



Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt  
Professur für Sozial- und Organisationspsychologie  
Prof. Dr. Elisabeth Kals (Leitung der wissenschaftlichen Studie)  
Kathrin Thiel (wissenschaftliche Mitarbeiterin)

## Ergebnisbericht zur bundesweiten Studie zum Freiwilligen Engagement bei Kolping

---

Eichstätt, Dezember 2015

Sehr geehrte Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Befragung,  
Sehr geehrte Verantwortliche,

zunächst möchten wir uns noch einmal herzlich bei allen, die diese Studie unterstützt haben, bedanken. Unser Dank gilt vor allem den Verantwortlichen, die die Verteilung des Links organisiert haben und den 873 Engagierten bei Kolping, die an der Befragung teilgenommen haben. Sie haben die Studie und diesen vorliegenden Bericht durch Ihr Engagement ermöglicht. Vielen Dank!

Im Folgenden berichten wir Ihnen die Ergebnisse dieser bundesweiten Studie zum Freiwilligen Engagement beim Kolpingwerk Deutschland, die von der Professur für Sozial- und Organisationspsychologie der Katholischen Universität Eichstätt- Ingolstadt durchgeführt wurde (Leitung Prof. Dr. Elisabeth Kals; wissenschaftliche Mitarbeiterin Kathrin Thiel). Dabei wurden freiwillig Engagierte des Kolpingwerkes Deutschland im gesamten Bundesgebiet befragt.

Im vorliegenden Bericht werden die Resultate der Befragung beim Kolpingwerk Deutschland vorgestellt. Dieser Bericht dient der internen Information und Rückmeldung und darf nicht ohne die ausdrückliche Zustimmung des Forschungsteams weiter publiziert oder zitiert werden.

## Ein paar grundsätzliche Hinweise zur Orientierung zu Beginn

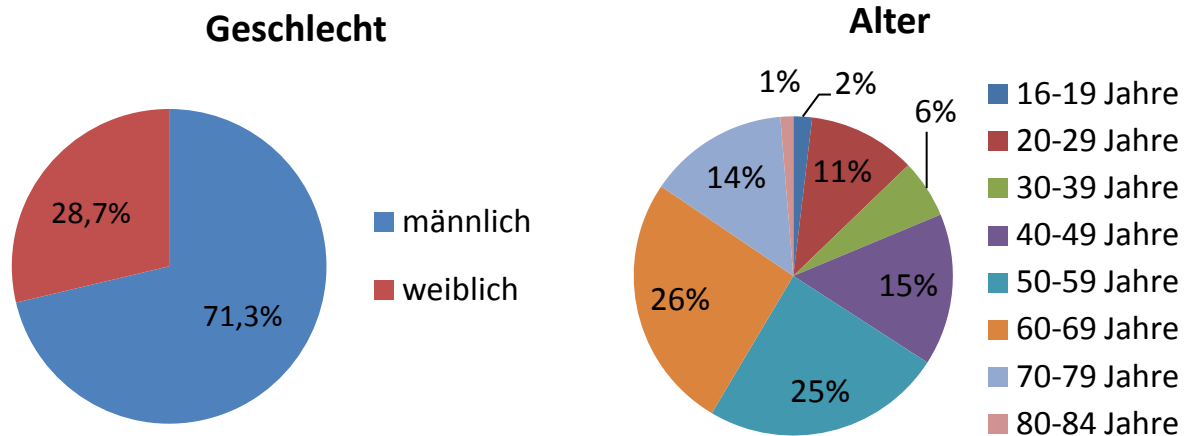
- Am Anfang des Fragebogens wurden die Teilnehmer darauf hingewiesen, dass es bei Kolping eine Vielzahl an unterschiedlichen Möglichkeiten und Formen gibt, sich auf verschiedenen Ebenen freiwillig zu engagieren und Verantwortung zu übernehmen. In der Befragung wurde daher einheitlich von „Engagement“ und „Engagierten“ „bei Kolping“ gesprochen, da sich die Befragung an alle Personen richtete, die sich bei Kolping freiwillig engagieren. Diese Formulierungen werden daher auch im Folgenden verwendet und umfassen dabei alle unterschiedlichen Formen an unbezahlt ausgeführten Tätigkeiten auf den verschiedenen Ebenen bei Kolping in Deutschland.
- Der Ihnen vorliegende Bericht enthält die Ergebnisse dieser Befragung. Zu Beginn eines jeden Themenblocks finden Sie jeweils eine kurze Erklärung, was unter den einzelnen Themenbereichen erfasst wurde; verdeutlicht wird dies jeweils durch eine Beispielfrage. Zudem wird genannt, auf welcher Skala die Engagierten Ihre Antworten abgaben.
- Außerdem enthält der Bericht neben Grafiken mit der Angabe von Häufigkeiten (Angaben in Prozent) auch Diagramme, in denen für jede Variable bzw. jeden Themenbereich der Mittelwert als Durchschnitt der Antworten aller teilnehmenden Engagierten angegeben ist. In den Diagrammen finden Sie auch die Standardabweichung, d.h. die Streubreite der Werte um den abgebildeten Mittelwert. Dieses Maß ermöglicht Ihnen, besser einzuschätzen, wie einheitlich die Befragten geantwortet haben.
- Unter den einzelnen Grafiken sind die angezeigten Werte jeweils kurz erklärt.
- Am Ende des Berichts werden weiterführende Auswertungen der Daten anhand ausgewählter Fragestellungen berichtet.
- Außerdem finden Sie dort Folgerungen für die Praxis sowie weitere Handlungsempfehlungen.
- Es wurden möglichst geschlechtsunspezifische Formulierungen gewählt. In Fällen, in denen dies die schwierig war, wird zur besseren Lesbarkeit nur die männlichen Personenbezeichnungen verwendet. Die weibliche Form ist dabei selbstverständlich mit eingeschlossen.

## Rücklauf und Auswertungen

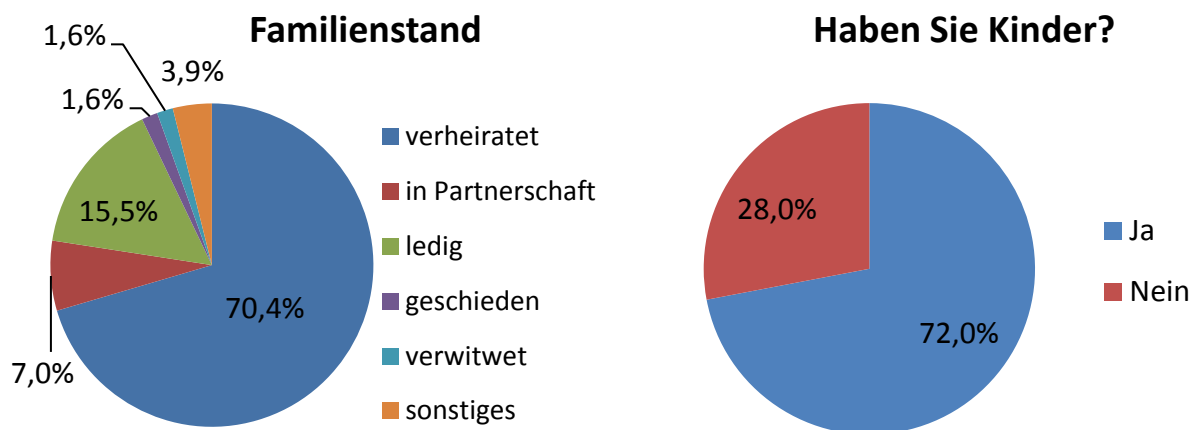
Der nachfolgende Bericht beruht auf Auswertungen, die an der Professur für Sozial- und Organisationspsychologie der Katholischen Universität Eichstätt- Ingolstadt vorgenommen wurden.

Die Daten wurden von Juli bis September 2015 mittels eines Onlinefragebogens erhoben. Bundesweit haben sich Engagierte bei Kolping aus allen Diözesen an der Umfrage beteiligt. **873 Fragebögen** wurden mindestens zur Hälfte ausgefüllt und konnten so in die Analysen einbezogen werden. Die im Folgenden dargestellten Auswertungen basieren auf den Aussagen dieser 873 Personen. Alle Ergebnisse sind anonymisiert.

