand im Alter korreliert (Pass & Hofer, 2015, S. 157). Die Altersgruppe der über 60-Jährigen profitiert durch das freiwillige Engagement insbesondere durch die Sinnerfüllung, einen geringeren Grad der Depressionsneigung, ein geringes Mortalitätsrisiko sowie durch ein höheres Wohlbefinden und einen besseren subjektiven Gesundheitszustand (Kim & Pai, 2010; Morrow-Howell, Hinterlong, Rozario & Tang, 2003; Okun, Yeung & Brown, 2013; Pass & Hofer, 2015, S. 157; Piliavin & Siegl, 2007). Das freiwillige Engagement verhilft den engagierten Menschen im höheren Alter somit zu einem längeren, gesünderen und glücklicheren Leben (Pass & Hofer, 2015, S. 158).

Weiters werden die Freiwilligen durch das freiwillige Engagement auf gesellschaftlich wichtige Themen aufmerksam und bilden sich durch Diskussionen eine eigene Meinung darüber. Dadurch wird in weiterer Folge die politische Meinungsbildung gefördert (More-Hollerweger, 2015a, S. 150). Darüber hinaus werden durch das freiwillige Engagement vergleichsweise

günstige Güter und vor allem Dienstleistungen hergestellt, welche in Zeiten der knappen Ressourcen einen unverzichtbaren wirtschaftlichen Beitrag darstellen (Schneider, 2015, S. 137f.).

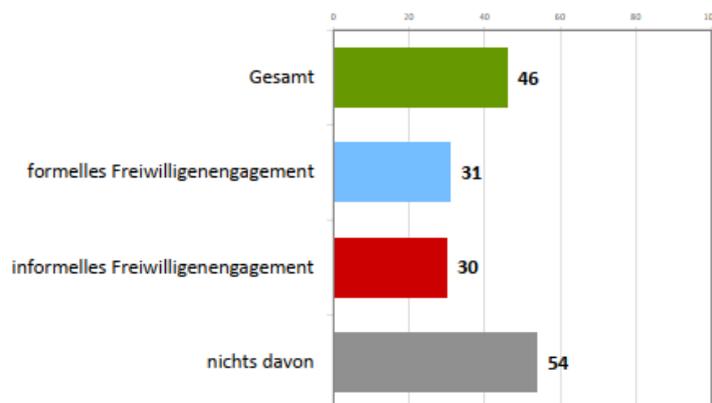
### 3.4 Statistische Daten zum freiwilligen Engagement in Österreich

Mithilfe der bundesweiten Bevölkerungsbefragung aus dem Jahr 2016 soll im folgenden Kapitel ein kurzer Überblick über die Situation des freiwilligen Engagements in Österreich aufgezeigt werden. Soweit es die erhobenen Daten der Befragung zulassen, wird versucht, auf die altersspezifischen Unterschiede einzugehen. Wenn keine explizite Nennung für formelles und informelles freiwilliges Engagement erfolgt, handelt es sich bei den Werten um eine Gesamtbetrachtung beider Formen.

#### 3.4.1 Beteiligungsquoten am freiwilligen Engagement

Die Beteiligungsquoten aus Abbildung 4 zeigen, dass sich rund 46 % der österreichischen Bevölkerung ab 15 Jahren freiwillig betätigen, wobei der Anteil der formellen Freiwilligenarbeit, welche in Vereinen, Organisationen oder Institutionen geleistet wird, 31 % beträgt und der Anteil der informellen Freiwilligenarbeit, welche im Rahmen von Nachbarschaftshilfe geleistet wird, 30 % beträgt (IFES, 2016, S. 12). Es zeigt sich also, dass das freiwillige Engagement in Österreich einen hohen Stellenwert hat.

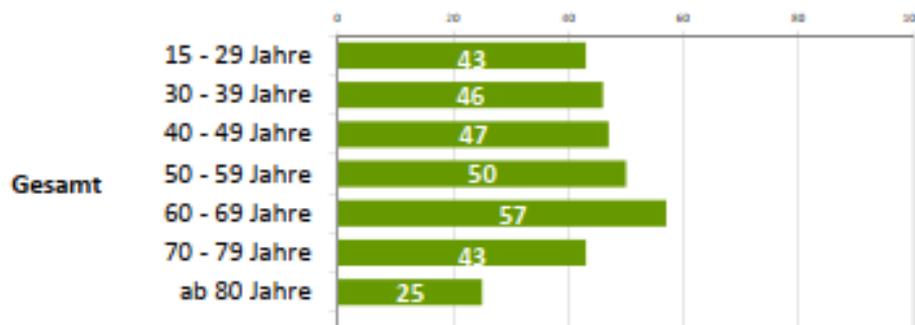
**Abbildung 4: Beteiligungsquote am freiwilligen Engagement in Österreich (in %)**



Quelle: IFES, 2016, S. 12

Betrachtet man die Beteiligungsquote nach Alter, wird deutlich, dass das Engagement in allen Altersgruppen hoch ist. Aus Abbildung 5 lässt sich erkennen, dass sich jeder zweite Österreicher und jede zweite Österreicherin im Alter von 50 bis 59 Jahren in irgendeiner Form, sei es formell oder informell, engagiert. Mit 57 % weisen die 60- bis 69-Jährigen die höchste Beteiligungsquote auf. Ab dem 70. Lebensjahr nimmt die Beteiligungsquote mit zunehmendem Alter ab (IFES, 2016, S. 17).

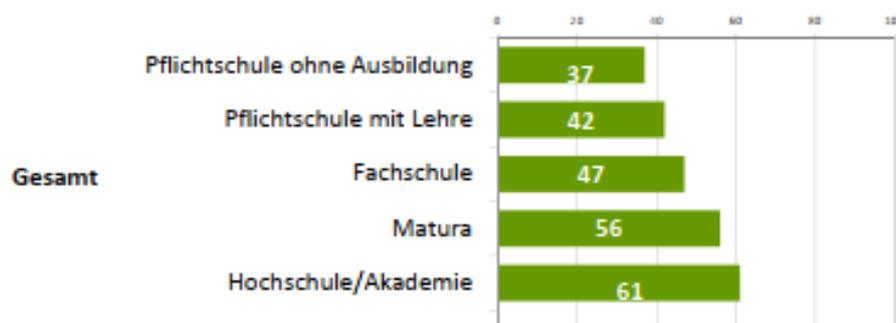
**Abbildung 5: Beteiligungsquote nach Alter (in %)**



Quelle: Ausschnitt aus IFES, 2016, S. 17

Wie man aus Abbildung 6 erkennen kann, hängt die Engagementbeteiligung stark mit dem Bildungsniveau zusammen. Von den Personen, die über einen Pflichtschulabschluss verfügen, beteiligen sich 37 %. Hingegen engagieren sich beinahe zwei Drittel derjenigen, die über einen tertiären Bildungsabschluss verfügen. In der Altersgruppe der 40- bis 60-Jährigen wird die Beteiligungsquote von der Gruppe der Personen ohne Matura (27 %) zu der Gruppe der Personen mit Matura (49 %) beinahe verdoppelt (IFES, 2016, S. 19f.).

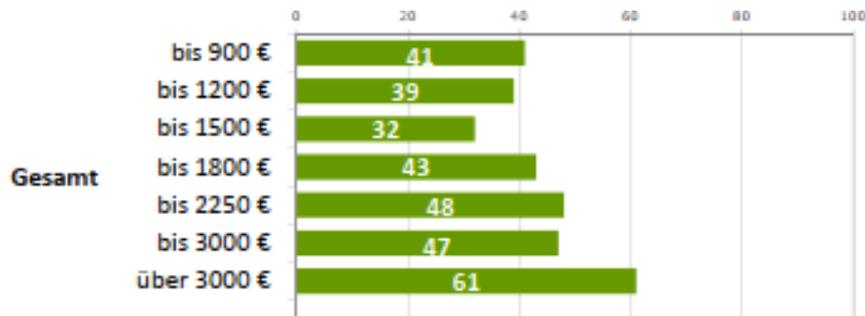
**Abbildung 6: Beteiligungsquote nach Bildung (in %)**



Quelle: Ausschnitt aus IFES, 2016, S. 19

Die Engagementquote hängt ebenfalls stark vom monatlichen Nettohaushaltseinkommen ab (siehe Abbildung 7). Fast zwei Drittel der Personen, die über ein monatliches Nettohaushaltseinkommen von über EUR 3.000,00 verfügen, engagieren sich in ihrer Freizeit freiwillig. Bei den Personen, die nur bis EUR 900,00 pro Monat zur Verfügung haben, liegt der Anteil bei 41 % (IFES, 2016, S. 23).

**Abbildung 7: Beteiligungsquote nach Haushaltseinkommen (in %)**

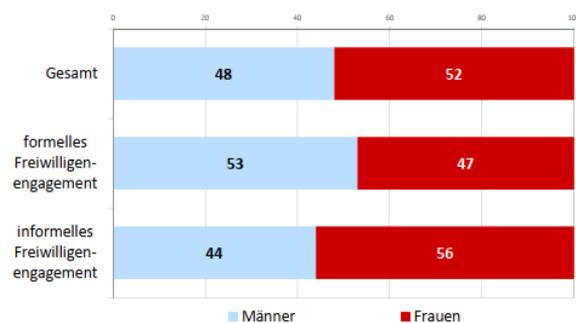


Quelle: Ausschnitt aus IFES, 2016, S. 23

Darüber hinaus weisen die AutorInnen darauf hin, dass die Wahrscheinlichkeit des freiwilligen Engagements mit zunehmendem sozioökonomischem Status ansteigt. Für das gesamte Freiwilligenengagement zeigt sich, dass sich zwei Drittel der obersten Sozialschicht beteiligen. Bei der untersten Sozialschicht ist es hingegen nur noch ein Drittel (IFES, 2016, S. 24).

Hinsichtlich der Geschlechterbeteiligung halten sich Männer und Frauen mit 48 % zu 52 % annähernd die Waage (siehe Abbildung 8). Im formellen Freiwilligenengagement sind jedoch etwas mehr Männer als Frauen vorzufinden und im informellen Freiwilligenengagement sind hingegen etwas mehr Frauen aktiv.

**Abbildung 8: Beteiligungsstruktur nach Geschlecht (in %)**



Quelle: IFES, 2016, S. 29

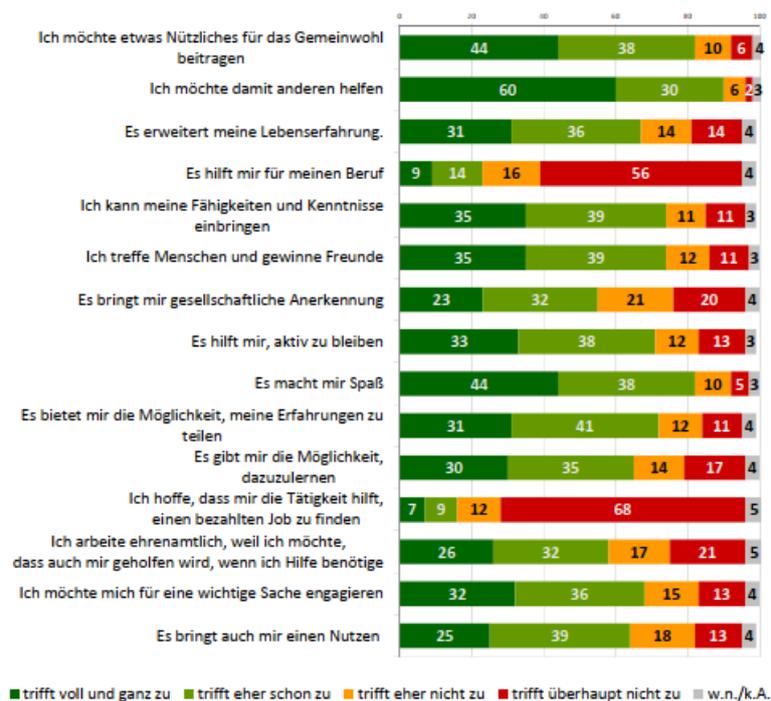
Hinsichtlich der Einsatzbereiche des formellen Freiwilligenengagements zeigen sich starke geschlechterspezifische Unterschiede. Zu den männerdominierten Bereichen zählen der Katastrophenhilfs- bzw. Rettungsdienst, das politische Engagement sowie der Sportsektor.

Frauen engagieren sich vorrangig im Bildungswesen, im kirchlichen oder religiösen Bereich sowie im Sozial- und Gesundheitsbereich (IFES, 2016, S. 38).

### 3.4.2 Gründe für und gegen freiwilliges Engagement

Zu den Hauptbeweggründen, sich freiwillig zu engagieren, zählen laut der Bevölkerungsbefragung aus dem Jahr 2016 sowohl altruistische Motive als auch eigennützige Motive zu gleichen Teilen (siehe Abbildung 9). 90 % engagieren sich freiwillig, weil sie Anderen helfen möchten. Den zweiten Platz mit über 80 % teilen sich das Motiv „etwas Nützliches für das Gemeinwohl beitragen“ und der Grund „weil es mir Spaß macht“. Jeweils rund drei Viertel der aktiv Freiwilligen möchte einerseits ihre „Fähigkeiten und Kenntnisse einbringen“ und andererseits „Menschen treffen und Freunde gewinnen“. Beinahe sieben von zehn Freiwilligen möchten ihre „Erfahrungen teilen“ oder sehen das freiwillige Engagement als Aktivitätsförderung an. Die Hauptmotive der älteren Generationen weichen nur marginal vom Gesamtschnitt ab (IFES, 2016, S. 77ff.).