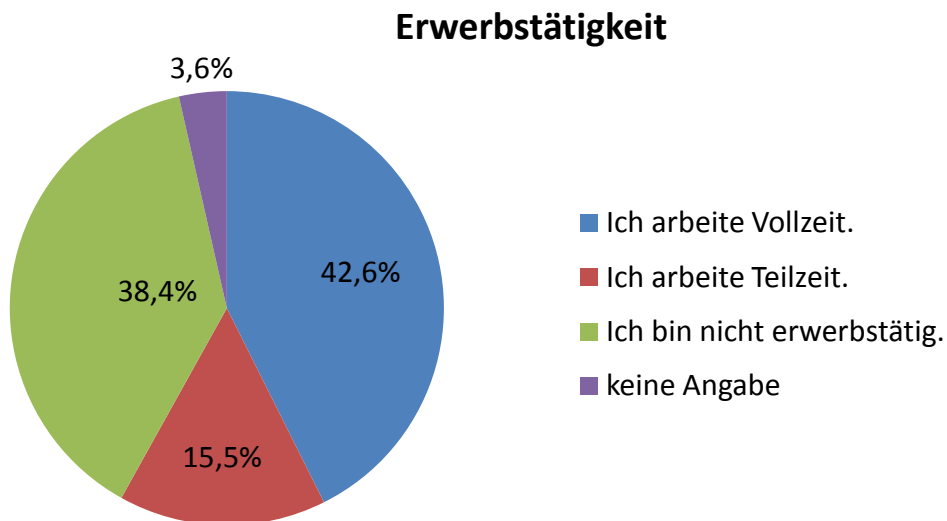
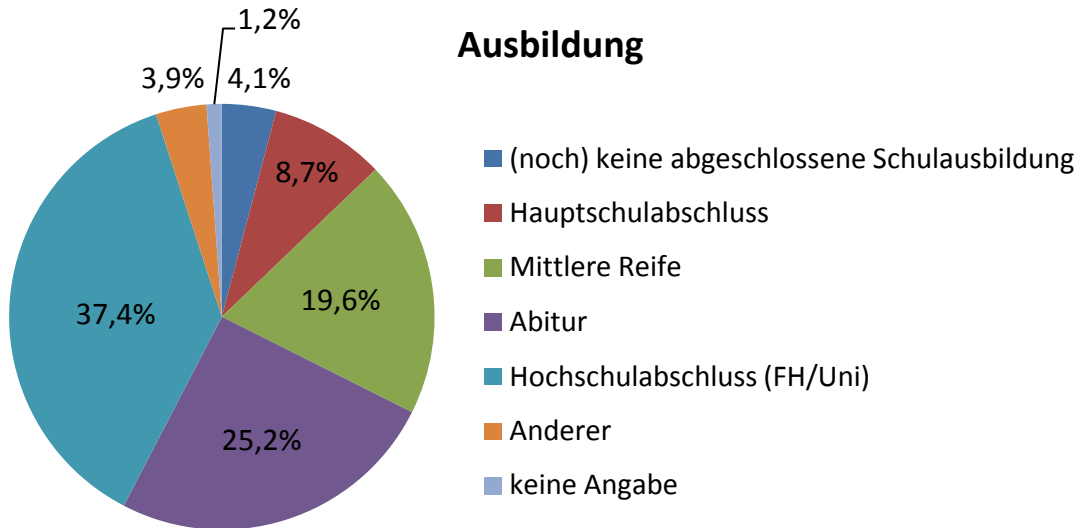
## Zusammensetzung der Stichprobe



Mit 71% männlichen Teilnehmern nahmen an der Studie deutlich mehr Männer als Frauen teil. Das Durchschnittsalter der Teilnehmer beträgt 53,46 Jahre.



Deutlich über die Hälfte der Befragten berichtete, verheiratet zu sein. Mit 72% gab die große Mehrheit der Personen an, Kinder zu haben.



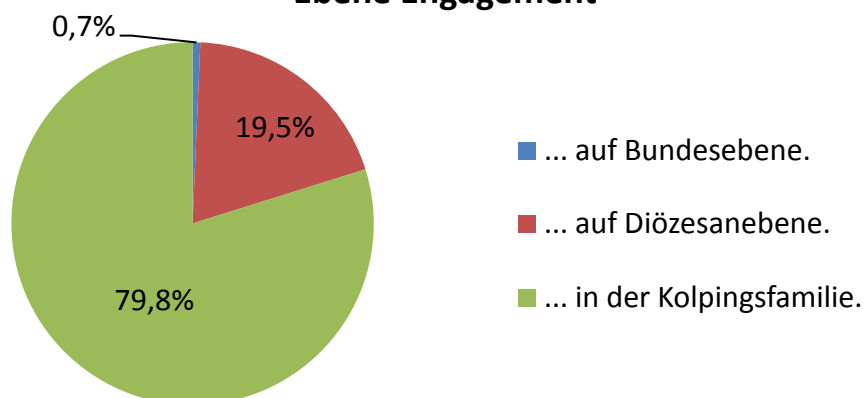
Gefragt nach ihrer Ausbildung, gab der größte Anteil an Personen an, ein Hochschulstudium abgeschlossen zu haben, gefolgt von Personen mit Abitur und Mittlerer Reife. Hinsichtlich der aktuellen Erwerbstätigkeit zeigt sich, dass knapp die Hälfte der Befragten (43%) vollzeitlich berufstätig ist, gefolgt von 38% nicht erwerbstätigen Personen.

### Das Freiwillige Engagement beim Kolpingwerk Deutschland

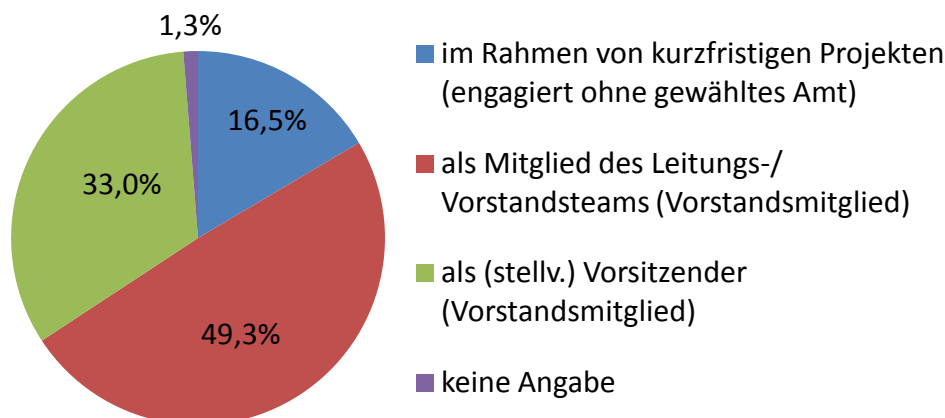
Der durchschnittliche zeitliche Aufwand der Engagierten für ihr Engagement liegt bei **16,96 Stunden im Monat**.

Die teilnehmenden Personen sind auf unterschiedlichen und teilweise mehreren Ebenen bei Kolping aktiv. Die folgende Graphik zeigt die Antworten auf die Frage nach dem für die Engagierten im Moment wichtigsten Engagement.

## Ebene Engagement



## Funktion



Der Großteil an Befragten gab an, dass ihnen das aktuelle Engagement in der Kolpingsfamilie am wichtigsten ist. Im Anschluss an diese Frage wurden die Engagierten gebeten, alle folgenden Fragen angesichts ihrer Erfahrungen in diesem Engagement zu beantworten.

Gefragt danach, in welcher Funktion sie ihr Engagement bei Kolping ausführen, gab die Hälfte der Studienteilnehmer an, sich als Vorstandsmitglied im Rahmen eines Vorstandsteams zu engagieren. Die zweitgrößte Gruppe bilden die (stellv.) Vorsitzenden, gefolgt von Engagierten ohne gewähltes Amt.

Die Frage, ob sie noch weitere Engagements neben dem bei Kolping ausführen, beantworteten die Teilnehmer im Mittel mit 4,45 auf einer Skala von 1 (*trifft überhaupt nicht zu*) bis 6 (*trifft voll zu*).

## Ergebnisse

Es folgt nun die Darstellung der zentralen Ergebnisse der durchgeführten Studie. In den Abbildungen sind die Mittelwerte der Skalen zu sehen. Der ebenfalls dort zu sehende senkrechte Balken markiert jeweils +/- eine Standardabweichung.