Abbildung 9: Gründe und Motive für das freiwillige Engagement (in %)

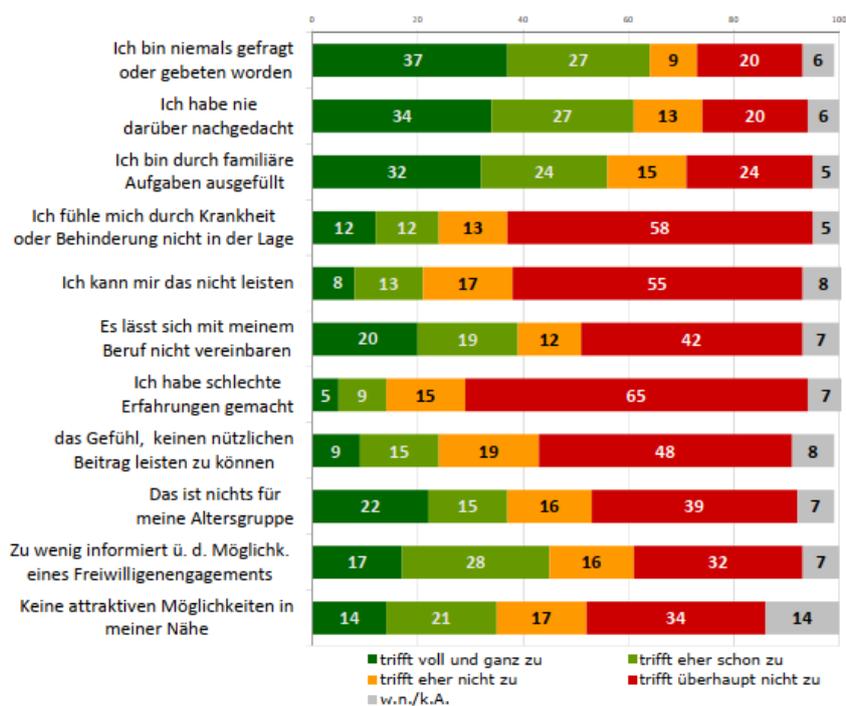


Quelle: IFES, 2016, S. 74

Die Mehrheit, der bereits formell freiwillig tätigen Personen, möchte ihr Engagement in den kommenden zwei bis drei Jahren weiterhin wie bisher fortführen bzw. intensivieren. Nur ein kleiner Anteil möchte das freiwillige Engagement in Zukunft einschränken bzw. beenden. Dies betrifft vorrangig die Altersgruppe der über 70-Jährigen (IFES, 2016, S. 49).

Hinsichtlich der Gründe sich nicht freiwillig zu engagieren stellten die AutorInnen der Bevölkerungsbefragung aus dem Jahr 2016 zwei Hauptfaktoren fest (siehe Abbildung 10). Einerseits gaben 64 % der Befragten an, „niemals gefragt oder gebeten worden“ zu sein bzw. „nie darüber nachgedacht“ zu haben und andererseits sind 56 % der Befragten „durch familiäre Aufgaben ausgefüllt“. Ersteres wird vor allem von den unter 30- bis 40-jährigen Befragten genannt. Der zweite Hauptfaktor hindert insbesondere die Frauen. 45 % der Nicht-Engagierten fühlen sich „zu wenig informiert über die Möglichkeit eines Freiwilligenengagements“, insbesondere die unter 40-Jährigen, und für knapp 40 % lässt sich ein freiwilliges Engagement nicht mit dem Beruf vereinbaren. Beinahe ein Fünftel gab den schlechten Gesundheitszustand als Hinderungsgrund an. Hier handelt es sich vorrangig um die älteren Befragten (IFES, 2016, S. 77ff.).

**Abbildung 10: Gründe gegen ein freiwilliges Engagement (in %)**



Quelle: IFES, 2016, S. 78

Beinahe zwei Drittel der nicht-engagierten Personen könnten sich in den kommenden zwei bis drei Jahren vorstellen, sich freiwillig zu engagieren bzw. sind sich noch unschlüssig (IFES, 2016, S. 51).

### **3.4.3 Zugang und Informationspräferenzen zum freiwilligen Engagement**

Zwei Drittel der befragten Freiwilligen haben durch Bekannte und Freunde von der Möglichkeit eines freiwilligen Engagements erfahren. 43 % haben die Eigeninitiative ergriffen und sich selbst aktiv erkundigt. Ein Drittel hat direkt von den Vereinen und Organisationen über die Möglichkeit des Engagements erfahren (IFES, 2016, S. 53f.).

Jeweils ein Viertel der Befragten wünscht sich mehr Informationen über die Möglichkeit des freiwilligen Engagements einerseits durch Veranstaltungen der Vereine und Organisationen selbst und andererseits durch Gemeinde- und Bezirksblätter oder durch Aushänge in den Amts- und Gemeindegebäuden. Jeweils ein Fünftel wünscht sich eine aktivere Werbung auf den Webseiten der Vereine bzw. den sozialen Medien oder in den Massenmedien. Mehr Auskunft in den sozialen Medien wird insbesondere von den jüngeren Personen gefordert (IFES, 2016, S. 55f.).

### **3.5 Einflussfaktoren auf freiwilliges Engagement im Alter**

More-Hollerweger und Rameder (2009, S. 123) weisen im 1. Freiwilligenbericht darauf hin, dass die individuellen Ressourcen, wie Bildung, Einkommen und Gesundheit, einer Person einen maßgeblichen Einfluss auf das freiwillige Engagement haben. Die Ressource Gesundheit gewinnt insbesondere mit zunehmendem Alter an Bedeutung und wird bei Einschränkungen zum Hindernis für freiwilliges Engagement. Diese Erkenntnis bestätigen Simonson und Vogel (2018) in ihrer Studie „Regionale und sozialstrukturelle Aspekte freiwilligen Engagements im Alter“. Die Autorinnen weisen jedoch darauf hin, dass neben den individuellen sozioökonomischen Ressourcen auch die Situation der unmittelbaren Wohnregion beeinflussend auf die Engagementbeteiligung im Alter wirkt. Sie kommen zu dem Schluss, dass sich gute ökonomische Ressourcen auf kommunaler Ebene, eine hohe Entfernung zum Stadtzentrum sowie eine hohe Wahlbeteiligung und eine gute Infrastruktur in der Region positiv auf das freiwillige Engagement von älteren Personen auswirken (Simonson & Vogel, 2018, S. 235ff.).

Maurer (2018) stellt in ihrer Studie „Der Einfluss der früheren Erwerbstätigkeit auf freiwilliges Engagement im Ruhestand“ fest, dass die frühere Erwerbstätigkeit, insbesondere der Grad der beruflichen Autonomie, das formelle freiwillige Engagement im Ruhestand beeinflusst. „Je höher der Grad der beruflichen Autonomie in der letzten Erwerbstätigkeit war, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, sich im Ruhestand freiwillig zu engagieren“ (Maurer, 2018, S. 211). Die Autorin weist daraufhin, dass die berufliche Tätigkeit die Identität, Werte und Persönlichkeit eines Menschen prägt und dieser Einfluss nachhaltig auf das Verhalten im Ruhestand wirkt. Mögliche Gründe sieht Maurer (2018, S. 211) einerseits in der Ähnlichkeit der Rollen und Kompetenzen der Berufstätigkeit und des freiwilligen Engagements und andererseits darin, dass

Organisationen höher qualifizierte Engagierte bevorzugen. Des Weiteren vermutet die Autorin eine Kompensation des Prestigeverlustes. Die nachhaltig prägende Wirkung der beruflichen Autonomie wird nur bei Männern, nicht bei Frauen festgestellt. Maurer (2018, S. 210) merkt hingegen an, dass die Erforschung dieser Wirkung bei nachfolgenden Geburtskohorten mit einer höheren Frauenerwerbsquote noch ausständig ist.

Şaka (2018) geht in ihrer Studie „Einfluss der Kohortenzugehörigkeit auf das ehrenamtliche Engagement im Alter ab 50 Jahren“ der Frage nach, ob das Engagementverhalten der älteren Menschen in Westdeutschland auf die unterschiedliche Sozialisation in der Jugend zurückzuführen und daher ein Kohorten- bzw. Generationeneffekt festzustellen ist. Die Autorin (Şaka, 2018, S. 283ff.) schließt in ihre Analyse nicht nur die Generationszugehörigkeit, sondern auch die unterschiedlichen sozioökonomischen Merkmale, wie Erwerbsstatus, Bildungsstand und den subjektiven Gesundheitszustand, sowie die Erhebungsjahre mit ein. Şaka (2018, S. 288ff.) kam zu dem Schluss, dass die gestiegene Engagementquote der Westdeutschen ab 50 Jahren ein Zusammenspiel aus der Kohorten- bzw. Generationszugehörigkeit, aus einem Kompositionseffekt und aus einem Periodeneffekt ist. Einerseits stieg in den letzten 20 Jahren das öffentliche Interesse am freiwilligen Engagement und führte somit zu einer steigenden altersunabhängigen Teilnahme. Andererseits profitierten die jüngeren Generationen der Westdeutschen ab 50 Jahren durch die Bildungsexpansion und das Wirtschaftswachstum, wodurch diese Menschen mit einem höheren Humankapital ausgestattet wurden als die vorigen Generationen. Der Grund für das gestiegene Engagement liegt demnach weniger in den angeeigneten Weltanschauungen während der Sozialisationsphase, sondern vielmehr an den aktuellen Trends der Gesellschaft und den besseren individuellen Ressourcen.

## **4 Freiwilligenmanagement und Freiwilligenkoordination**

Vor dem Hintergrund des Strukturwandels und der damit einhergehenden gesellschaftlichen Veränderungen nimmt das Freiwilligenmanagement seit Mitte der 1990er Jahre an Bedeutung zu (Reifenhäuser, O., 2013a, S. 14).

Unter Freiwilligenmanagement fallen alle Tätigkeiten und Aktivitäten einer Organisation, welche die Zusammenarbeit mit ihren freiwilligen HelferInnen behandeln. Dazu gehören nicht nur eine bewusste Grundhaltung und ein wertschätzender Umgang, sondern auch klare Handlungsanweisungen sowie eine bewusste strategische Ausrichtung. Der Grad der Professionalisierung des Freiwilligenmanagements hängt stark von der Organisationskultur, der Anzahl der Freiwilligen sowie vom Grad der Formalisierung der jeweiligen Organisation ab (Reifenhäuser, O., 2013a, S. 15).

Ziel des Freiwilligenmanagements ist die „Schaffung einer engagementfreundlichen Organisation“ (Reifenhäuser, O., 2013a, S. 15). Durch die Implementierung entsprechender Rahmenbedingungen für das freiwillige Engagement werden die Interessen und Erwartungen der Freiwilligen und der Organisation gleichermaßen berücksichtigt und so die Qualität und die Zufriedenheit gefördert. Im Idealfall kommt es zu einer Win-win-win-Situation für die Organisationen, die Freiwilligen und die NutzerInnen des freiwilligen Engagements (Reifenhäuser, O., 2013a, S. 15).

Röbke (2012, S. 77) sieht ein erfolgreiches Freiwilligenmanagement mit einer Vielfalt an Engagementangeboten, einer guten Kooperation zwischen den haupt- und ehrenamtlich Tätigen sowie einer gelungenen Selbst- und Außendarstellung als klaren Wettbewerbsvorteil für die Organisationen. Die Attraktivität einer Organisation für ein freiwilliges Engagement wird zudem immer häufiger an dem Engagement für ihre Freiwilligen beurteilt und stellt einen wesentlichen Einfluss für die Gewinnung und Bindung der Freiwilligen dar (Reifenhäuser, O., 2013b, S. 94).

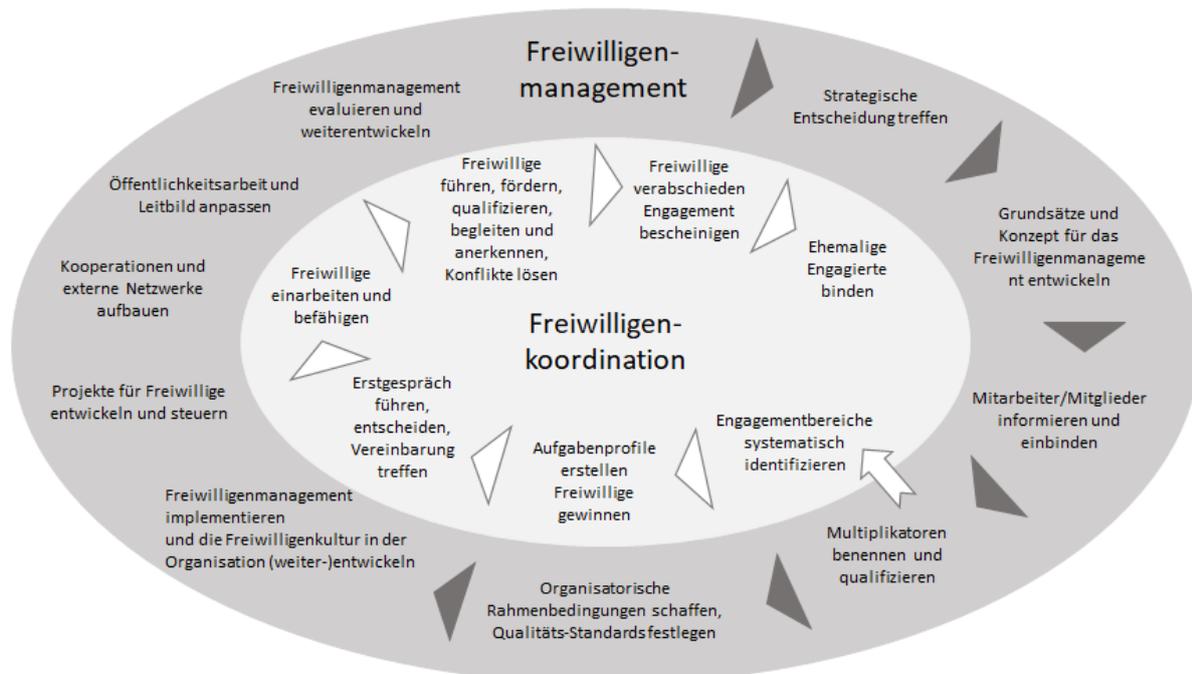
Das Freiwilligenmanagement kann in das operative Freiwilligenmanagement, welches den direkten Kontakt zu den Freiwilligen darstellt, und in das strategische Freiwilligenmanagement, welches sich mit der Organisationskultur und dem Werteverständnis der Organisation beschäftigt, unterteilt werden (Röbke, 2012, S. 20).

### **4.1 Aufgaben des Freiwilligenmanagements**

Das Freiwilligenmanagement-Modell von Oliver Reifenhäuser (2013a, S. 17) stellt die Aufgaben des Freiwilligenmanagements dar (siehe Abbildung 11). Der äußere Kreis des Modells

behandelt die notwendigen Schritte für die Implementierung des Freiwilligenmanagements in einer Organisation. Dazu gehören die strategischen Entscheidungen sowie die kulturellen, strukturellen und personellen Voraussetzungen. Der innere Kreis behandelt die Aufgaben der unmittelbaren Freiwilligenkoordination.

**Abbildung 11: Das Freiwilligenmanagement-Modell**



Quelle: Reifenhäuser, O., 2013a, S. 17, eigene Darstellung

Essentiell für die Implementierung, Ausführung und die Aufrechterhaltung des Freiwilligenmanagements sind die zuständigen MitarbeiterInnen, die mit den notwendigen zeitlichen, finanziellen und personellen Ressourcen ausgestattet werden und als MultiplikatorInnen und Bindeglieder zwischen den Freiwilligen und den Organisationen fungieren (Reifenhäuser, O., 2013a, S. 15).

MultiplikatorInnen zu benennen und zu qualifizieren, ist nur eine der zahlreichen Aufgaben des Freiwilligenmanagements. Die Stellenbezeichnung dieser MultiplikatorInnen ist sehr vielfältig und unterschiedlich – FreiwilligenmanagerInnen, FreiwilligenkoordinatorInnen, Ehrenamtsbeauftragte, EhrenamtsentwicklerInnen, etc. (Reifenhäuser, O., 2013c, S. 34). In einer Onlinebefragung gab rund ein Drittel der befragten Organisationen an, über eine eigene zuständige Stelle für Freiwillige zu verfügen. Bei rund der Hälfte dieser Organisationen wird diese Stelle als Freiwilligen- oder Ehrenamtskoordination bezeichnet. 11 % nennt sie Freiwilligen- oder Ehrenamtsmanagement und 7 % nutzen die Bezeichnung Freiwilligen- oder Ehrenamtsbegleitung (More-Hollerweger & Hora, 2014, S. 14f.). Aus den Funktionsprofilen der Freiwilligenma-

nagerInnen und der FreiwilligenkoordinatorInnen der Wiener Plattform für FreiwilligenkoordinatorInnen wird ersichtlich, dass es bei den Aufgabenbereichen dieser beiden Berufsgruppen zu vielen Überschneidungen kommt und daher die klare Abgrenzung und Trennung erschwert (Wiener Plattform für FreiwilligenkoordinatorInnen, 2013).

Oliver Reifenhäuser (2013c, S. 34ff.) versucht mit dem MultiplikatorInnen-Modell eine Abgrenzung der Bezeichnungen vorzunehmen. Das Modell gliedert sich in drei unterschiedliche Rollen mit unterschiedlichen Aufgabengebieten und je nach Größe der Organisation befinden sich die Rollen auf unterschiedlichen Organisationsebenen. Der/Die FreiwilligenmanagerIn fokussiert die Strategie- und Organisationentwicklung auf der Bundes- oder Landesebene in großen Verbänden und hat oftmals keinen persönlichen Kontakt zu den Freiwilligen. Der/Die FreiwilligenkoordinatorIn ist für die überfachliche Begleitung und die Koordination der Freiwilligen zuständig und befindet sich in der darunterliegenden Organisationsebene. Der/Die FreiwilligenansprechpartnerIn ist wiederum eine Organisationsebene darunter. Zu ihrem/seinem Aufgabengebiet zählt die fachliche Zusammenarbeit und die Anleitung der Freiwilligen. Aufgrund von fehlenden Ressourcen in den Organisationen können die Rollen oftmals nicht auf drei verschiedene Personen aufgeteilt werden und werden daher von einer Person bekleidet.

Im Übrigen benötigen die zuständigen MitarbeiterInnen eine entsprechende Qualifizierung (Kegel, 2012, S. 76). In den USA, Großbritannien, den Beneluxstaaten und Deutschland werden entsprechende Ausbildungslehrgänge angeboten. In Österreich gibt es in vielen Bundesländern von unterschiedlichen Organisationen Lehrgänge zu FreiwilligenkoordinatorInnen (Lesky, 2015, S. 41ff.).

Um den Rahmen der vorliegenden Arbeit einhalten und die Forschungsfrage effizient beantworten zu können, wird im Folgenden der Fokus auf die Aufgaben der Freiwilligenkoordination gelegt, welche sich mit der Gewinnung von neuen Freiwilligen beschäftigen bzw. dazu beitragen.

## **4.2 Aufgaben der Freiwilligenkoordination**

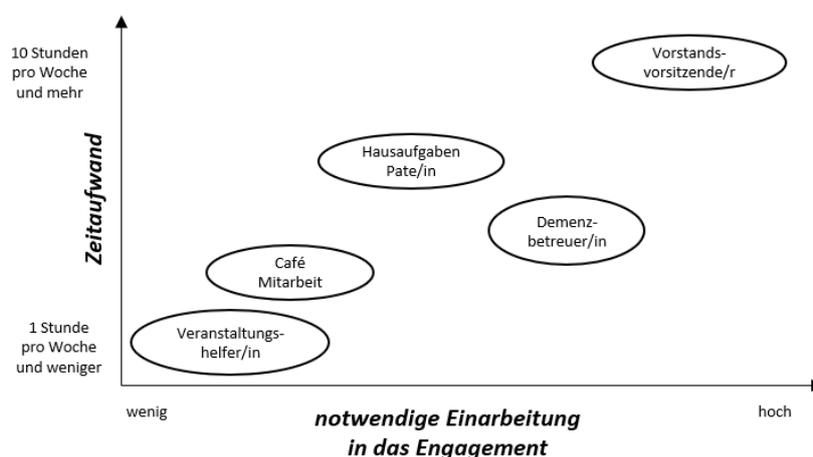
Die vorrangige Aufgabe der FreiwilligenkoordinatorInnen ist die Serviceleistung für die freiwillig Engagierten. Dazu zählen die Förderung der Freiwilligen und die Vertretung ihrer Interessen. Darüber hinaus zählt die Vertretung der Interessen der Organisation und die Öffentlichkeitsarbeit zu den Zuständigkeitsbereichen (Kegel, 2012, S. 76). Alle Tätigkeiten und Aktivitäten der FreiwilligenkoordinatorInnen sollten im Einklang mit der Vision des freiwilligen Engagements der Organisation stehen (Reifenhäuser, O., 2013c, S. 34).

Das umfangreiche Aufgabengebiet, welches im vorliegenden Kapitel näher erläutert wird, kann jedoch nicht beiläufig erledigt werden (Kegel, 2012, S. 76). Vielmehr muss es mit den entsprechenden Ressourcen ausgestattet werden, eine Ansicht, die leider bis dato noch nicht von allen Organisationen geteilt wird (Oberbauer & Strümpel, 2015, S. 53). Dies zeigt sich auch in der Art der Anstellung der zuständigen MitarbeiterInnen, welche für Freiwillige verantwortlich sind. Ein Drittel der zuständigen MitarbeiterInnen sind in den Organisationen angestellt. 37 % erledigen die Aufgaben unbezahlt und somit auf freiwilliger Basis. Bei knapp 30 % kommt es zu einer Kombination des Beschäftigungsstandes in angestellt und unbezahlt (More-Hollerweger & Hora, 2014, S. 15f.). Generell wird das Freiwilligenmanagement und insbesondere die FreiwilligenkoordinatorInnen dort um- und eingesetzt, wo die notwendigen Ressourcen vorhanden sind (Röbke, 2012, S. 23).

#### 4.2.1 Engagementbereiche systematisch identifizieren

Die systematische Identifikation der Engagementbereiche stellt für Organisationen den ersten Schritt für die Zusammenarbeit mit Freiwilligen dar. Einerseits dient sie dazu neue Engagementfelder für potenzielle Freiwillige zu entdecken und andererseits gibt sie die Möglichkeit, bestehende Aufgabenbereiche zu überdenken und zu überarbeiten. Ein mögliches Instrument zur Visualisierung der Engagementbereiche und zur Identifikation von möglichen Lücken ist beispielsweise die Engagementlandkarte (siehe Abbildung 12) (Reifenhäuser, C., 2013c, S. 102f.).

**Abbildung 12: Engagementlandkarte**



Quelle: Reifenhäuser, C., 2013c, S. 103, eigene Darstellung

#### 4.2.2 Aufgabenprofile erstellen und Freiwillige gewinnen

Nach der Identifikation des Aufgabenbereiches für die potenziellen Freiwilligen gilt es, diesen zu beschreiben und zu konkretisieren. Dazu dient das Aufgabenprofil, welches den neuen

Freiwilligen einen Überblick über das Aufgabenfeld und konkrete Informationen über die Tätigkeit gibt. Das Aufgabenprofil sollte daher das Ziel der Aufgabe, eine genaue Beschreibung der Tätigkeit, den Zeitaufwand, die erforderlichen bzw. wünschenswerten Fähigkeiten und Fertigkeiten sowie die notwendigen Arbeitsmittel beinhalten. Darüber hinaus sollten die Schnittstellen zu anderen Aufgaben bzw. Personen beschrieben werden, um die Grenzen der Tätigkeit festzulegen und möglichen Konflikten vorzubeugen. Das Aufgabenprofil dient einerseits als Orientierungshilfe für interessierte Freiwillige und stellt andererseits die Grundlage für die Öffentlichkeitsarbeit zur Gewinnung neuer Freiwilliger dar (Reifenhäuser, C., 2013a, S. 106f.).

Neue Freiwillige werden weniger über allgemeine Aufrufe, sondern vielmehr über konkrete Angebote zum freiwilligen Engagement aufmerksam. Ein hilfreiches Instrument zur Entwicklung von Engagementangeboten ist das 5 A Modell von Carola Reifenhäuser (2013a, S. 108) (siehe Abbildung 13). Das zielgruppenorientierte Modell ist stufenweise aufgebaut. Auf der ersten Stufe geht es darum, die Attraktivität der Organisation herauszuarbeiten. Die zweite Stufe behandelt die Aufgabe mit dem jeweiligen Aufgabenprofil. Die Ausstattung mit den zeitlichen Ressourcen und gewünschten Fähigkeiten wird auf der dritten Stufe erörtert. Die nächste Stufe behandelt die Gegenleistungen der Organisationen für das freiwillige Engagement. Auf der letzten Stufe wird schlussendlich das konkrete Angebot mit allen erarbeiteten Informationen erstellt (Reifenhäuser, C., 2013a, S. 108).

**Abbildung 13: Das 5 A Modell zur Entwicklung von Engagementangeboten**



Quelle: Reifenhäuser, C., 2013a, S. 108, eigene Darstellung

Die Wahl der Werbewege und -mittel richtet sich einerseits nach der Zielgruppe, die man erreichen möchte, und andererseits nach den Anforderungen der Organisation hinsichtlich der

allgemeinen und grundsätzlichen Vorgaben sowie dem Budget. Die Möglichkeiten sind vielfältig. Dazu zählen unter anderem öffentliche Print- und Rundfunkmedien, klassische Drucksorten, wie etwa Flyer, Plakate, Aushänge, Infobroschüren, etc., oder Giveaways, wie zum Beispiel Kugelschreiber, Taschen, Lesezeichen, etc. Darüber hinaus sind Kampagnen und Kooperationen mit anderen Einrichtungen sowie die persönliche Ansprache mögliche Bewerbungsformen. Freiwilligenagenturen zählen ebenfalls zu geeigneten Werbewegen und -mitteln (Reifenhäuser, C., 2013a, S. 112). Ein weiteres mögliches Werbeinstrument können Vorträge, Fachartikel oder Fachtagungen für ein ausgewähltes Publikum darstellen (Reifenhäuser, O., 2013d, S. 91). Das Internet und die sozialen Netzwerke, wie Facebook, Twitter, Instagram, etc., nehmen als Werbemittel einen immer größeren Stellenwert ein. Um den zielgruppenorientierten Internetauftritt erfolgreich gestalten zu können, ist es jedoch erforderlich, vorab zu klären, in welchen sozialen Netzwerken sich die Zielgruppe bewegt und präsent ist (Deeg, 2012, S. 101). Laut Oliver Reifenhäuser (2013d, S. 90) gelten ein guter Mix der Werbewege und -mittel, eine genaue Kenntnis der Zielgruppe, das richtige Timing sowie ein guter und persönlicher Kontakt zu den Presse- bzw. Medienmitgliedern als Erfolgsfaktoren für eine gute Öffentlichkeitsarbeit. Diese wirkt nicht nur nach außen, sondern auch nach innen. Denn durch die Vermittlung des positiven Images der Organisation wird ebenfalls die Leistung der aktiven Freiwilligen aufgewertet und wertgeschätzt (Reifenhäuser, O., 2013d, S. 89).