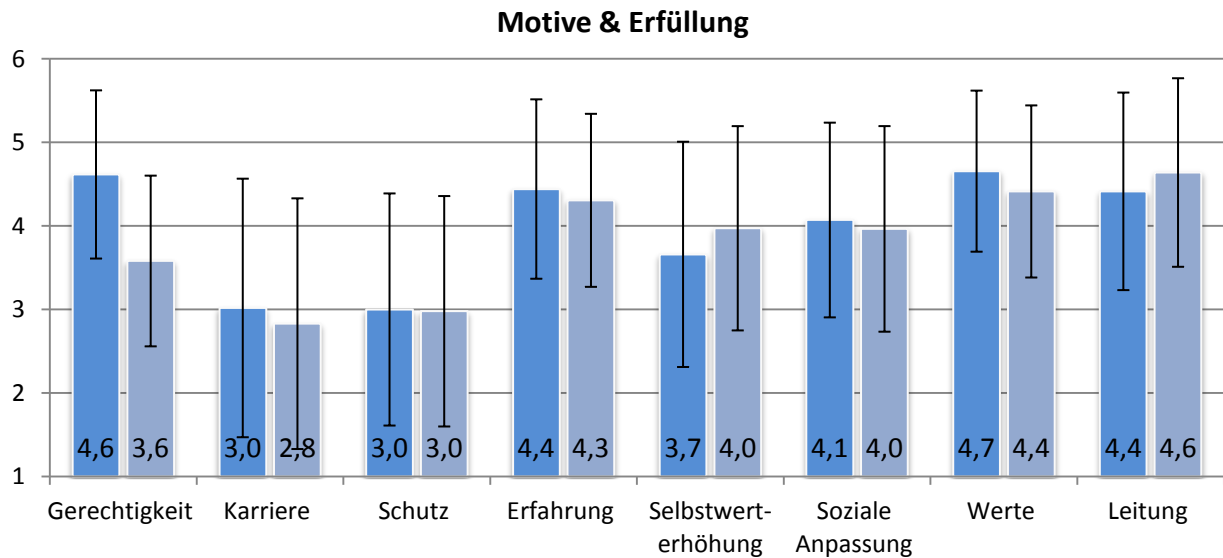
## Motive für das Freiwillige Engagement

Engagierte gehen ihrer Tätigkeit aufgrund verschiedener individueller Motive nach. In dieser Studie wurden acht solcher möglichen Motive für freiwilliges Engagement erhoben. Für alle Motive gaben die Teilnehmer zunächst auf einer Skala von 1 (*überhaupt nicht wichtig*) bis 6 (*sehr wichtig*) an, wie wichtig die Motive für sie persönlich sind.

<b>Gerechtigkeit</b>	Durch das Engagement soll soziale Gerechtigkeit gefördert werden. Beispielitem: „ <i>Das Engagement erlaubt es mir, Chancengleichheit zu fördern.</i> “
<b>Karriere</b>	Durch das Engagement sollen neue Fertigkeiten erworben, Arbeitskontakte geknüpft und die eigenen Berufschancen verbessert werden. Beispielitem: „ <i>Das Engagement kann mir helfen, in meinem Beruf erfolgreich zu sein.</i> “
<b>Schutz</b>	Mittels des Engagements sollen Schuldgefühle hinsichtlich der Benachteiligung anderer vermieden und/oder eigene Probleme verarbeitet werden. Beispielitem: „ <i>Das Engagement lenkt mich von meinen Sorgen ab.</i> “
<b>Erfahrung</b>	Mit dem Engagement sollen Erfahrungen über andere Menschen und Situationen gesammelt oder eine Erweiterung der eigenen Fähigkeiten erreicht werden. Beispielitem: „ <i>Das Engagement ermöglicht mir, Dinge durch praktische Erfahrung zu lernen.</i> “
<b>Selbstwert- erhöhung</b>	Durch das Engagement wird eine Verbesserung des Selbstwertgefühls und des persönlichen Wachstums angestrebt. Beispielitem: „ <i>Das Engagement steigert mein Selbstwertgefühl.</i> “
<b>Soziale Anpassung</b>	Das Engagement hilft der Person, sich in relevante Bezugsgruppen einzufügen, indem sie sich auf eine Art und Weise verhält, die von anderen als wichtig erachtet und erwartet wird. Beispielitem: „ <i>Das Engagement ist für Menschen aus meinem engsten Bekanntenkreis eine wichtige Tätigkeit.</i> “
<b>Werte</b>	Mit dem Engagement sollen persönliche Werte ausgedrückt werden. Beispielitem: „ <i>Ich bin besorgt um die Menschen, für die ich das Engagement leiste.</i> “
<b>Leitung</b>	Mittels des Engagements wird die Möglichkeit angestrebt, Entscheidungen zu treffen und Verantwortung zu übernehmen. Beispielitem: „ <i>Das Engagement ermöglicht mir, Leitungsverantwortung zu übernehmen.</i> “

Wie beschrieben, gaben die Engagierten im Hinblick auf Motive, d.h. Gründen, weshalb sie sich bei Kolping engagieren zunächst an, wie wichtig die jeweiligen Motive für sie persönlich sind (Skala: 1 (*überhaupt nicht wichtig*) bis 6 (*sehr wichtig*)). Danach beurteilten sie - erneut auf einer Skala von 1 (*trifft überhaupt nicht zu*) bis 6 (*trifft voll zu*) - inwieweit diese Motive durch ihr Engagement erfüllt werden.

Die folgende Graphik zeigt die Werte sowohl für die Wichtigkeit der Motive (dunkelblauer Balken jeweils links) sowie deren wahrgenommene Erfüllung (hellblauer Balken jeweils rechts).



Die Engagierten bewerten vor allem die Motive Werte, Gerechtigkeit, Leitung, Erfahrung und Soziale Anpassung als wichtig. Selbstwerterhöhung wird als eher wichtig berichtet. Die Motive Karriere und Schutz sind für die Engagierten eher nicht wichtig.

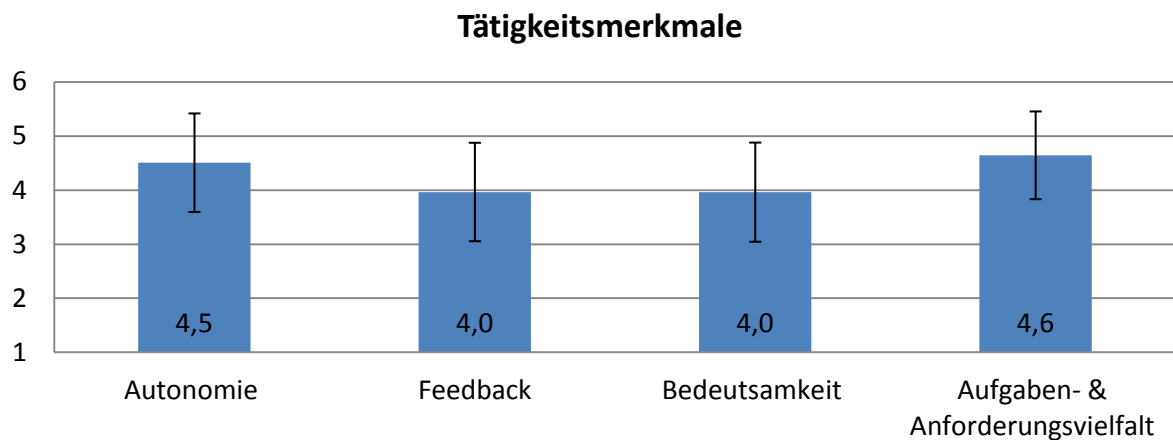
Betrachtet man die Antworten zur Erfüllung der Motive, so zeigt sich, dass die Engagierten besonders die Motive Leitung, Werte, Erfahrung, Selbstwerterhöhung und Soziale Anpassung als durch ihr Engagement erfüllt betrachten. Die Erfüllung der Gerechtigkeitsfunktion wird mit mittlerer Ausprägung angegeben. Die Karrierefunktion und die der Schutzfunktion liegen als einzige Motive unter dem Skalenmittelwert und werden damit als durch das Engagement weniger erfüllt berichtet.

## Tätigkeitsmerkmale

Mit den Tätigkeitsmerkmalen wird erhoben, wie die jeweilige Tätigkeit bzw. Aufgabe hinsichtlich unterschiedlicher Gesichtspunkte wahrgenommen wird. Alle Tätigkeitsmerkmale wurden auf einer Skala von 1 (*trifft überhaupt nicht zu*) bis 6 (*trifft voll zu*) gemessen.

<b>Autonomie</b>	Wahrgenommene Unabhängigkeit und Freiheit bei der Ausführung der Tätigkeit. Beispielitem: „ <i>Ich kann bei meiner Tätigkeit viele Entscheidungen selbstständig treffen.</i> “
<b>Feedback durch die Aufgabe</b>	Ausmaß an direkter Rückmeldung über die Qualität ihrer Arbeit der Engagierten. Beispielitem: „ <i>Durch meine Tätigkeit selbst erhalte ich automatisch Rückmeldung über meine Leistung.</i> “
<b>Bedeutsamkeit</b>	Wahrgenommener Einfluss des Engagements auf das Leben anderer Menschen. Beispielitem: „ <i>Meine Tätigkeit wirkt sich bedeutsam auf das Leben anderer Menschen aus.</i> “
<b>Aufgaben- und Anforderungsvielfalt</b>	Wahrgenommene Vielfalt an anfallenden Aufgaben und dafür benötigten Kompetenzen im Engagement.

Beispielitem: „Bei meiner Tätigkeit übernehme ich eine Vielfalt von Aufgaben.“



Befragt zu Ihrer Tätigkeit bei Kolping, berichten die Engagierten eine überdurchschnittlich hohe Ausprägung für alle erfragten Merkmale. Am stärksten ist die Aufgaben- und Anforderungsvielfalt bei der Tätigkeit ausgeprägt. Aber auch die wahrgenommene Autonomie, d.h. beispielsweise die Möglichkeit, selbst Entscheidungen zu treffen, das Feedback, das die Engagierten durch ihre Tätigkeit bekommen sowie die Bedeutsamkeit der Aufgabe für andere Personen werden als überdurchschnittlich hoch bewertet.

## Organisationale Merkmale

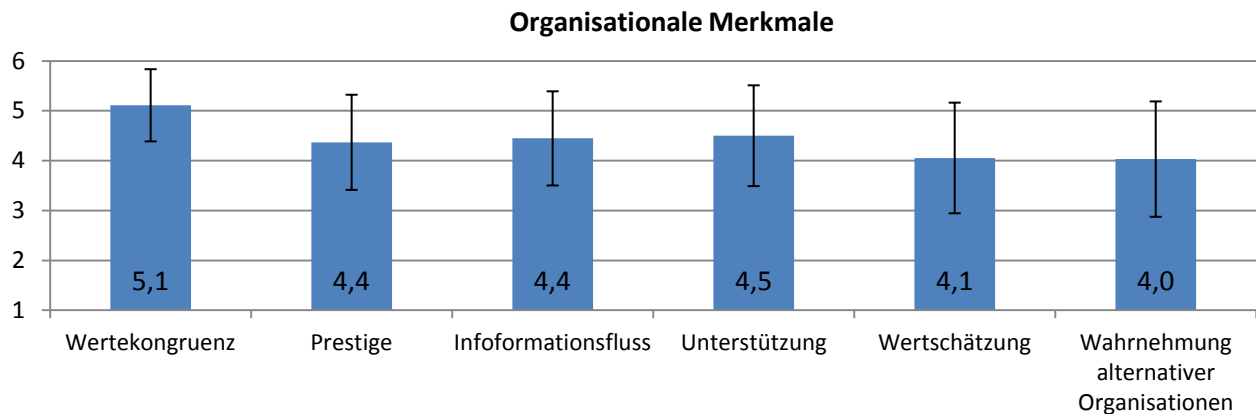
Organisationale Merkmale beschreiben, wie die Engagierten die Rahmenbedingungen, die sie in der Organisation vorfinden, wahrnehmen. Sie wurden auf einer Skala von 1 (*trifft überhaupt nicht zu*) bis 6 (*trifft voll zu*) erhoben.

<b>Wertekongruenz</b>	Wahrgenommene Übereinstimmung von eigenen Wertvorstellungen und Werten, die bei Kolping wichtig sind. Beispielitem: „Die Werte, für die Kolping steht, sind mir persönlich sehr wichtig.“
<b>Prestige</b>	Wahrgenommenes Ansehen von Kolping in der allgemeinen Gesellschaft (durch die Engagierten). Beispielitem: „Kolping hat einen guten Ruf in der Bevölkerung.“
<b>Informationsfluss</b>	Wahrgenommenes Ausmaß an Informationen, das den Engagierten durch Kolping zur Verfügung gestellt wird. Beispielitem: „Ich bekomme ausreichende Informationen über Dinge, die mein Engagement betreffen.“
<b>Unterstützung</b>	Wahrgenommene Unterstützung durch Kolping. Beispielitem: „Kolping unterstützt mich bei meinem Engagement (z.B. Weiterbildung, Erfahrungsaustausch).“
<b>Wertschätzung</b>	Wahrgenommene Wertschätzung (der Engagierten) durch Kolping. Beispielitem: „Kolping drückt seine Wertschätzung den Engagierten gegenüber regelmäßig aus.“
<b>Wahrnehmung von</b>	Wahrgenommene Einzigartigkeit Kolpings als Organisation für die



**alternativen Organisationen**

Ausführung des Engagements.  
Beispielitem: „Es gibt auch andere Organisationen, bei denen ich das gleiche Engagement ausführen könnte.“



Gefragt nach den organisationalen Merkmalen zeigt sich, dass die Engagierten fast alle Merkmale als zutreffend für die Organisation Kolpingwerk angeben. Die Wertekongruenz weist die größte Ausprägung auf, d.h. die Engagierten nehmen in starkem Ausmaß eine Übereinstimmung zwischen ihren persönlichen Werten und den Werten des Kolpingwerkes wahr. Außerdem fühlen sich die Engagierten gut in ihrem Engagement unterstützt, nehmen ein hohes Prestige des Kolpingwerkes in der Bevölkerung wahr, fühlen sich gut informiert und schätzen die Wertschätzung durch die Organisation als eher hoch ausgeprägt ein. Hinsichtlich der Wahrnehmung von alternativen Organisationen geben die Befragten in hohem Maße an, dass sie auch andere Organisationen kennen, in denen sie das gleiche Engagement leisten könnten. Die deutet auf eine Wettbewerbssituation um Engagierte hin, in der Kolping mit anderen Organisationen steht.

### Wahrgenommene organisationale Gerechtigkeit

Organisationale Gerechtigkeit beschreibt die von den Engagierten wahrgenommene Gerechtigkeit innerhalb der Organisation. Sie unterteilt sich in vier Dimensionen und wurde auf einer Skala von 1 (*überhaupt nicht*) bis 6 (*in sehr großem Ausmaß*) gemessen.

- Verteilungsgerechtigkeit** Wahrgenommene Beurteilung der Gerechtigkeit bei der Verteilung von Ressourcen bei Kolping.  
Beispielitem: „In welchem Ausmaß werden insgesamt gesehen Belohnungen im Rahmen Ihres Engagements gerecht verteilt?“
- Verfahrensgerechtigkeit** Wahrgenommene Gerechtigkeit bei Entscheidungsprozessen in der Organisation.  
Beispielitem: „In welchem Ausmaß sind insgesamt gesehen die Prozesse bei Entscheidungen gerecht?“
- Informationale Gerechtigkeit** Wahrgenommenes Informationsverhalten bei Kolping; werden etwa alle relevanten Informationen rechtzeitig mitgeteilt.  
Beispielitem: „In welchem Ausmaß erhalten Sie wichtige

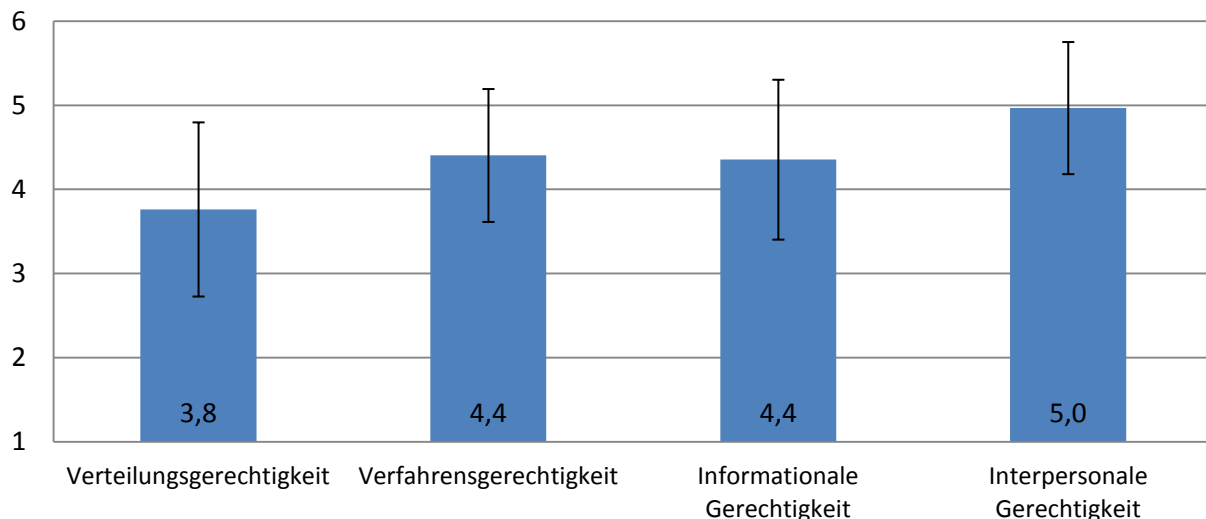
## Interpersonale Gerechtigkeit

*Informationen zeitnah?“*

Wahrnehmung eines respektvollen Umgangs miteinander bei Kolping.