#### **4.2.3 Erstgespräch führen und Hilfestellungen für die Entscheidung bieten**

Neue Freiwillige sollten im Entscheidungsprozess für das freiwillige Engagement bestmöglich unterstützt werden. Am besten eignet sich dazu ein formalisiertes Erstgespräch zwischen der interessierten Person und dem/der FreiwilligenkoordinatorIn bzw. der für diese Tätigkeiten zuständigen Person. Das Ziel des Erstgespräches ist es, herauszufinden, ob die jeweiligen Erwartungen stimmig sind und ob eine Passung vorliegt. Dabei sollten die Motive, die Aufgaben, die Persönlichkeit sowie die Zeitressourcen und die Erwartungen der interessierten Person erkundet werden. Des Weiteren sollten der zeitliche Umfang und die Rahmenbedingungen der freiwilligen Tätigkeit sowie die Erwartungen der Organisation erläutert werden. Sollten die notwendigen Fähigkeiten und Fertigkeiten für die Erfüllung des freiwilligen Engagements nicht vorhanden sein, kann eruiert werden, inwieweit die Organisation die interessierte Person bei der Erlangung der Kompetenzen unterstützen kann (Reifenhäuser, C., 2013d, S. 114f.). Das Aufgabenprofil kann für das Erstgespräch als hilfreiche Grundlage dienen (Reifenhäuser, C., 2013a, S. 107). Ein weiteres sinnvolles Instrument zur Entscheidungsfindung stellt die Schnupper- und Probezeit dar, in welcher von der interessierten Person die freiwillige Tätigkeit und die Organisation erkundet werden kann. Diese Vorgehensweise empfiehlt sich insbesondere bei anspruchsvollen Tätigkeiten oder bei Unschlüssigkeit hinsichtlich des möglichen Einsatz-

feldes seitens der interessierten Person. Die Schnupper- und Probezeit sollte für einen bestimmten Zeitraum festgelegt werden und mit einem Auswertungsgespräch enden (Reifenhäuser, C., 2013d, S. 116).

#### **4.2.4 Freiwillige einarbeiten und befähigen**

Mit einem guten Start in das freiwillige Engagement steht und fällt die zukünftige Zusammenarbeit. Er hilft den neuen Freiwilligen, sich in der Organisation aufgenommen zu fühlen und mit der Aufgabe vertraut zu machen. Zudem beugt er späteren Konflikten und einer hohen Fluktuation vor. Instrumente für diese Phase sind beispielsweise das Mentoring, bei dem der/die neue Freiwillige mit einer erfahrenen Person (MentorIn) die Anfangsphase verbringt und welche als Ansprechperson dient, oder eine Informationsveranstaltung, wenn mehrere Personen mit dem freiwilligen Engagement beginnen (Reifenhäuser, C., 2013e, S. 124f.).

#### **4.2.5 Freiwillige führen, fördern, qualifizieren, begleiten und anerkennen**

Die gute Begleitung der Freiwilligen trägt dazu bei, dass diese bei ihren Aufgaben unterstützt werden und sich somit die Qualität der erbrachten Leistung erhöht. Dies hat wiederum einen positiven Einfluss auf die Zufriedenheit der Freiwilligen und führt zu einer längeren Bindung (Reifenhäuser, C., 2013f, S. 132f.). Anhand eines Anforderungsprofils kann für die Freiwilligen ein möglicher Qualifizierungsbedarf erhoben und visualisiert werden. Dazu wird für die jeweiligen Anforderungsmerkmale jeweils ein Ranking vergeben. Die Anforderungsmerkmale mit geringem Ranking können in weiterer Folge gefördert werden. Der Profilvergleich dient darüber hinaus als Grundlage für regelmäßige Feedbackgespräche. Er kann jedoch auch in Form von laufender Rückmeldung während der Tätigkeit stattfinden. Der Profilvergleich sollte nicht zu Beginn, sondern erst nach einer gewissen Einarbeitungszeit erfolgen (Reifenhäuser, C., 2013f, S. 136ff.). Im Laufe des freiwilligen Engagements verändern sich die Freiwilligen und entwickeln ihre Freiwilligenkarrieren weiter. Dazu zählt auch die Veränderung ihres Aufgabenprofils im Hinblick auf Aufgabenerweiterungen, Aufgabenbereicherungen oder gänzliche Überarbeitung und Neuorientierung (Reifenhäuser, C., 2013f, S. 157).

„Anerkennung ist das „Gehalt“, die Belohnung für freiwillig Engagierte“ (Kegel, 2012, S. 76) und daher ein wichtiges Instrument zum Erhalt der Motivation und zur Bindung von Freiwilligen. Denn jede Person hat das Bedürfnis wahrgenommen und als Person anerkannt zu werden. Anerkennung ist jedoch abhängig von den jeweiligen Bedürfnissen und der jeweiligen Motivation und wird daher von jeder Person individuell wahrgenommen. Die Anerkennungsformen sind daher sehr vielfältig und erstrecken sich von Ehrungen in der Organisation, wie etwa Ehrenurkunden und Ehrenmitgliedschaften, oder gesellschaftlichen Anerkennungen durch den Engagementnachweis, bis hin zu öffentlichen Anerkennungen in der Presse, wie beispielsweise Artikel über das freiwillige Engagement oder Beiträge der Freiwilligen auf der

Homepage der Organisation. Anerkennung ist ebenfalls möglich durch persönliche Wertschätzung, wie Blumen, Geburtstagskarten oder die Freude der betreuten Person, aber auch durch Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten und die Chance auf Selbstbestimmung und Beteiligung durch die Übergabe der Projektverantwortung oder die Beachtung von Meinungen und Ideen der Freiwilligen. Die Aufnahme der jeweiligen Anerkennungsform in die Anerkennungskultur ist abhängig von den Personen und der Passung zur Organisation. Ausschlaggebend für die Anerkennungskultur einer Organisation ist die wertschätzende Grundhaltung gegenüber den Personen und deren erbrachten Leistungen (Reifenhäuser, C., 2013f, S. 158f.).

#### **4.2.6 Freiwillige verabschieden und Engagement bescheinigen**

Der Abschied von Freiwilligen sollte möglichst angemessen gestaltet werden, egal aus welchen Gründen und von wem (Freiwillige, FreiwilligenkoordinatorIn, Organisation, zeitliche Befristung) das freiwillige Engagement beendet wird. Mögliche Abschiedsrituale sind ein gemeinsames Essen, ein Erinnerungsfoto, eine Dankesrede, ein kleines Geschenk, ein Abschiedsfest oder eine Ehrung und Verabschiedung im Rahmen einer Versammlung. Die Wahl der Abschiedsform ist abhängig von den Wünschen der Person, der Situation und der Verabschiedungskultur der Organisation. In jedem Fall sollte das freiwillige Engagement bescheinigt werden, um die Leistungen der Person zu würdigen und anzuerkennen (Hoffmann, 2013, S. 177ff.).

#### **4.2.7 Ehemalige binden**

Für die Gewinnung von Freiwilligen stellen die ehemaligen Freiwilligen kein unwesentliches Potential dar. Einerseits können sie entweder ein weiteres Mal für eine befristete Zeit oder auf Dauer als Freiwillige gewonnen werden. Andererseits können sie zum Beispiel bei Informationsveranstaltungen für Interessierte für Fragen zur Verfügung stehen oder von ihrer Zeit als Freiwillige berichten. Aus diesem Grund sollten die ehemaligen Freiwilligen weiterhin an die Organisation gebunden werden. Möglichkeiten zur Bindung sind beispielsweise Alumni-Informationen, vergünstigte Bildungsveranstaltungen, Einladungen zu Festen, Veranstaltungen und Fachtagungen sowie die Zusendung der Mitgliederzeitung (Reifenhäuser, C., 2013b, S. 182).

## 5 Freiwilligenagenturen

Neben dem Freiwilligenmanagement tragen Freiwilligenagenturen ebenfalls den gesellschaftlichen Veränderungen und dem gewandelten Verständnis des freiwilligen Engagements Rechnung. Freiwilligenagenturen sind engagementfördernde Infrastruktureinrichtungen für das freiwillige Engagement. Sie dienen einerseits als Orientierungshilfe und Informationsdrehscheibe für Freiwillige und andererseits als Motoren und Katalysatoren für die Weiterentwicklung in den Organisationen (Oberbauer & Strümpel, 2015, S. 55ff.).

Die Bezeichnungen der Freiwilligenagenturen sind vielfältig und reichen von Freiwilligenzentrum, Freiwilligenbörse, Ehrenamtsbörse bis hin zur Freiwilligenzentrale. Die konkrete Bezeichnung ist abhängig vom Träger, der Herkunft und der Arbeitsweise der Freiwilligenagenturen (Arbesleitner & Stadler-Vida, 2015, S. 22). Freiwilligenagenturen unterscheiden sich von anderen Infrastruktureinrichtungen, wie etwa SeniorInnenbüros, Selbsthilfekontaktstellen, Stadtteilbüros, Nachbarschaftshäuser, Mütter-Zentren und Familien-Zentren durch ihre Trägerneutralität und ihr breites Leistungsspektrum zur Förderung von freiwilligem Engagement für alle Bevölkerungsgruppen in allen Einsatzfeldern (Krell, 2012, S. 80).

### 5.1 Aufgaben der Freiwilligenagenturen

Freiwilligenagenturen nehmen im Dreieck Stadt/Kommune, Wirtschaft und Bürgerschaft eine zentrale Stellung als Vermittler ein und ermöglichen eine Vernetzung der Beteiligten, wodurch neue Ansätze und Lösungen für gesellschaftliche Probleme generiert werden können (Krell, 2012, S. 80f.).

Je nach finanzieller und personeller Ausstattung, Dauer des Bestehens und Grad der lokalen Vernetzung übernehmen die Freiwilligenagenturen folgende Aufgaben (Krell, 2012, S. 83ff.):

- **Engagementberatung:**

Interessierte Personen werden von den Freiwilligenagenturen in einem persönlichen Gespräch generell über die Rahmenbedingungen des freiwilligen Engagements und individuell hinsichtlich der möglichen Einsatzfelder in der Region informiert und beraten. Dabei werden die Wünsche und Motive der interessierten Personen eruiert und die Einsatzmöglichkeiten der Organisationen, welche in einem Verzeichnis oder in einer Datenbank erfasst werden, vorgestellt und erläutert. Danach werden die interessierten Personen an die FreiwilligenkoordinatorInnen der jeweiligen Organisation vermittelt.

- **Beratung von Organisationen:**

Neben den Freiwilligen erhalten auch die Organisationen, welche ein freiwilliges Engagement anbieten oder zukünftig anbieten wollen, Unterstützung von den Freiwilligenagenturen. Einerseits können sich die Organisationen als Einsatzstelle registrieren lassen und profitieren von der Vermittlung von Freiwilligen, welche sich genau für dieses Einsatzfeld und diese Organisation interessieren. Andererseits können die Organisationen von den Freiwilligenagenturen Unterstützung bei der Implementierung bzw. dem Ausbau des Freiwilligenmanagements und insbesondere der Freiwilligenkoordination in Anspruch nehmen.

- **Projektarbeit:**

Interessierte BürgerInnen bekommen von den Freiwilligenagenturen für die Umsetzung von neuen Ideen und Projekten Hilfe im Bereich des Projektmanagements. Darüber hinaus werden von den Freiwilligenagenturen zu aktuellen Problemen innovative Projekte ins Leben gerufen und gemeinsam mit Freiwilligen und lokalen PartnerInnen umgesetzt.

- **Qualitätsentwicklung:**

Durch die Beratungstätigkeiten der Freiwilligenagenturen zu den notwendigen Rahmenbedingungen und Standards des freiwilligen Engagements für die Freiwilligen und die Organisationen sowie die Sammlung von bewährten Erfahrungen werden die Voraussetzungen stetig verbessert und die Qualität des freiwilligen Engagements gefördert.

- **Fortbildung:**

Freiwilligenagenturen bieten einerseits Fortbildungen für Freiwillige in Form von Einführungskursen, Schulungen für bestimmte Projekte oder zu speziellen Themen und andererseits für FreiwilligenkoordinatorInnen zur Kompetenzvermittlung an. Insbesondere Letztere stellen als wertvolle Partner eine wichtige Zielgruppe für die Freiwilligenagenturen dar.

- **Lobbyarbeit:**

Freiwilligenagenturen vertreten die Interessen der Freiwilligen und treten für eine Verbesserung der Rahmenbedingungen des freiwilligen Engagements in öffentlichen und politischen Diskussionen ein. Sie organisieren Aktionen, wie etwa Freiwilligenmessen oder Freiwilligentage, von welchen insbesondere kleinere Organisationen profitieren. Freiwilligenagenturen steigern so die öffentliche Aufmerksamkeit und tragen wesentlich zur Bewusstseinsbildung in der Gesellschaft bei.

- **Öffentlichkeitsarbeit:**

Eine zentrale Rolle zur Erfüllung der genannten Aufgaben stellt die Öffentlichkeitsarbeit dar. Die Inhalte der Öffentlichkeitsarbeit sind zum einen Informationen und Werbung für das freiwillige Engagement und im Besonderen für konkrete Einsatzmöglichkeiten und zum anderen Projekt- und Erfahrungsberichte.

- **Netzwerkarbeit:**

Eine weitere zentrale Rolle der Freiwilligenagenturen ist die Netzwerkarbeit. Freiwilligenagenturen vermitteln und vernetzen freiwillig tätige BürgerInnen und VertreterInnen von lokalen Einrichtungen und Organisationen sowie von Kommunen bzw. Regionen. Sie unterstützen die Beteiligten beim Meinungsaustausch und bei ihrer Zusammenarbeit. Ziel ist die Förderung des freiwilligen Engagements und Schaffung einer lokalen Plattform.

## 5.2 Freiwilligenagenturen in Österreich

In Österreich sind alle Freiwilligenagenturen Mitglieder der Interessentengemeinschaft Freiwilligenzentren Österreich (Arbesleitner & Stadler-Vida, 2015, S. 22).

Laut Perspektivenpapier zum freiwilligen Engagement aus dem Jahr 2015 sind in den vier Bundeshauptstädten Wien, Linz, Salzburg und Innsbruck Freiwilligenagenturen und in einigen Bezirken auf lokaler Ebene, wie etwa Wels, Bruck an der Mur und Kapfenberg, kleinere Einrichtungen mit weniger umfangreichen Angebotsleistungen angesiedelt. Tirol ist bislang das erste und einzige Bundesland, welches eine flächendeckende Versorgung von Freiwilligenagenturen aufweisen kann. Darüber hinaus verfügt die „Freiwilligenpartnerschaft Tirol“ neben dem „Unabhängigen LandesFreiwilligenZentrum (ULF)“ in Oberösterreich über eine kontinuierliche Finanzierung, teilweise gänzlich und zum Teil durch Fördermittel des jeweiligen Bundeslandes. In diesen beiden Fällen kann der Regelbetrieb sichergestellt werden. Alle anderen Einrichtungen werden durch eigene Mittel der jeweiligen Organisationen betrieben. In Österreich ist keine Freiwilligenagentur als eigenständige Rechtsperson tätig, sondern wird durch gemeinnützige Organisationen betrieben. Um die Nachhaltigkeit der Kooperation mit den Organisationen sicherzustellen, werden alle Beratungen möglichst trägerneutral durchgeführt (Oberbauer & Strümpel, 2015, S. 56).

## 6 Diskussion und Beantwortung der Forschungsfragen

In diesem Kapitel werden zu Beginn die Rechercheergebnisse zusammenfassend diskutiert und in einem weiteren Schritt die Forschungsfragen beantwortet.

Bei den Angehörigen der Babyboomer-Generation in Österreich handelt es sich um Personen, die zwischen 1955 und 1969 geboren wurden, und sich im Jahr 2019 im Alter von 50 bis 64 Jahren befinden (Wanka, 2019, S. 6). Ein Teil dieser Personengruppe genießt bereits die nachberufliche Phase, während der andere Teil am Ende der Erwerbsphase steht. Bedingt durch die Bildungsexpansion, welche nach dem Zweiten Weltkrieg stattfand, weist diese Generation einen höheren Bildungsstand als ihre Eltern und Großeltern auf. Folglich erlangten sie dadurch höhere berufliche Positionen und ein höheres Einkommen, wodurch sie höhere Pensionsansprüche als die vorigen Generationen vorweisen können und die nachberufliche Phase in einer besseren wirtschaftlichen Situation verbringen. Der bessere ökonomische Status bewirkt ein höheres Selbstbewusstsein und ein besseres Gesundheitsverhalten und folglich einen besseren Gesundheitszustand als die vorigen Generationen. In ihrer Jugend wendeten sie sich von den traditionellen Werten ihrer Eltern ab und beteiligten sich aktiv an der Jugend- und Studentenrebellion. Sie experimentierten mit vorehelicher Sexualität und vorehelichem bzw. nichtehelichem Zusammenleben sowie Wohngemeinschaften und wandelten die Rolle der Frau in der Gesellschaft. Zudem weist diese Generation eine hohe Scheidungsrate von langjährigen Paaren auf. Die VertreterInnen der Babyboomer-Generation fühlen sich jünger als sie tatsächlich sind und lösen einen Trend der langen Jugendlichkeit und des späteren Altwerdens aus (Höpflinger, 2015, S. 1ff.). Sie gelten als die BegründerInnen der Frauenbewegung und der Anti-Aging-Industrie (Wanka, 2019, S. 10). Im Berufsleben ist ihnen Autonomie, Sinnstiftung und Entscheidungsfreiheit wichtig. Sie wollen eigene Ideen einbringen und ihr Wissen weitergeben (Kolland et al., 2015, S. 6). Die nachberufliche Phase wird von den Babyboomern aktiv und kreativ gestaltet (Höpflinger, 2015, S. 4). Neben der Gesundheit sehen sie den Sport und die persönliche Fitness als Schlüssel zu einem langen und aktiven Leben mit hoher Lebensqualität. Daher wird beides gerne in Urlaubsreisen kombiniert. Generell gilt diese Generation als besonders reisefreudig, unternehmungslustig und konsumfreudig. Sie zählen zu den kritischen, anspruchsvollen und genussorientierten KonsumentInnen, welche einen hohen Wert auf gesunde und hochwertige Produkte legen und ihre Kaufentscheidungen gut überlegen. Obwohl der Großteil keine Lieblingsmarke hat, bevorzugen sie jedoch den Kauf von bekannten Markenprodukten (Zukunftsinstitut, 2015, S. 6ff.). Darüber hinaus gelten sie als innovativer und lernbereiter als die vorigen Generationen, das sich in der starken Zunahme der Internetnutzung äußert. Es zeigt sich, dass die Leitvorstellungen Selbstbestimmung, Selbständigkeit und Individualisierung den Babyboomern über den gesamten Lebensverlauf besonders wichtig sind (Höpflinger, 2015, S. 3f.).

Durch das freiwillige Engagement wird nicht nur ein gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Mehrwert generiert, es hat darüber hinaus einen positiven Einfluss auf die sozialen Beziehungen und die politische Meinungsbildung der freiwillig tätigen Person und den Gesundheitszustand im Alter (Hofer, 2015, S. 135f.; More-Hollerweger, 2015a, S. 150; More-Hollerweger, 2015b, S. 145f.; Pass & Hofer, 2015, S. 157; Schneider, 2015, S. 137f.). In den letzten Jahren wurde das freiwillige Engagement einem Strukturwandel unterzogen. Das klassische Ehrenamt mit der Übernahme von Funktionsaufgaben verliert im Gegensatz zu dem modernen, flexibleren freiwilligen Engagement immer mehr an Beliebtheit. Die Freiwilligen treffen die Wahl der freiwilligen Tätigkeit bewusster, kritischer und interessensgeleiteter. Zudem kommt es immer häufiger zu einer kürzeren Bindungsdauer (Heimgartner & More-Hollerweger, 2009, S. 177f.).

In Österreich erfreut sich das freiwillige Engagement über eine hohe Beteiligungsquote von rund 46 % und hat, unabhängig vom Alter, für die ÖsterreicherInnen einen hohen Stellenwert. Das freiwillige Engagement korreliert positiv mit dem sozioökonomischen Status einer Person. Je höher der Bildungsstand und das Einkommen einer Person ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie sich freiwillig engagiert. Unter den Hauptbeweggründen für ein freiwilliges Engagement finden sich sowohl altruistische als auch eigennützige Motive. Freiwillig Engagierte möchten einerseits anderen Personen helfen, zum Gemeinwohl beitragen, ihre Erfahrungen teilen und ihre Fähigkeiten und Kenntnisse einbringen und andererseits Spaß haben, neue Menschen kennenlernen, neue Freunde gewinnen und aktiv bleiben. Der Zugang erfolgt meist über Freunde und Bekannte. Einige Personen ergreifen selbst die Initiative und andere erfahren direkt von den Organisationen über das freiwillige Engagement. Zu den Hauptgründen, sich nicht freiwillig zu engagieren, zählen die fehlende Information und Ansprache sowie die mangelnde Auseinandersetzung mit der Möglichkeit sich freiwillig zu engagieren. Insgesamt wünschen sich die ÖsterreicherInnen mehr Informationen und aktivere Werbeschaltungen in Form von Veranstaltungen, Inseraten, Aushängen auf den Webseiten der Organisationen, in den Massenmedien und in den sozialen Medien (IFES, 2016, S. 12, S. 17, S. 24, S. 53ff., S. 77f.).

Zu den Einflussfaktoren auf freiwilliges Engagement im Alter zählen neben den individuellen sozioökonomischen Ressourcen, wie Bildung, Einkommen und Gesundheit, auch die Ressourcen der unmittelbaren Wohnumgebung. Eine gute wirtschaftliche Situation der Wohnregion, eine große Entfernung zum Stadtzentrum, eine hohe Wahlbeteiligung und eine gute Infrastruktur wirken sich positiv auf das freiwillige Engagement im Alter aus (Simonson & Vogel, 2018, S. 235ff.). Darüber hinaus beeinflusst die berufliche Tätigkeit die Werte und Persönlich-

keit einer Person und folglich das Verhalten im Ruhestand. Laut Maurer (2018, S. 211) korreliert aus diesem Grund bei Männern der Grad der beruflichen Autonomie während der Berufstätigkeit positiv mit dem freiwilligen Engagement im Ruhestand. Şaka (2018, S. 288ff.) stellte fest, dass die Gründe für die gestiegene Beteiligungsquote der älteren Westdeutschen im Zusammenwirken des Kohorten- bzw. Generationeneffekts mit dem höheren Humankapital im Vergleich zu den vorigen Generationen und den aktuellen gesellschaftlichen Trends liegen.

Im Hinblick auf den Strukturwandel des freiwilligen Engagements hat in den letzten Jahren das professionelle Freiwilligenmanagement für die Organisationen an Bedeutung zugenommen. Zu den Aufgaben zählen einerseits die strategische Ausrichtung sowie die Implementierung von kulturellen, strukturellen und personellen Rahmenbedingungen und andererseits die unmittelbare Koordination der Freiwilligen (Reifenhäuser, O., 2013a, S. 14f.). Ziel des Freiwilligenmanagements ist die „Schaffung einer engagementfreundlichen Organisation“ (Reifenhäuser, O., 2013a, S. 15), wodurch sowohl die Qualität des freiwilligen Engagements als auch die Zufriedenheit der Freiwilligen gefördert wird. Darüber hinaus hat die Art und Weise, wie die Zusammenarbeit mit den Freiwilligen gestaltet wird, und das entgegengebrachte Interesse einen wesentlichen Einfluss auf die Attraktivität einer Organisation, welche wiederum für die Gewinnung und Bindung der Freiwilligen von hoher Bedeutung ist (Reifenhäuser, O., 2013b, S. 94).

Für die Gewinnung von neuen Freiwilligen sollten in einem ersten Schritt mögliche Engagementbereiche identifiziert und entsprechende Aufgabenprofile erstellt werden. Letztere stellen eine wesentliche Grundlage für die Öffentlichkeitsarbeit dar. Denn neue Freiwillige werden vorrangig über konkrete Angebote auf die Organisation aufmerksam. Daher sollten diese möglichst zielgruppenorientiert gestaltet werden (Reifenhäuser, C., 2013a, S. 106ff.). Zu den Erfolgsfaktoren für eine gute Öffentlichkeitsarbeit zählen unter anderem ein guter Mix der Werbewege und -mittel, eine genaue Kenntnis der Zielgruppe sowie das richtige Timing (Reifenhäuser, O., 2013d, S. 90). Interessierte Personen sollten in ihrem Entscheidungsprozess bestmöglich unterstützt werden. Dies kann in einem ersten Schritt durch ein persönliches Gespräch und in weiterer Folge durch die Vereinbarung einer Schnupper- bzw. Probezeit oder durch die Unterstützung zum Erhalt der notwendigen Kompetenzen erfolgen (Reifenhäuser, C., 2013d, S. 114ff.). Des Weiteren sollte auf einen guten Start mit einer entsprechenden Einarbeitungs- und Befähigungsphase der neuen Freiwilligen geachtet werden. Dadurch fühlen sich die Freiwilligen in der Organisation aufgenommen und es können spätere Konflikte und Fluktuationen vorgebeugt werden (Reifenhäuser, C., 2013e, S. 124f.). Um die Freiwilligen in ihrer Tätigkeit zu unterstützen und so die Zufriedenheit zu fördern, sollte regelmäßig ein Qua-

lifizierungsbedarf erhoben und entsprechende Weiterbildungsmaßnahmen angeboten werden (Reifenhäuser, C., 2013f, S. 136ff.). Ein äußerst wichtiges Instrument zur Aufrechterhaltung der Zufriedenheit und der Motivation der Freiwilligen ist die Anerkennung der erbrachten Leistungen. Da jede Person eine Anerkennung unterschiedlich und individuell wahrnimmt, sind die möglichen Anerkennungsformen sehr vielfältig. Sie reichen von Blumen und Geburtstagskarten bis hin zu öffentlichen Anerkennungen und Ehrungen oder Beiträgen auf der Homepage der Organisation (Reifenhäuser, C., 2013f, S. 158f.). Sollte es dennoch zu einer Beendigung des freiwilligen Engagements kommen, sollte der Abschied angemessen gestaltet werden und die Leistungen der Person bescheinigt werden, um diese zu würdigen und anzuerkennen (Hoffmann, 2013, S. 177ff.). Ein besonderes Augenmerk sollte den ehemaligen Freiwilligen entgegengebracht werden. Denn sie können eventuell wieder einmal als Freiwillige angeworben werden oder für die Bewerbung von neuen Freiwilligen, zum Beispiel bei Informationsveranstaltungen, herangezogen werden (Reifenhäuser, C., 2013b, S. 182).