Beispielitem: „*In welchem Ausmaß begegnet man Ihnen mit Wertschätzung und Respekt?“*

### Wahrgenommene organisationale Gerechtigkeit



Die Bewertung der organisationalen Gerechtigkeit zeigt, dass die Engagierten alle vier erhobenen Gerechtigkeitsdimensionen als über dem Skalenmittelwert ausgeprägt beurteilen. Dabei steigt das wahrgenommene Ausmaß an Gerechtigkeit von Ressourcenverteilungen im Engagement über die wahrgenommene Gerechtigkeit bei Entscheidungsprozessen bis hin zur wahrgenommenen Gerechtigkeit im Informationsverhalten an. Als am höchsten ausgeprägt erweist sich die Interpersonale Gerechtigkeit, d.h. der wahrgenommene respektvolle Umgang miteinander. Dies steht in Einklang mit den Zielen und der Ausrichtung von Kolping.

## Konfliktliche Situationen im Engagement

Im Vorfeld der Befragung wurden mit Engagierten unterschiedlicher Diözesen im Kolpingwerk Interviews durchgeführt. Die Auswertung dieser Daten ergab 23 Gründe, die als wesentliche Ursachen für Konflikte im Engagement wahrgenommen werden. Die Teilnehmer der Befragung wurden gebeten, diese Ursachen im Hinblick auf drei Fragestellungen zu bewerten:

- Wahrgenommenes Auftreten dieser Situationen bei Kolping,
- Erlebter Ärger beim Auftreten der Situationen und
- Wahrgenommene Belastung durch die Situationen.

Die Auswertungen zeigen, dass sich die 23 Konfliktursachen für jede der drei Fragestellungen zu drei Faktoren gruppieren (jeweils gemessen von 1 (*trifft überhaupt nicht zu*) bis 6 (*trifft voll zu*)).

### Umgang miteinander

Erfassung konflikthafter Situationen die Beziehungsthemen umfassen, wie den persönlichen Umgang miteinander.

Beispielitems:

„... eine wenig respektvolle Behandlung.“

„... wenig Verständnis und Akzeptanz für andere Meinungen und Ansichten.“

„..., dass Erfahrungen und Meinungen der Engagierten wenig gehört und berücksichtigt werden.“

### Ausführung von Tätigkeiten

Erfassung konflikthafter Situationen, die Sachthemen betreffen, d.h. die Ansichten über die Ausführung von Tätigkeiten sowie Entscheidungen.

Beispielitems:

„... unterschiedliche Ansichten über die Ausführung von Tätigkeiten.“

„... unterschiedliche Interessen und Prioritäten.“

„... verschiedene Ansichten im Hinblick auf den Umgang mit finanziellen Mitteln.“

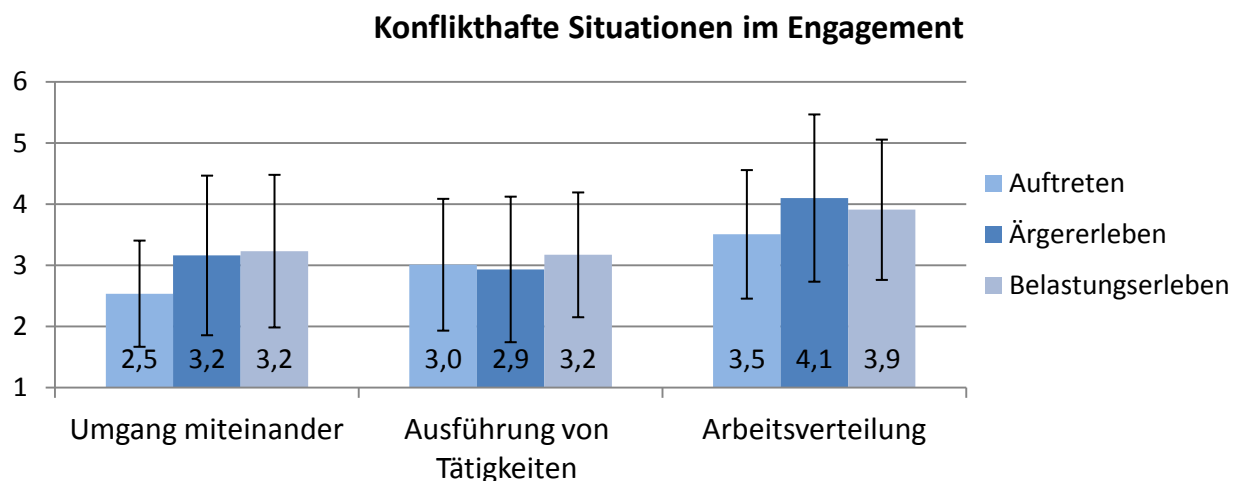
### Arbeitsverteilung

Erfassung konflikthafter Situationen, die die Aufteilung der Arbeit betreffen, d.h. die Arbeitsverteilung und damit verbundene Übernahme von Verantwortung.

Beispielitems:

„... ungerechte Verteilung der Arbeit.“

„... geringe Bereitschaft zur Verantwortungsübernahme.“



Insgesamt zeigen die Befunde, dass sich die Engagierten im Rahmen ihres Engagements bei Kolping am wenigsten mit konflikthafter Situationen konfrontiert sehen, die den Umgang miteinander betreffen. Das Auftreten von Konflikten die Ausführung von Tätigkeiten und die Arbeitsverteilung betreffend werden im eher geringen Bereich angegeben.

Bezüglich der Frage nach dem Ärgererleben zeigt sich, dass Konflikte, die ihre Ursache in der Ausführung von Tätigkeiten haben oder den Umgang miteinander betreffen, unter dem Skalenmittelwert angegeben werden, während Situationen die die Arbeitsverteilung betreffen, als deutlich stärker ärgerlich berichtet werden.

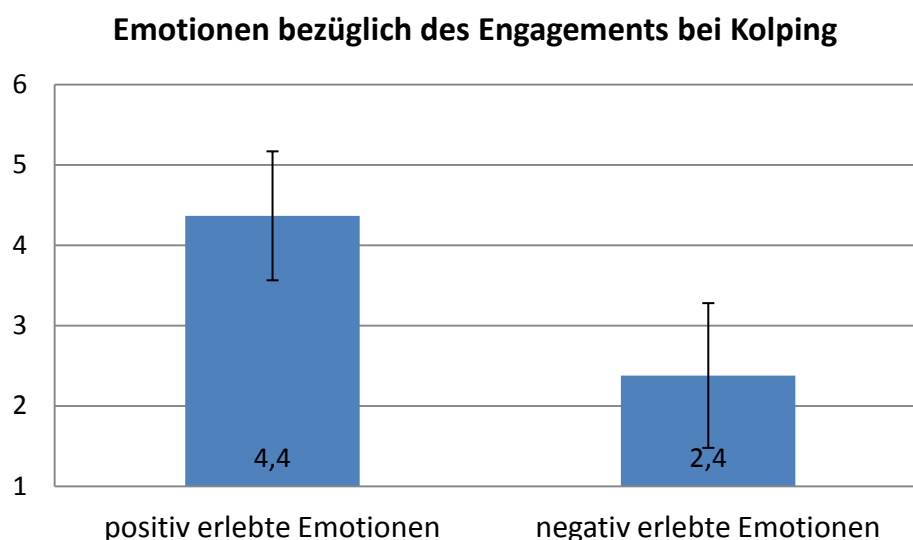
Das Belastungserleben wird lediglich für die Arbeitsverteilung über dem Mittelwert angegeben.

Solche Konflikte werden damit als am stärksten belastend erlebt. Konflikthafte Situationen die den Umgang miteinander, oder auch die Ausführung von Tätigkeiten betreffen werden demgegenüber als eher weniger belastend erlebt.

## Emotionen bezüglich des Engagements bei Kolping

Das Erleben von bestimmten Gefühlen bei der Ausführung des Engagements bei Kolping wurde auf einer Skala von 1 (*überhaupt nicht*) bis 6 (*in sehr großem Ausmaß*) erhoben.

<b>positiv erlebte Emotionen</b>	Gefühle, die Engagierte in ihrem Engagement empfinden und die als positiv erlebt werden. Beispielsweise <i>Freude, Begeisterung, Zufriedenheit</i> .
<b>negativ erlebte Emotionen</b>	Gefühle, die Engagierte in ihrem Engagement empfinden und die als negativ erlebt werden. Beispielsweise <i>Enttäuschung, Ärger, Frust</i> .



Befragt nach den Emotionen, welche Engagierte bei ihrem Engagement empfinden, werden positiv erlebte Emotionen deutlich überdurchschnittlich berichtet, während negativ erlebte Emotionen unter dem Skalenmittelwert liegen und damit von den Engagierten im Durchschnitt verneint werden.

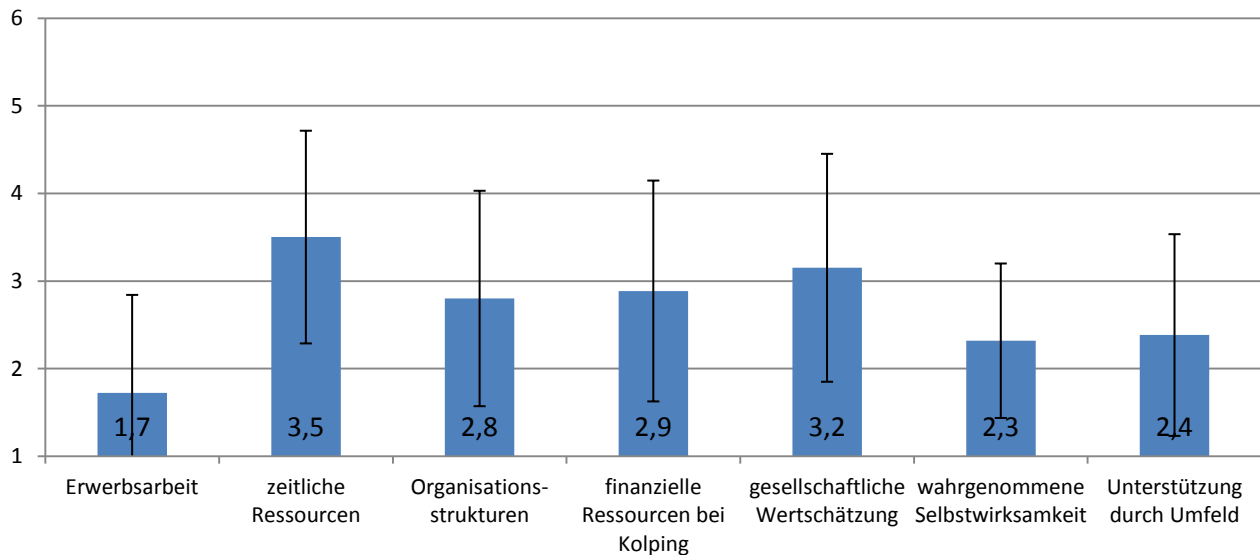
## Barrieren für die Ausübung von Engagement

Es gibt Gründe, deren Vorliegen oder auch Fehlen eine Ausübung von Engagement erschweren kann. Verschiedene solcher potentiellen Gründe wurden auf einer Skala von 1 (*trifft überhaupt nicht zu*) bis 6 (*trifft voll zu*) erhoben.

<b>Erwerbsarbeit</b>	Wahrgenommene Hürden durch die Erwerbsarbeit für das Engagement. Beispielitem: „ <i>Durch meinen Arbeitgeber werden mir Hürden für mein Engagement in den Weg gelegt.</i> “
----------------------	--

<b>zeitliche Ressourcen</b>	Wahrgenommenes Fehlen eigener zeitlicher Ressourcen. Beispielitem: „Aufgrund von beruflichen und privaten Verpflichtungen bleibt mir nur wenig Zeit für mein Engagement.“
<b>Organisationsstrukturen</b>	Erleben der Organisationsstruktur bei Kolping als bürokratisch und hierarchisch. Beispielitem: „Bei Kolping wird man mit starren Organisationsstrukturen und Hierarchien konfrontiert.“
<b>finanzielle Ressourcen bei Kolping</b>	Wahrgenommene fehlende Bereitstellung finanzieller Mittel durch Kolping. Beispielitem: „Kolping stellt zu wenige finanzielle Mittel bereit.“
<b>gesellschaftliche Wertschätzung</b>	Wahrnehmung fehlender gesellschaftlicher Anerkennung für die Ausübung von Engagement. Beispielitem: „Die Wertschätzung für mein Engagement ist in der Gesellschaft nur gering ausgeprägt.“
<b>wahrgenommene Selbstwirksamkeit</b>	Mangelnde Zuversicht und Selbstsicherheit der Engagierten, sich freiwillig engagieren zu können. Beispielitem: „In meinem Engagement gibt es immer wieder Hindernisse, die ich nur schwer überwinden kann.“
<b>Unterstützung durch das Umfeld</b>	Fehlende Unterstützung des Engagements durch das engere Umfeld. Beispielitem: „Von meinem privaten Umfeld bekomme ich wenig Unterstützung für mein Engagement.“

**Barrieren für die Ausübung von Engagement**

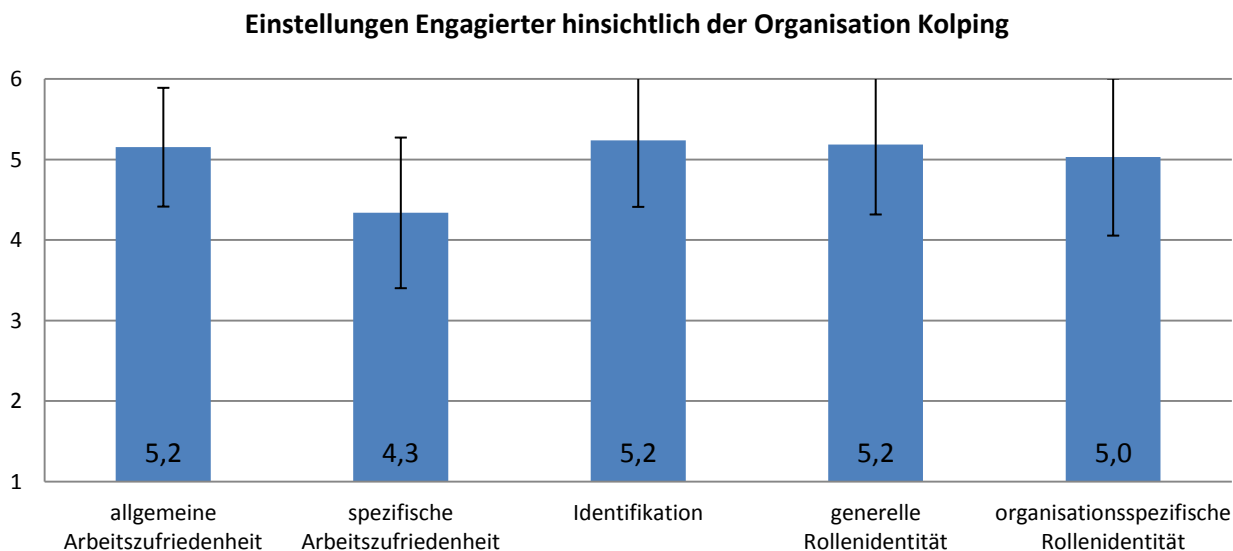


Betrachtet man unterschiedliche Barrieren für die Ausübung von Engagement, so zeigt sich, dass fehlende zeitliche Ressourcen für die Engagierten die größte Barriere für ihr Engagement darstellen, gefolgt von dem Fehlen gesellschaftlicher Wertschätzung für das Engagement. Diese beiden Skalen sind nahe bzw. unter dem Skalenmittelwert ausgeprägt. Alle weiteren Skalen liegen hingegen deutlich unter dem Skalenmittelwert und sind für die Engagierten von geringerer Bedeutung. Als besonders wenig zutreffend geben die Befragten an, dass ihnen Hürden durch die Erwerbsarbeit in den Weg gelegt werden. Die weiteren Barrieren werden im mittleren Bereich angegeben.

## Einstellungen Engagierter hinsichtlich der Organisation Kolping

Es wurden außerdem Einstellungsmaße erhoben, die das Befinden der Engagierten innerhalb der Organisation Kolping erfassen. Alle Einstellungsmaße wurden auf einer Skala von 1 (*trifft überhaupt nicht zu*) bis 6 (*trifft voll zu*) gemessen.