Zu geeigneten Werbewegen und -mitteln zählen ebenfalls die Freiwilligenagenturen (Reifenhäuser, C., 2013a, S. 112). Freiwilligenagenturen sind engagementfördernde Infrastruktureinrichtungen, welche als Orientierungshilfe und Informationsdrehscheibe für Freiwillige dienen und als Motoren für die Weiterentwicklung von freiwilligem Engagement in Organisationen angesehen werden (Oberbauer & Strümpel, 2015, S. 55ff.). Sie zeichnen sich durch ihre Trägerneutralität und ihr breites Leistungsspektrum in allen Einsatzfeldern für alle Bevölkerungsgruppen aus. Darüber hinaus gelten sie als Vermittler und fördern die Vernetzung der Beteiligten. Die Freiwilligenagenturen beraten interessierte Personen über das freiwillige Engagement im Allgemeinen und über konkrete Einsatzmöglichkeiten in ihrer Umgebung. Sie helfen Organisationen bei der Gewinnung von neuen Freiwilligen sowie bei der Implementierung und dem Ausbau des Freiwilligenmanagements. Interessierte BürgerInnen erhalten von den Freiwilligenagenturen Unterstützung bei der Umsetzung von neuen Ideen und Projekten. Aufgrund der Beratungs- und Unterstützungsleistung tragen die Freiwilligenagenturen maßgeblich zur Qualitätsentwicklung des freiwilligen Engagements bei. Außerdem werden Fortbildungen für Freiwillige und FreiwilligenkoordinatorInnen angeboten. Durch die Teilnahme an öffentlichen und politischen Diskussionen steigern sie die öffentliche Aufmerksamkeit und tragen zur Bewusstseinsbildung in der Gesellschaft bei (Krell, 2012, S. 80ff.). In Österreich sind in den vier Bundeshauptstädten Wien, Linz, Salzburg und Innsbruck Freiwilligenagenturen angesiedelt. Darüber hinaus befinden sich in einigen Bezirken kleinere Einrichtungen mit schlankeren Angebotsleistungen. Tirol ist das erste und einzige Bundesland mit einer flächendeckenden Versorgung von Freiwilligenagenturen. In Tirol und in Oberösterreich kann aufgrund der Fördermittel des jeweiligen Bundeslandes der kontinuierliche Betrieb sichergestellt werden (Oberbauer & Strümpel, 2015, S. 56).

Im zweiten Teil dieses Kapitels werden nun die zusammengetragenen Erkenntnisse mit den Forschungsfragen in Verbindung gesetzt und Schlussfolgerungen abgeleitet.

*Wie muss formelle freiwillige Tätigkeit organisiert und gestaltet sein, um die VertreterInnen der Babyboomer-Generation anzusprechen?*

Die Babyboomer-Generation stellt für das formelle freiwillige Engagement, welches in Vereinen, Organisationen und Einrichtungen stattfindet, eine äußerst potenzielle Zielgruppe dar. Insbesondere der gute sozioökonomische Status und der gute Gesundheitszustand der Babyboomer erhöhen die Wahrscheinlichkeit eines freiwilligen Engagements. Zudem finden sich einige Hauptbeweggründe für ein freiwilliges Engagement – Erfahrungen teilen, Wissen einbringen, aktiv bleiben – unter den charakteristischen Merkmalen der Babyboomer. Generell kann aus der Literatur der Schluss gezogen werden, dass die Kohorten- und Generationszugehörigkeit in Verbindung mit guten individuellen sozioökonomischen Ressourcen, den gesellschaftlichen Trends sowie einer hohen beruflichen Autonomie (bei Männern) einen positiven Einfluss auf die Entscheidung für ein freiwilliges Engagements im Ruhestand hat. Um die VertreterInnen der Babyboomer-Generation gezielt anzusprechen, sollten die erläuterten charakteristischen Merkmale dieser Generation bei der Bewerbung der Engagementmöglichkeiten berücksichtigt werden. Vor allem bei der Entwicklung eines konkreten Engagementangebotes ist es wichtig, zielgruppenorientiert vorzugehen. Um für Babyboomer ansprechend zu wirken, sollte die Tätigkeit in jedem Fall Autonomie, Sinnstiftung und Entscheidungsfreiheit vorweisen. Darüber hinaus sollte die Tätigkeit aktiv und flexibel gestaltet werden, damit sie ihre Ideen und Fähigkeiten einbringen und ihre Kenntnisse weitergeben können. Im Hinblick auf den Strukturwandel des freiwilligen Engagements könnten diesbezüglich vermehrt kurzfristige und innovative Projekte ins Leben gerufen werden. Vor allem Projekte stellen für die VertreterInnen der Babyboomer-Generation eine äußerst geeignete Engagementmöglichkeit dar. Denn hier können sie ihre Ideen und Fähigkeiten einbringen und aktiv in die Mitgestaltung und Mitentscheidung einbezogen werden. Eventuell kann die Reise- und Unternehmungslust bei dem ein oder anderen Angebot integriert werden. Des Weiteren sollte angedacht werden, die positiven gesundheitlichen Auswirkungen von freiwilligem Engagement bei der Bewerbung hervorzuheben. Da die Babyboomer Produkte von namhaften Unternehmen bevorzugen und ihre Kaufentscheidungen kritisch abwägen, kann davon ausgegangen werden, dass die Wahl des freiwilligen Engagements wesentlich durch ein positives Image der Organisation beeinflusst wird. Darüber hinaus sollte den anspruchsvollen Babyboomern eine laufende Begleitung und Unterstützung zur Verfügung stehen. In diesem Zusammenhang ist es jedoch wichtig, den richtigen Grad zwischen Unterstützung und Autonomie zu wählen. Einerseits sollen die Babyboomer das Gefühl haben, jederzeit eine kompetente Ansprechperson an ihrer Seite zu haben,

welche sie bei auftretenden Problemen unterstützt und ihnen bei Fragen zur Verfügung steht. Andererseits sollen die Leitvorstellungen der Babyboomer – Selbstbestimmung, Selbständigkeit und Individualisierung – durch die laufende Begleitung nicht eingeschränkt und genügend Freiräume geboten werden.

*Welche Rolle spielen dabei das Freiwilligenmanagement und die Freiwilligenagenturen?*

Das Freiwilligenmanagement, und im Speziellen die Freiwilligenkoordination, bietet hilfreiche Instrumente zur Gewinnung und Bindung von Freiwilligen. Durch die Implementierung des Freiwilligenmanagements wird die Organisation gezwungen, sich konkret und intensiv mit den Rahmenbedingungen des freiwilligen Engagements in ihrer Organisation auseinanderzusetzen und diese engagementfreundlich zu gestalten und auszubauen. Zudem kann das Image einer Organisation mithilfe des Freiwilligenmanagements positiv beeinflusst werden, denn die Attraktivität einer Organisation wird immer häufiger am Engagement für ihre Freiwilligen gemessen. Wie aus der Bevölkerungsbefragung des IFES aus dem Jahr 2016 ersichtlich ist, wurden zwei Drittel der befragten Freiwilligen durch Bekannte und Freunde auf das freiwillige Engagement aufmerksam. Aus diesem Grund stellen die aktiven Freiwilligen und insbesondere deren Einstellung zur Organisation einen wesentlichen Einfluss für die Gewinnung von neuen Freiwilligen dar. Darum sollte vor allem der Freiwilligenkoordination mit deren Aufgaben ein besonderes Augenmerk geschenkt werden. Denn sie ist es, die vorrangig mit den Freiwilligen in Kontakt steht und einen wesentlichen Beitrag zu deren Zufriedenheit und Motivation leistet. Die laufende Begleitung und Unterstützung für Babyboomer wurde bereits in der Beantwortung der ersten Forschungsfrage im Zuge der Gestaltung des freiwilligen Engagements erwähnt. In diesem Zusammenhang stellt die Freiwilligenkoordination die entsprechende Lösung dar. Im konkreten Fall der Babyboomer, die sich freiwillig engagieren möchten, sollte auf die Gestaltung folgender Aufgaben der Freiwilligenkoordination besonders geachtet werden. Das Aufgabenprofil des jeweiligen Engagementangebotes dient einerseits als Orientierungshilfe über die konkrete Ausgestaltung der freiwilligen Tätigkeit und andererseits schafft es für die kritischen und anspruchsvollen Babyboomer ein gewisses Maß an Transparenz. Die Babyboomer wägen ihre Optionen genau ab, daher sollten ihnen im Erstgespräch alle notwendigen Informationen bezüglich der freiwilligen Tätigkeit und der Organisation zur Verfügung gestellt werden. Im Entscheidungsfindungsprozess ist darauf zu achten, dass die Unterstützung individuell auf die Person abgestimmt wird. Im Hinblick auf die weitere Freiwilligenkarriere ist die Flexibilität besonders wichtig. Die selbstbewussten Babyboomer wissen genau, was sie wollen und nicht wollen. Aus diesem Grund sollten ihre Ideen, Wünsche und Bedürfnisse im Zusammenhang mit Aufgabenerweiterungen, Aufgabenbereicherungen, Aufgabenüberarbei-

tungen oder gänzlicher Neuorientierung der freiwilligen Tätigkeit berücksichtigt und ernst genommen werden. Entscheidend für die Aufrechterhaltung der Motivation ist zudem die Anerkennung und Wertschätzung der erbrachten Leistungen. Die jeweilige Anerkennungsform sollte individuell auf die Person abgestimmt werden. In Bezug auf die VertreterInnen der Babyboomer-Generation ist hier vor allem auf die Beachtung ihrer Meinung und Ideen hinzuweisen. Die Möglichkeit der Mitgestaltung und Mitentscheidung der freiwilligen Tätigkeit kann demnach als adäquate Anerkennungsform für die Babyboomer klassifiziert werden. Generell ist anzumerken, dass die Organisationen und insbesondere die FreiwilligenkoordinatorInnen ihre Haltung und Sichtweise auf das freiwillige Engagement im Alter ändern sollten. Es ist wichtig, die Zielgruppe der älteren Freiwilligen nicht als homogene Gruppe anzusehen, sondern eine klare Differenzierung der jeweiligen Generationen mit ihren jeweiligen Wünschen, Sichtweisen und Einstellungen vorzunehmen.

Freiwilligenagenturen unterstützen Organisationen beim Implementieren und beim Ausbau von Freiwilligenmanagement. Neben Beratungs- und Unterstützungsleistungen bieten sie Fortbildungen für FreiwilligenkoordinatorInnen an. Darüber hinaus helfen sie Organisationen bei der Gewinnung von Freiwilligen durch die Vermittlung von interessierten Personen. Aus diesem Grund stellen sie insbesondere für kleinere Organisationen mit geringeren finanziellen und personellen Ressourcen eine wichtige Stütze im Umgang mit dem freiwilligen Engagement in ihrer Organisation dar. Im Hinblick auf die Gewinnung der Zielgruppe „Babyboomer“ könnten Freiwilligenagenturen spezielle Schulungen, Vorträge und Informationen für die FreiwilligenkoordinatorInnen der Organisationen zur Verfügung stellen, welche die charakteristischen Merkmale und das Aktivitätsniveau dieser Generation behandelt. Darüber hinaus könnten an die Einrichtungen konkrete Handlungsempfehlungen für die optimale Gestaltung und Organisation der freiwilligen Tätigkeit für diese Generation gegeben werden. Mithilfe dieser Leistungen können die Freiwilligenagenturen die Organisationen bei der besseren Erreichung dieser Zielgruppe unterstützen. Weiters sollten die Freiwilligenagenturen in ihren Engagementberatungen ebenfalls unter den interessierten, älteren Freiwilligen differenzieren und die Beratung individuell und generationsspezifisch an die Personen anpassen. Zudem könnten Freiwilligenagenturen bei der Initiierung von neuen Projekten zu aktuellen Problemen konkret und zielgerichtet auf die VertreterInnen der Babyboomer-Generation herantreten und zur Mitarbeit und Mitgestaltung bewegen.

## 7 Zusammenfassung und Ausblick

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Babyboomer-Generation aufgrund ihres guten sozioökonomischen Status und ihres guten Gesundheitszustandes für das formelle freiwillige Engagement tatsächlich eine äußerst potenzielle Zielgruppe darstellt. Darüber hinaus finden sich einige Hauptbeweggründe, warum sich eine Person für ein freiwilliges Engagement entscheidet, unter den Werten und Einstellungen der Babyboomer. Die Wahrscheinlichkeit, dass sich die VertreterInnen dieser Generation für ein freiwilliges Engagement entscheiden, kann demnach als relativ hoch eingestuft werden. Bei Männern erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, wenn diese im Berufsleben einen hohen Grad an Autonomie erfahren. Ausschlaggebend für die Entscheidung ist jedoch eine direkte und zielgruppenorientierte Ansprache und Bewerbung. Die freiwillige Tätigkeit sollte in jedem Fall mit Autonomie, Sinnstiftung und Entscheidungsfreiheit gekoppelt sein. Sie sollte aktiv und flexibel gestaltet sein, damit die Babyboomer ihre Ideen und Fähigkeiten einbringen und ihre Kenntnisse weitergeben können. Hierzu eignen sich insbesondere kurzfristige und innovative Projekte. Darüber hinaus können die Reise- und Unternehmungslust sowie die Gesundheitsorientierung der Babyboomer für die Ausarbeitung von konkreten Angeboten und die Bewerbung herangezogen werden. Einen wesentlichen Einfluss für die Entscheidung kann ferner dem Image der Organisation beigemessen werden. Für die kritischen und anspruchsvollen Babyboomer ist es ratsam, laufende Begleitung und Unterstützung in der richtigen Intensität anzubieten.

Das Freiwilligenmanagement, und im Speziellen die Freiwilligenkoordination, ist für eine Organisation ein wesentliches Instrument für die Gewinnung und Bindung von Freiwilligen. Durch engagementfreundliche Rahmenbedingungen und aktive Freiwilligenkoordination wird die Zufriedenheit und die Motivation der Freiwilligen aufrechterhalten und in weiterer Folge die Attraktivität einer Organisation sowohl nach innen als auch nach außen gesteigert. Im Hinblick auf die VertreterInnen der Babyboomer-Generation sollte auf die Gestaltung eines transparenten Aufgabenprofils, eines informativen Erstgespräches sowie einer flexiblen Freiwilligenkarriere geachtet werden. Die Beachtung der Meinungen und Ideen sowie die Möglichkeit der Mitgestaltung und Mitentscheidung stellt zudem eine adäquate Anerkennungsform für die freiwillig erbrachten Leistungen der Babyboomer dar. Generell sollten das Freiwilligenmanagement und die Freiwilligenkoordination hinsichtlich freiwilligen Engagements im Alter eine differenziertere und generationsspezifischere Sichtweise und Haltung einnehmen.