<b>allgemeine Arbeitszufriedenheit</b>	Allgemeine Arbeitszufriedenheit der Engagierten bei ihrem Engagement bei Kolping. Beispielitem: <i>„Alles in allem bin ich mit meinem Engagement bei Kolping sehr zufrieden.“</i>
<b>spezifische Arbeitszufriedenheit</b>	Erlebte Zufriedenheit mit spezifischen Faktoren, beispielsweise mit dem Informationsfluss, der Wertschätzung und Anerkennung oder auch dem Ausmaß an Unterstützung beim Engagement. Beispielitem: <i>„Mit dem Informationsfluss und der Kommunikation bei Kolping bin ich sehr zufrieden.“</i>
<b>Identifikation</b>	Erlebte Verbundenheit mit Kolping. Beispielitem: <i>„Ich fühle mich mit Kolping sehr verbunden.“</i>
<b>generelle Rollenidentität</b>	Wahrnehmung der eigenen Person als Engagierter im Allgemeinen. Beispielitem: <i>„Freiwillig engagiert zu sein, ist ein wichtiger Teil von mir.“</i>
<b>organisationsspezifische Rollenidentität</b>	Wahrnehmung der eigenen Person als Engagierter bei Kolping. Beispielitem: <i>„Bei Kolping freiwillig engagiert zu sein, ist ein wichtiger Teil von mir.“</i>



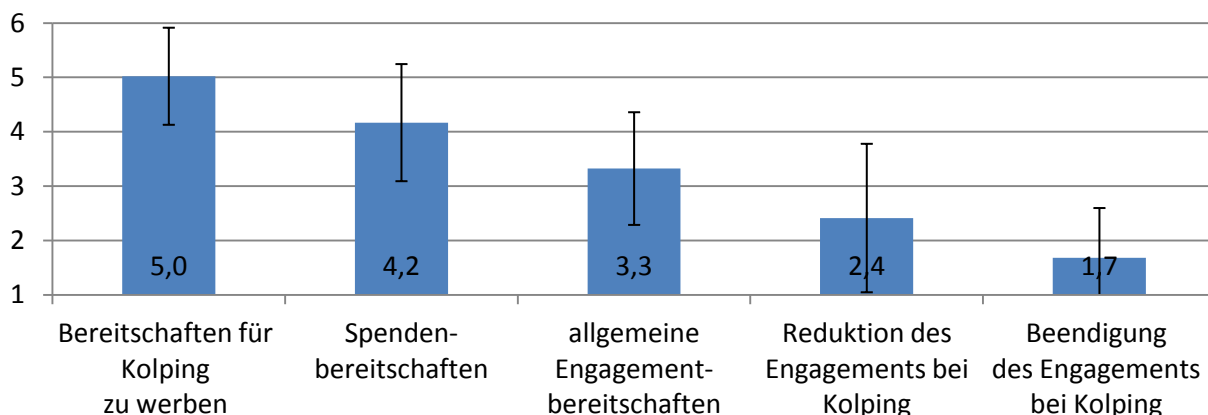
Sowohl die allgemeine Arbeitszufriedenheit als auch die Zufriedenheit mit spezifischen Aspekten im Engagement sind hoch ausgeprägt. Gleiches gilt auch für die Identifikation mit der Organisation Kolping. Befragt danach, inwieweit es für die Engagierten wichtig ist, „ein Engagierter“ allgemein, bzw. „ein Engagierter bei Kolping“ im Spezifischen zu sein, ergeben sich für beide Skalen hohe Ausprägungen, die deutlich über dem Skalenmittelwert liegen.

## Zukünftige Absichten Engagierter

Es bestehen unterschiedliche Möglichkeiten, sich in der Zukunft für Kolping auf verschiedenen Ebenen zu engagieren, das Engagement zu beenden oder sich für eine andere Organisation zu engagieren. Unterschiedliche Absichten und Engagementbereitschaften wurden jeweils auf einer Skala von 1 (*trifft überhaupt nicht zu*) bis 6 (*trifft voll zu*) eingeschätzt.

<b>Bereitschaften, für Kolping zu werben</b>	Bereitschaften, für eine Mitgliedschaft, ein Engagement oder Kolping allgemein zu werben. Beispielitem: „ <i>Ich bin prinzipiell bereit für ein Engagement bei Kolping zu werben.</i> “
<b>Spendenbereitschaften</b>	Bereitschaften, für Kolping oder eine andere Organisation zu spenden. Beispielitem: „ <i>Ich bin prinzipiell bereit für Kolping zu spenden.</i> “
<b>allgemeine Engagementbereitschaften</b>	Bereitschaften, sich außerhalb Kolpings bei einer anderen Organisation zu engagieren oder für die Ausführung eines freiwilligen Engagements im Allgemeinen zu werben. Beispielitem: „ <i>Ich bin prinzipiell bereit mich in einer anderen Organisation für die gleichen Themen und Ziele wie derzeit zu engagieren.</i> “
<b>Reduktion des Engagements bei Kolping</b>	Absicht, den Umfang des Engagements bei Kolping zu reduzieren. Beispielitem: „ <i>Ich denke öfter darüber nach, mich weniger bei Kolping zu engagieren.</i> “
<b>Beendigung des Engagements bei Kolping</b>	Absicht, das Engagement bei Kolping zu beenden. Beispielitem: „ <i>Es ist wahrscheinlich, dass ich mein Engagement bei Kolping bald beenden werde.</i> “

### Zukünftige Absichten Engagierter

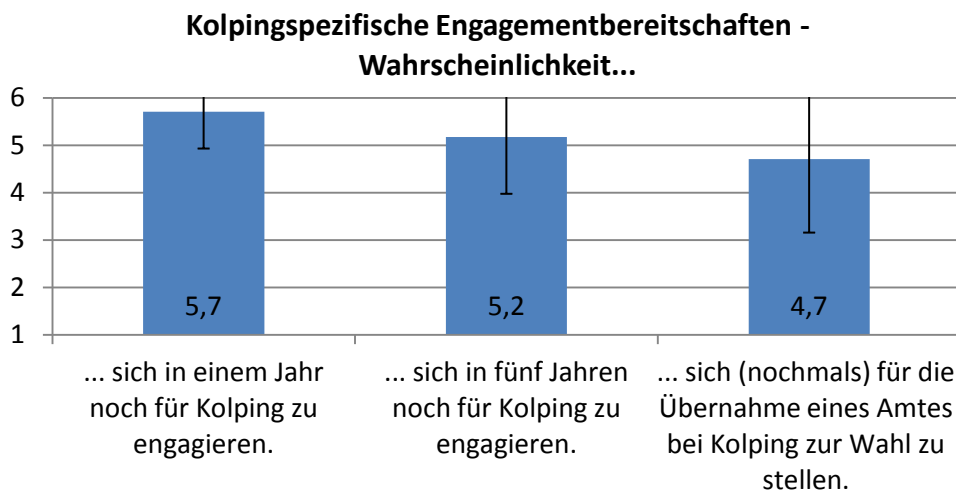


Für die zukünftigen Engagementbereitschaften zeigt sich folgendes Bild: Am höchsten ausgeprägt ist die Bereitschaft der Engagierten, in der Zukunft für Kolping zu werben. Auch die Bereitschaft zu Spenden ist hoch ausgeprägt. Allgemeine Engagementbereitschaften außerhalb Kolpings weisen hingegen eine mittlere Ausprägung auf.

Die Absicht, das Engagement bei Kolping zu beenden, ist ebenso wie die Absicht, das Engagement zu reduzieren, in geringem Maß ausgeprägt.

**kolpingspezifische Engagementbereitschaften**

Eingeschätzte Wahrscheinlichkeit, sich in einem oder drei Jahren noch bei Kolping zu engagieren sowie sich (erneut) für die Übernahme eines Amtes bei Kolping zur Wahl zu stellen. Beispielitem: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich in einem Jahr noch für Kolping engagieren?“ (Skala von 1: sehr unwahrscheinlich bis 6: sehr wahrscheinlich)



Alle kolpingspezifischen Engagementbereitschaften - sowohl zum weiteren Engagement bei Kolping als auch zur (erneuten) Übernahme eines Amtes - sind gleichermaßen hoch ausgeprägt.

**Unterscheiden sich Engagierte aus Diözesen mit hohem und niedrigem Katholikenanteil in ihren Antworten?**

Im Rahmen der Analysen wurde ein Vergleich zwischen Engagierten verschiedener Diözesen durchgeführt. Verglichen wurden Engagierte aus den jeweils sechs Diözesen mit dem niedrigsten Anteil an Katholiken in der Bevölkerung (bis neun Prozent), mit Engagierten aus Diözesen mit dem höchsten Anteil an Katholiken (ab 50 Prozent). Nach Zahlen des Sekretariats der Deutschen Bischofskonferenz von 2014/2015 zählen die Diözesen Berlin, Dresden-Meißen, Erfurt, Görlitz, Hamburg und Magdeburg zu den Diözesen mit einem sehr geringen Anteil an Katholiken in der Bevölkerung (Diaspora-Diözesen). Der Gruppe mit einem hohen Katholikenanteil in der Bevölkerung wurden Teilnehmer aus den Diözesen Aachen, Augsburg, Passau, Regensburg, Trier und Würzburg zugeordnet.