Freiwilligenagenturen stellen mit ihrem Leistungsangebot insbesondere für kleinere Organisationen mit geringeren Ressourcen eine Möglichkeit dar, ihr Freiwilligenmanagement und ihre Freiwilligenkoordination auszubauen und weiterzuentwickeln. Für die Gewinnung der Babyboomer als freiwillig Tätige sollten die Freiwilligenagenturen spezielle Schulungen, Vorträge

und Informationen zu dieser Generation sowie Handlungsempfehlungen für eine optimale generationsspezifische Gestaltung der freiwilligen Tätigkeit für die Organisationen anbieten. Freiwilligenagenturen bieten interessierten Personen eine direkte Anlaufstelle, um sich über das freiwillige Engagement im Allgemeinen und über regionale Angebote im Speziellen zu informieren. In diesem Zusammenhang sollten die Freiwilligenagenturen ebenfalls auf eine differenzierte und generationsspezifische Engagementberatung achten.

Im Bereich der Wissenschaft wurden die Thematiken des freiwilligen Engagements und des Freiwilligenmanagements inklusive der Freiwilligenkoordination in den letzten Jahren bereits gut aufgearbeitet und festgehalten. Einzig im Bereich des freiwilligen Engagements im Alter wäre bei Befragungen auf nationaler Ebene eine konkretere und detailliertere Unterscheidung der Altersgruppen bzw. Geburtskohorten wünschenswert, um Rückschlüsse auf generationsspezifische Unterschiede ziehen zu können. Darüber hinaus wäre die Erforschung, ob die berufliche Autonomie von Frauen aus der Generation mit einer höheren Erwerbsquote ebenfalls positive Auswirkungen auf die Engagementbeteiligung im Ruhestand aufweisen, interessant. Im Hinblick auf das Freiwilligenmanagement fand der Transfer in die Praxis in großen Organisationen in den unterschiedlichsten Ausprägungen statt. Ein Ausbau sollte weiterhin forciert werden. In kleineren Organisationen mangelt es oftmals an den notwendigen Ressourcen. In diesem Fall könnten Freiwilligenagenturen die notwendige Unterstützung leisten. Leider ist in Österreich, mit Ausnahme von Tirol, bis dato keine flächendeckende Versorgung von Freiwilligenagenturen vorhanden. Als mögliches Hindernis können die fehlenden Fördermittel der Bundesländer angesehen werden. Aus diesem Grund sollte der Politik die Bedeutung der Freiwilligenagenturen nähergebracht werden, um so ein Umdenken anzustoßen und die erforderlichen Mittel zu generieren.

## Literaturverzeichnis

- Arbesleitner, B. & Stadler-Vida, M. (2015). Gewinnung von Freiwilligen. In Wiener Plattform für FreiwilligenkoordinatorInnen (Hrsg.), *Perspektiven. Lebenslanges Lernen & freiwilliges Engagement* (S. 15-25). Wien: Wiener Plattform für FreiwilligenkoordinatorInnen. Online: [http://www.freiwilligenweb.at/sites/default/files/perspektiven\\_III\\_und\\_freiwilliges\\_engagement.\\_wien\\_2015.pdf](http://www.freiwilligenweb.at/sites/default/files/perspektiven_III_und_freiwilliges_engagement._wien_2015.pdf) [Abruf am 28.05.2019]
- Bundesgesetz zur Förderung von freiwilligem Engagement (Freiwilligengesetz - FreiwG) IdF vom 27.03.2012 (BGBl. I Nr. 17/2012). Online: [https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblAuth/BGBLA\\_2012\\_I\\_17/BGBLA\\_2012\\_I\\_17.pdf](https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblAuth/BGBLA_2012_I_17/BGBLA_2012_I_17.pdf) [Abruf am 23.12.2019]
- Deeg, S. (2012). Gut vernetzt. Chancen für social media in der Freiwilligenarbeit. Grundlagen und Beispiele. In D. Rosenkranz & A. Weber (Hrsg.), *Freiwilligenarbeit. Einführung in das Management von Ehrenamtlichen in der Sozialen Arbeit* (2. Auflage, S. 98-106). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Gukenbiehl, H. L. (1998). Generation. In B. Schäfers (Hrsg.), *Grundbegriffe der Soziologie* (5. Auflage, S. 101-103). Opladen: Leske+Budrich.
- Halmdienst, N. (2019). Gesundheit 50+ - Erkenntnisse aus dem europäischen SHARE-Survey. In Amt der Oö. Landesregierung, Oö Zukunftsakademie (Hrsg.), *Die Baby-Boomer werden älter. Zukunftsperspektiven einer starken Generation* (S. 37-42). Linz: Amt der Oö. Landesregierung. Oö Zukunftsakademie. Online: [https://www.ooe-zukunftsakademie.at/Trendreport\\_Babyboomer.pdf](https://www.ooe-zukunftsakademie.at/Trendreport_Babyboomer.pdf) [Abruf am 15.07.2019]
- Heimgartner, A. & More-Hollerweger, E. (2009). Entwicklungen und Trends des freiwilligen Engagements. In NPO-Institut (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Österreich. 1. Freiwilligenbericht* (S. 176-186). Wien: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz. Online: [http://www.freiwilligenweb.at/sites/default/files/1.\\_freiwilligenbericht\\_2009\\_0.pdf](http://www.freiwilligenweb.at/sites/default/files/1._freiwilligenbericht_2009_0.pdf) [Abruf am 14.05.2019]
- Hofer, B. (2015). Gesellschaftlicher Zusammenhalt. In Public Opinion GmbH (Hrsg.), Bericht zur Lage und zu den Perspektiven des Freiwilligen Engagements in Österreich. 2. Freiwilligenbericht (S. 135-136). Wien: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz. Online: [https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/1/4/3/CH3434/CMS1451900458557/soziale-themen\\_freiwilliges-engagement\\_bericht-zur-lage-und-zu-den-perspektiven-des-freiwilligen-engagements-in-oesterreich.pdf](https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/1/4/3/CH3434/CMS1451900458557/soziale-themen_freiwilliges-engagement_bericht-zur-lage-und-zu-den-perspektiven-des-freiwilligen-engagements-in-oesterreich.pdf) [Abruf am 14.05.2019]
- Hofer, B. & Pass, C. (2015). Was ist Freiwilligenarbeit bzw. freiwilliges Engagement? In Public Opinion GmbH (Hrsg.), Bericht zur Lage und zu den Perspektiven des Freiwilligen

- Engagements in Österreich. 2. Freiwilligenbericht (S. 1-16). Wien: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz. Online: [https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/1/4/3/CH3434/CMS1451900458557/soziale-themen\\_freiwiliges-engagement\\_bericht-zur-lage-und-zu-den-perspektiven-des-freiwiligen-engagements-in-oesterreich.pdf](https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/1/4/3/CH3434/CMS1451900458557/soziale-themen_freiwiliges-engagement_bericht-zur-lage-und-zu-den-perspektiven-des-freiwiligen-engagements-in-oesterreich.pdf) [Abruf am 14.05.2019]
- Hoffmann, S. G. (2013). Freiwillige verabschieden, Engagement bescheinigen. In C. Reifenhäuser & O. Reifenhäuser (Hrsg.), *Praxishandbuch Freiwilligenmanagement* (S. 177-181). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Höpflinger, F. (03.02.2015). *Wandel des dritten Lebensalters. "Junge Alte" im Aufbruch*. Online: <http://www.hoepflinger.com/fhtop/DrittesLebensalter.pdf> [Abruf am 15.05.2019]
- IFES (2013). *Freiwilliges Engagement in Österreich. Bundesweite Bevölkerungsbefragung 2012*. Wien: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz. Online: [http://www.freiwillegenweb.at/sites/default/files/fwe\\_in\\_oe\\_-\\_bundesweite\\_bevoekehrungsbefragung\\_2012\\_0.pdf](http://www.freiwillegenweb.at/sites/default/files/fwe_in_oe_-_bundesweite_bevoekehrungsbefragung_2012_0.pdf) [Abruf am 18.05.2019]
- IFES (2016). *Freiwilligenengagement. Bevölkerungsbefragung 2016*. Wien: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz. Online: [http://www.freiwillegenweb.at/sites/default/files/Bericht%20Freiwillegenengagement%202016\\_0.pdf](http://www.freiwillegenweb.at/sites/default/files/Bericht%20Freiwillegenengagement%202016_0.pdf) [Abruf am 06.09.2019]
- Kegel, T. (2012). Perspektive Strategisches Freiwilligenmanagement. In D. Rosenkranz & A. Weber (Hrsg.), *Freiwilligenarbeit. Einführung in das Management von Ehrenamtlichen in der Sozialen Arbeit* (2. Auflage, S. 67-77). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Kim, J. & Pai, M. (2010). Volunteering and Trajectories of Depression. *Journal of Aging and Health*, 22(1), 84-105. <https://doi.org/10.1177/0898264309351310>
- Kolland, F. & Wanka, A. (2014). Die neue Lebensphase Alter. In H.-W. Wahl & A. Kruse (Hrsg.), *Lebensläufe im Wandel. Entwicklung über die Lebensspanne aus Sicht verschiedener Disziplinen* (S. 185-200). Stuttgart: W. Kohlhammer GmbH.
- Kolland, F., Wanka, A., Bischof, C. & Psihoda, S. (2015). *Von den Baby Boomern zur Generation Y. Tipps für erfolgreiches Generationenmanagement*. Wien: Wirtschaftskammer Wien. Online: <https://www.wko.at/service/w/netzwerke/Broschuere-BabyBoomer-28-09-17.pdf> [Abruf am 15.07.2019]
- Krell, W. (2012). Freiwilligen-Agenturen - Entwicklungsagenturen für bürgerschaftliches Engagement. In D. Rosenkranz & A. Weber (Hrsg.), *Freiwilligenarbeit. Einführung in das Management von Ehrenamtlichen in der Sozialen Arbeit* (2. Auflage, S. 78-89). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.

- Lesky, M. (2015). FreiwilligenkoordinatorInnen. In Wiener Plattform für FreiwilligenkoordinatorInnen (Hrsg.), *Perspektiven. Lebenslanges Lernen & freiwilligen Engagement* (S. 41-45). Wien: Wiener Plattform für FreiwilligenkoordinatorInnen. Online:  
[http://www.freiwilligenweb.at/sites/default/files/perspektiven\\_III\\_und\\_freiwilliges\\_engagement.\\_wien\\_2015.pdf](http://www.freiwilligenweb.at/sites/default/files/perspektiven_III_und_freiwilliges_engagement._wien_2015.pdf) [Abruf am 28.05.2019]
- Mannheim, K. (2017). Das Problem der Generation. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 69, 81-119. <https://doi.org/10.1007/s11577-017-0412-y>
- Maurer, S. (2018). Der Einfluss der früheren Erwerbstätigkeit auf freiwilliges Engagement im Ruhestand. In S. Scherger & C. Vogel (Hrsg.), *Arbeit im Alter. Zur Bedeutung bezahlter und unbezahlter Tätigkeiten in der Lebensphase Ruhestand* (S. 195-215). Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-18199-4>
- More-Hollerweger, E. (2015a). Politische Bedeutung von freiwilligem Engagement und Freiwilligenorganisationen. In Public Opinion GmbH (Hrsg.), Bericht zur Lage und zu den Perspektiven des Freiwilligen Engagements in Österreich. 2. Freiwilligenbericht (S. 149-152). Wien: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz. Online:  
[https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/1/4/3/CH3434/CMS1451900458557/soziale-themen\\_freiwilliges-engagement\\_bericht-zur-lage-und-zu-den-perspektiven-des-freiwilligen-engagements-in-oesterreich.pdf](https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/1/4/3/CH3434/CMS1451900458557/soziale-themen_freiwilliges-engagement_bericht-zur-lage-und-zu-den-perspektiven-des-freiwilligen-engagements-in-oesterreich.pdf) [Abruf am 14.05.2019]
- More-Hollerweger, E. (2015b). Soziale Bedeutung von freiwilligem Engagement und Freiwilligenorganisationen. In Public Opinion GmbH (Hrsg.), Bericht zur Lage und zu den Perspektiven des Freiwilligen Engagements in Österreich. 2. Freiwilligenbericht (S. 145-146). Wien: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz. Online:  
[https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/1/4/3/CH3434/CMS1451900458557/soziale-themen\\_freiwilliges-engagement\\_bericht-zur-lage-und-zu-den-perspektiven-des-freiwilligen-engagements-in-oesterreich.pdf](https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/1/4/3/CH3434/CMS1451900458557/soziale-themen_freiwilliges-engagement_bericht-zur-lage-und-zu-den-perspektiven-des-freiwilligen-engagements-in-oesterreich.pdf) [Abruf am 14.05.2019]
- More-Hollerweger, E. & Hora, K. (2014). *Rahmenbedingungen für freiwilliges Engagement in Österreich. Ergebnisse einer Organisationsbefragung*. Wien: Kompetenzzentrum für Nonprofit Organisationen und Social Entrepreneurship. Online:  
[https://www.wu.ac.at/fileadmin/wu/d/cc/npocompetence/09\\_NPO\\_Abgeschlossene\\_Projekte/rahmenbedingungen\\_fuer\\_freiwilliges\\_engagement\\_in\\_oesterreich.pdf](https://www.wu.ac.at/fileadmin/wu/d/cc/npocompetence/09_NPO_Abgeschlossene_Projekte/rahmenbedingungen_fuer_freiwilliges_engagement_in_oesterreich.pdf) [Abruf am 10.12.2019]
- More-Hollerweger, E. & Rameder, P. (2009). Freiwilliges Engagement und ältere Menschen. In NPO-Institut (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Österreich. 1. Freiwilligenbericht* (S. 120-136). Wien: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz.

Online:

[http://www.freiwilligenweb.at/sites/default/files/1.\\_freiwilligenbericht\\_2009\\_0.pdf](http://www.freiwilligenweb.at/sites/default/files/1._freiwilligenbericht_2009_0.pdf)

[Abruf am 14.05.2019]

- More-Hollerweger, E., Sprajcer, S. & Eder, E. (2009). Einführung - Definitionen und Abgrenzung von Freiwilligenarbeit. In NPO-Institut (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Österreich. 1. Freiwilligenbericht* (S. 1-17). Wien: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz. Online: [http://www.freiwilligenweb.at/sites/default/files/1.\\_freiwilligenbericht\\_2009\\_0.pdf](http://www.freiwilligenweb.at/sites/default/files/1._freiwilligenbericht_2009_0.pdf) [Abruf am 14.05.2019]
- Morrow-Howell, N., Hinterlong, J., Rozario, P. A. & Tang, F. (2003). Effects of Volunteering on the Well-Being of Older Adults. *Journal of Gerontology: SOCIAL SCIENCES*, 58B(3), 137-145.
- Oberbauer, M. & Strümpel, C. (2015). Rahmenbedingungen für freiwilliges Engagement. In Wiener Plattform für FreiwilligenkoordinatorInnen (Hrsg.), *Perspektiven. Lebenslanges Lernen & freiwilliges Engagement* (S. 46-58). Wien: Wiener Plattform für FreiwilligenkoordinatorInnen. Online: [http://www.freiwilligenweb.at/sites/default/files/perspektiven\\_III\\_und\\_freiwilliges\\_engagement.\\_wien\\_2015.pdf](http://www.freiwilligenweb.at/sites/default/files/perspektiven_III_und_freiwilliges_engagement._wien_2015.pdf) [Abruf am 28.05.2019]
- Okun, M. A., Yeung, E. W. & Brown, S. (2013). Volunteering by Older Adults and Risk of Mortality: A Meta-Analysis. *Psychology and Aging*, 28(2), 564-577. <https://doi.org/10.1037/a0031519>
- Pass, C. & Hofer, B. (2015). Gesundheitsfördernde Effekte des freiwilligen Engagements im Alter. In Public Opinion GmbH (Hrsg.), Bericht zur Lage und zu den Perspektiven des Freiwilligen Engagements in Österreich. 2. Freiwilligenbericht (S. 157-159). Wien: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz. Online: [https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/1/4/3/CH3434/CMS1451900458557/soziale-themen\\_freiwilliges-engagement\\_bericht-zur-lage-und-zu-den-perspektiven-des-freiwilligen-engagements-in-oesterreich.pdf](https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/1/4/3/CH3434/CMS1451900458557/soziale-themen_freiwilliges-engagement_bericht-zur-lage-und-zu-den-perspektiven-des-freiwilligen-engagements-in-oesterreich.pdf) [Abruf am 14.05.2019]
- Pass, C., Rammer, A. & Hofer, B. (2015). Bereiche des österreichischen Freiwilligensektors. In Public Opinion GmbH (Hrsg.), *Bericht zur Lage und zu den Perspektiven des Freiwilligen Engagements in Österreich. 2. Freiwilligenbericht* (S. 38-66). Wien: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz. Online: [https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/1/4/3/CH3434/CMS1451900458557/soziale-themen\\_freiwilliges-engagement\\_bericht-zur-lage-und-zu-den-perspektiven-des-freiwilligen-engagements-in-oesterreich.pdf](https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/1/4/3/CH3434/CMS1451900458557/soziale-themen_freiwilliges-engagement_bericht-zur-lage-und-zu-den-perspektiven-des-freiwilligen-engagements-in-oesterreich.pdf) [Abruf am 14.05.2019]
- Perrig-Chiello, P. & Höpflinger, F. (2009). *Die Babyboomer. Eine Generation revolutioniert das Alter*. Zürich: Verlag Neue Zürcher Zeitung.

- Piliavin, J. A. & Siegl, E. (2007). Health Benefits of Volunteering in the Wisconsin Longitudinal Study. *Journal of Health and Social Behavior*, 48(4), 450-464.
- Reifenhäuser, C. (2013a). Aufgabenprofile erstellen und Freiwillige gewinnen. In C. Reifenhäuser & O. Reifenhäuser (Hrsg.), *Praxishandbuch Freiwilligenmanagement* (S. 106-113). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Reifenhäuser, C. (2013b). Ehemalige binden. In C. Reifenhäuser & O. Reifenhäuser (Hrsg.), *Praxishandbuch Freiwilligenmanagement* (S. 182). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Reifenhäuser, C. (2013c). Engagementbereiche systematisch identifizieren. In C. Reifenhäuser & O. Reifenhäuser (Hrsg.), *Praxishandbuch Freiwilligenmanagement* (S. 102-105). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Reifenhäuser, C. (2013d). Erstgespräche führen, entscheiden, Vereinbarung treffen. In C. Reifenhäuser & O. Reifenhäuser (Hrsg.), *Praxishandbuch Freiwilligenmanagement* (S. 114-123). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Reifenhäuser, C. (2013e). Freiwillige einarbeiten und befähigen. In C. Reifenhäuser & O. Reifenhäuser (Hrsg.), *Praxishandbuch Freiwilligenmanagement* (S. 124-131). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Reifenhäuser, C. (2013f). Freiwillige führen, fördern, qualifizieren, begleiten und anerkennen. In C. Reifenhäuser & O. Reifenhäuser (Hrsg.), *Praxishandbuch Freiwilligenmanagement* (S. 132-160). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Reifenhäuser, O. (2013a). Freiwilligenmanagement. In C. Reifenhäuser & O. Reifenhäuser (Hrsg.), *Praxishandbuch Freiwilligenmanagement* (S. 14-17). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Reifenhäuser, O. (2013b). Freiwilligenmanagement evaluieren. In C. Reifenhäuser & O. Reifenhäuser (Hrsg.), *Praxishandbuch Freiwilligenmanagement* (S. 94-99). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Reifenhäuser, O. (2013c). Multiplikatoren benennen und qualifizieren. In C. Reifenhäuser & O. Reifenhäuser (Hrsg.), *Praxishandbuch Freiwilligenmanagement* (S. 34-40). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Reifenhäuser, O. (2013d). Öffentlichkeitsarbeit und Leitbild anpassen. In C. Reifenhäuser & O. Reifenhäuser (Hrsg.), *Praxishandbuch Freiwilligenmanagement* (S. 89-93). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Röbke, T. (2012). Freiwilligenmanagement zwischen Engagementpolitik und Praxis vor Ort. In D. Rosenkranz & A. Weber (Hrsg.), *Freiwilligenarbeit. Einführung in das Management von Ehrenamtlichen in der Sozialen Arbeit* (2. Auflage, S. 15-26). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.

- Şaka, B. (2018). Einfluss der Kohortenzugehörigkeit auf das ehrenamtliche Engagement im Alter ab 50 Jahren. In S. Scherger & C. Vogel (Hrsg.), *Arbeit im Alter. Zur Bedeutung bezahlter und unbezahlter Tätigkeiten in der Lebensphase Ruhestand* (S. 269-293). Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-18199-4>
- Schneider, F. (2015). Volkswirtschaftliche Überlegungen zum Wert des freiwilligen Engagements, der Non-Profit-Organisationen und der Sozialunternehmen. In Public Opinion GmbH (Hrsg.), *Bericht zur Lage und zu den Perspektiven des Freiwilligen Engagements in Österreich. 2. Freiwilligenbericht* (S. 136-138). Wien: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz. Online: [https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/1/4/3/CH3434/CMS1451900458557/soziale-themen\\_freiwiliges-engagement\\_bericht-zur-lage-und-zu-den-perspektiven-des-freiwilligen-engagements-in-oesterreich.pdf](https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/1/4/3/CH3434/CMS1451900458557/soziale-themen_freiwiliges-engagement_bericht-zur-lage-und-zu-den-perspektiven-des-freiwilligen-engagements-in-oesterreich.pdf) [Abruf am 14.05.2019]
- Simonson, J. & Vogel, C. (2018). Regionale und sozialstrukturelle Aspekte freiwilligen Engagements im Alter. In S. Scherger & C. Vogel (Hrsg.), *Arbeit im Alter. Zur Bedeutung bezahlter und unbezahlter Tätigkeiten in der Lebensphase Ruhestand* (S. 217-244). Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-18199-4>
- Statistik Austria (11.11.2015). *Körperliche Aktivität 2014*. Online: [https://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/menschen\\_und\\_gesellschaft/gesundheitsdeterminanten/koerperliche\\_aktivitaet/105605.html](https://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/gesundheitsdeterminanten/koerperliche_aktivitaet/105605.html) [Abruf am 25.11.2019]
- Statistik Austria (31.08.2018). *Demographische Indikatoren - erweiterte Zeitreihen ab 1961 für Österreich. Tabelle 2: Fertilitätsraten, Fertilitätsalter*. Online: [https://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/menschen\\_und\\_gesellschaft/bevoelkerung/demographische\\_indikatoren/index.html](https://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bevoelkerung/demographische_indikatoren/index.html) [Abruf am 15.07.2019]
- Statistik Austria (21.05.2019a). *Durchschnittliche Kinderzahl pro Frau seit 1951*. Online: [https://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/menschen\\_und\\_gesellschaft/bevoelkerung/geborene/index.html](https://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bevoelkerung/geborene/index.html) [Abruf am 15.07.2019]
- Statistik Austria (28.06.2019b). *Bildungsstand der Bevölkerung ab 15 Jahren 2017 nach Altersgruppen und Geschlecht*. Online: [https://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/menschen\\_und\\_gesellschaft/bildung/bildungsstand\\_der\\_bevoelkerung/121193.html](https://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bildung/bildungsstand_der_bevoelkerung/121193.html) [Abruf am 27.09.2019]
- Statistik Austria (25.10.2019c). *Internetnutzerinnen oder Internetnutzer 2002 bis 2019*. Online: [https://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/energie\\_umwelt\\_innovation\\_mobilitaet/informationsgesellschaft/ikt-einsatz\\_in\\_haushalten/053946.html](https://www.statistik.at/web_de/statistiken/energie_umwelt_innovation_mobilitaet/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/053946.html) [Abruf am 25.11.2019]
- Statistik Austria (25.10.2019d). *Online-Shopper 2019*. Online: [https://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/energie\\_umwelt\\_innovation\\_mobilitaet/informationsgesellschaft/ikt-einsatz\\_in\\_haushalten/022211.html](https://www.statistik.at/web_de/statistiken/energie_umwelt_innovation_mobilitaet/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/022211.html) [Abruf am 25.11.2019]

- Statistik Austria (25.10.2019e). *Online-Shopper, die ausgewählte Waren oder Dienstleistungen für private Zwecke über Internet bestellt haben, 2019*. Online: [https://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/energie\\_umwelt\\_innovation\\_mobilitaet/informationsgesellschaft/ikt-einsatz\\_in\\_haushalten/022212.html](https://www.statistik.at/web_de/statistiken/energie_umwelt_innovation_mobilitaet/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/022212.html) [Abruf am 25.11.2019]
- Statistik Austria (25.10.2019f). *Personen mit Internetnutzung für folgende private Zwecke 2019*. Online: [https://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/energie\\_umwelt\\_innovation\\_mobilitaet/informationsgesellschaft/ikt-einsatz\\_in\\_haushalten/024571.html](https://www.statistik.at/web_de/statistiken/energie_umwelt_innovation_mobilitaet/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/024571.html) [Abruf am 25.11.2019]
- Wanka, A. (2019). Die Baby-Boomer werden älter - Zeitdiagnose einer außergewöhnlichen Generation. In Amt der Oö. Landesregierung, Oö Zukunftsakademie (Hrsg.), *Die Baby-Boomer werden älter. Zukunftsperspektiven einer starken Generation* (S. 6-13). Linz: Amt der Oö. Landesregierung, Oö Zukunftsakademie. Online: [https://www.ooe-zukunftsakademie.at/Trendreport\\_Babyboomer.pdf](https://www.ooe-zukunftsakademie.at/Trendreport_Babyboomer.pdf) [Abruf am 15.07.2019]
- Wiener Plattform für FreiwilligenkoordinatorInnen (2013). *Funktionsprofile von Freiwilligen-ManagerInnen und -KoordinatorInnen*. Netzwerk Freiwilligenkoordination. Online: <http://freiwilligenkoordination.at/wp-content/uploads/delightful-downloads/2013/07/Funktionsprofile-extern.pdf> [Abruf am 23.12.2019]
- Zukunftsinstitut (2015). *Zukunftsmarkt Best Ager. Trends & Handlungsempfehlungen für Ihr Unternehmen* (4. Auflage). Wien: Wirtschaftskammer Österreich. Online: [https://www.wko.at/service/unternehmensfuehrung-finanzierung-foerderungen/Best\\_Ager\\_Web.pdf](https://www.wko.at/service/unternehmensfuehrung-finanzierung-foerderungen/Best_Ager_Web.pdf) [Abruf am 23.10.2019]

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Durchschnittliche Kinderzahl pro Frau seit 1951 in Österreich .....	5
Abbildung 2: Bildungsstand 2017 nach Altersgruppen und Geschlecht (in %) .....	6
Abbildung 3: Bereiche des österreichischen Freiwilligensektors .....	12
Abbildung 4: Beteiligungsquote am freiwilligen Engagement in Österreich (in %).....	15
Abbildung 5: Beteiligungsquote nach Alter (in %) .....	16
Abbildung 6: Beteiligungsquote nach Bildung (in %).....	16
Abbildung 7: Beteiligungsquote nach Haushaltseinkommen (in %) .....	17
Abbildung 8: Beteiligungsstruktur nach Geschlecht (in %).....	17
Abbildung 9: Gründe und Motive für das freiwillige Engagement (in %).....	18
Abbildung 10: Gründe gegen ein freiwilliges Engagement (in %).....	19
Abbildung 11: Das Freiwilligenmanagement-Modell .....	23
Abbildung 12: Engagementlandkarte.....	25
Abbildung 13: Das 5 A Modell zur Entwicklung von Engagementangeboten .....	26