Die nachfolgenden Ergebnisse beruhen auf einem Vergleich der Aussagen von 66 Engagierten pro Gruppe. Es werden hinsichtlich der soziodemographischen Merkmale Alter und Geschlecht vergleichbare Gruppen gebildet. Zur besseren Übersicht werden im Folgenden nur die Ergebnisse, in denen sich die Engagierten der beiden Gruppen jeweils überzufällig und damit signifikant in der Ausprägung des jeweiligen Mittelwerts unterscheiden, berichtet. Es handelt sich, wenn nicht anders berichtet, um kleine bis mittlere Effekte.



Es zeigen sich folgende Mittelwertsunterschiede zwischen den Gruppen:

- Engagierte aus den Diözesen mit dem höchsten Katholikenanteil in der Bevölkerung sind die Motive Karriere, Selbstwerterhöhung und das Motiv der Sozialen Anpassung wichtiger als Engagierten in Diaspora-Diözesen.
- Auch bezüglich der Erfüllung der Motive unterscheiden sich die Personengruppen. Dabei ist das Motiv der Sozialen Anpassung den Befragten aus den Diözesen mit hohem Katholikenanteil in der Bevölkerung nicht nur wichtiger, sie geben auch in höherem Ausmaß an, dass dieses Motiv in ihrem Engagement erfüllt wird.
- Für die Wahrnehmung der Rahmenbedingungen in der Organisation zeigen sich Unterschiede zwischen den beiden untersuchten Gruppen in der Bewertung fast aller organisationalen Merkmale. So beschreiben Engagierte der Diözesen mit hohem Katholikenanteil Wertekongruenz, Prestige, Informationsfluss, Unterstützung und Wertschätzung in höherem Ausmaß als für sich zutreffend. Bei dem Unterschied des wahrgenommenen Ansehens von Kolping in der Bevölkerung handelt es sich sogar um einen großen Effekt.
- Bei den Gerechtigkeitsurteilen unterscheiden sich die beiden Gruppen ebenfalls voneinander: Engagierte in Diözesen mit hohem Katholikenanteil berichten ein größeres Ausmaß sowohl an wahrgenommener Informationaler Gerechtigkeit als auch Interpersonaler Gerechtigkeit.
- Engagierte in Diözesen mit geringem Katholikenanteil geben demgegenüber in höherem Ausmaß an, konflikthafte Situationen im Zusammenhang mit der Arbeitsverteilung im Engagement zu erleben.
- Engagierte in Diaspora-Diözesen nehmen eine geringere gesellschaftliche Wertschätzung und Anerkennung für die Ausübung ihres Engagements wahr, als das für Engagierte in Diözesen mit einem hohen Katholikenanteil der Fall ist.
- Auch für die allgemeine Arbeitszufriedenheit zeigen sich Unterschiede in den beiden Gruppen in dem Sinne, dass Engagierte in katholisch geprägten Diözesen ein höheres Ausmaß an spezifischer Arbeitszufriedenheit berichten.
- Schließlich unterscheidet sich auch die Engagementbereitschaft der Engagierten der beiden Gruppen. Engagierte aus Diözesen mit einem hohen Anteil an Katholiken berichten es als wahrscheinlicher, sich in einem Jahr noch für Kolping zu engagieren.

## **Unterscheiden sich in unterschiedlicher Form engagierte Personen voneinander?**

Überprüft wurde, in welcher Hinsicht sich verschiedene Personengruppen von Engagierten bedeutsam voneinander unterscheiden. Es werden Personen, die sich im Rahmen von kurzfristigen Projekten ohne gewähltes Amt engagieren, mit gewählten Vorstandsmitgliedern verglichen. Dazu werden zwei gleich große Gruppen mit je 124 Engagierten gebildet, die hinsichtlich der soziodemographischen Merkmale Alter und Geschlecht vergleichbar sind. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Mittelwerte der Engagierten der beiden Gruppen bezüglich insgesamt 18 Variablen signifikant, d.h. überzufällig, unterscheiden. Insgesamt handelt es sich dabei um kleine bis mittlere Effekte.

Die Mittelwertsunterschiede zwischen den Gruppen beziehen sich auf folgende Variablen:

- Gewählte Vorstandsmitglieder nehmen ein höheres Ausmaß an Autonomie bei der Ausführung ihrer Tätigkeit wahr.

- Auch wird mehr Vielfalt an Aufgaben und Anforderung in ihrem Engagement von den Leitungskräften berichtet.
- In Bezug auf die organisationalen Merkmale berichten Vorstandsmitglieder ein höheres Ausmaß an wahrgenommener Übereinstimmung der eigenen Werte mit den bei Kolping wichtigen Werten.
- Außerdem bewerten gewählte Leitungskräfte das Ausmaß an Informationen, das sie in ihrem Engagement erhalten, im Vergleich zu kurzfristig Engagierten als höher.
- Eine Vergleich der Motive ergibt, dass sich die beiden untersuchten Personengruppen lediglich bei der Bewertung der Leitungsfunktion in dem Sinne unterscheiden: Vorstandsmitglieder nehmen die Leitungsfunktion als wichtiger wahr. Die Leitungsfunktion wird von ihnen darüber hinaus als erfüllter erlebt, als dies bei den kurzfristig Engagierten der Fall ist.
- Gefragt nach der wahrgenommenen organisationalen Gerechtigkeit, berichten Vorstandsmitglieder ein höheres wahrgenommenes Ausmaß an Verfahrensgerechtigkeit im Vergleich zu den nicht gewählten Engagierten.
- Auch für das Ausmaß an positiv erlebten Emotionen zeigen sich Unterschiede. So nehmen gewählte Leitungskräfte diese im Rahmen ihres Engagements in stärkerem Ausmaß wahr.
- Im Hinblick auf wahrgenommene Konflikte zeigt sich ebenfalls ein bedeutsamer Unterschied der verglichenen Gruppen: Konflikthafte Situationen, die die Arbeitsverteilung betreffen, werden von Personen mit Leitungsverantwortung als ärgerlicher erlebt.
- Die Gruppe mit gewähltem Ehrenamt berichtet ein höheres Ausmaß an Belastungserleben bei Konflikten zur Arbeitsverteilung.
- Die organisationsspezifische Rollenidentität ist bei Vorstandsmitgliedern stärker ausgeprägt.
- Des Weiteren identifizieren sich die Engagierten mit einem gewählten Amt stärker mit Kolping als Personen, die sich im Rahmen von Projekten kurzfristig engagieren.
- Auch die allgemeine Arbeitszufriedenheit von Vorstandsmitgliedern ist stärker ausgeprägt als bei kurzfristig Engagierten.
- Freiwillige mit Vorstandsämtern berichten höhere Engagementbereitschaften als Engagierte ohne Leitungsverantwortung. Bei der Frage nach der Bereitschaft für Kolping zu Werben zeigen sich höhere Zustimmungen bei den Vorständen.
- Engagierte mit einem gewählten Amt sind auch in höherem Maße bereit, für Kolping zu spenden.
- Außerdem sind sie eher bereit, erneut ein Amt bei Kolping zu übernehmen.
- Auch die Bereitschaft, sich in einem Jahr noch bei Kolping zu engagieren, ist in der Gruppe der Vorstandsmitglieder höher ausgeprägt.

Bei allen berichteten Unterschieden zwischen den Gruppen weisen die kurzfristig Engagierten lediglich bei den allgemeinen Engagementbereitschaften, d.h. bei den Bereitschaften, sich außerhalb Kolpings für eine andere Organisation zu engagieren, einen höheren Mittelwert auf als Leitungskräfte.

## **Womit hängen zukünftigen Handlungsabsichten und Engagementbereitschaften zusammen?**

Im Folgenden wird die Frage beantwortet, welche der Variablen die höchsten Zusammenhänge mit zukünftigen Handlungsabsichten und Bereitschaften aufweisen. Zur besseren Übersicht

wird im Folgenden lediglich die wichtigste Auswahl an bedeutsamen, d.h. signifikanten, Ergebnisse der Zusammenhangsanalysen berichtet.

Neben der Absicht das Engagement zu reduzieren, werden die Bereitschaft für Kolping zu werben, bei Kolping (erneut) ein Amt zu übernehmen sowie die Absicht sich in einem Jahr noch bei Kolping zu engagieren, betrachtet.

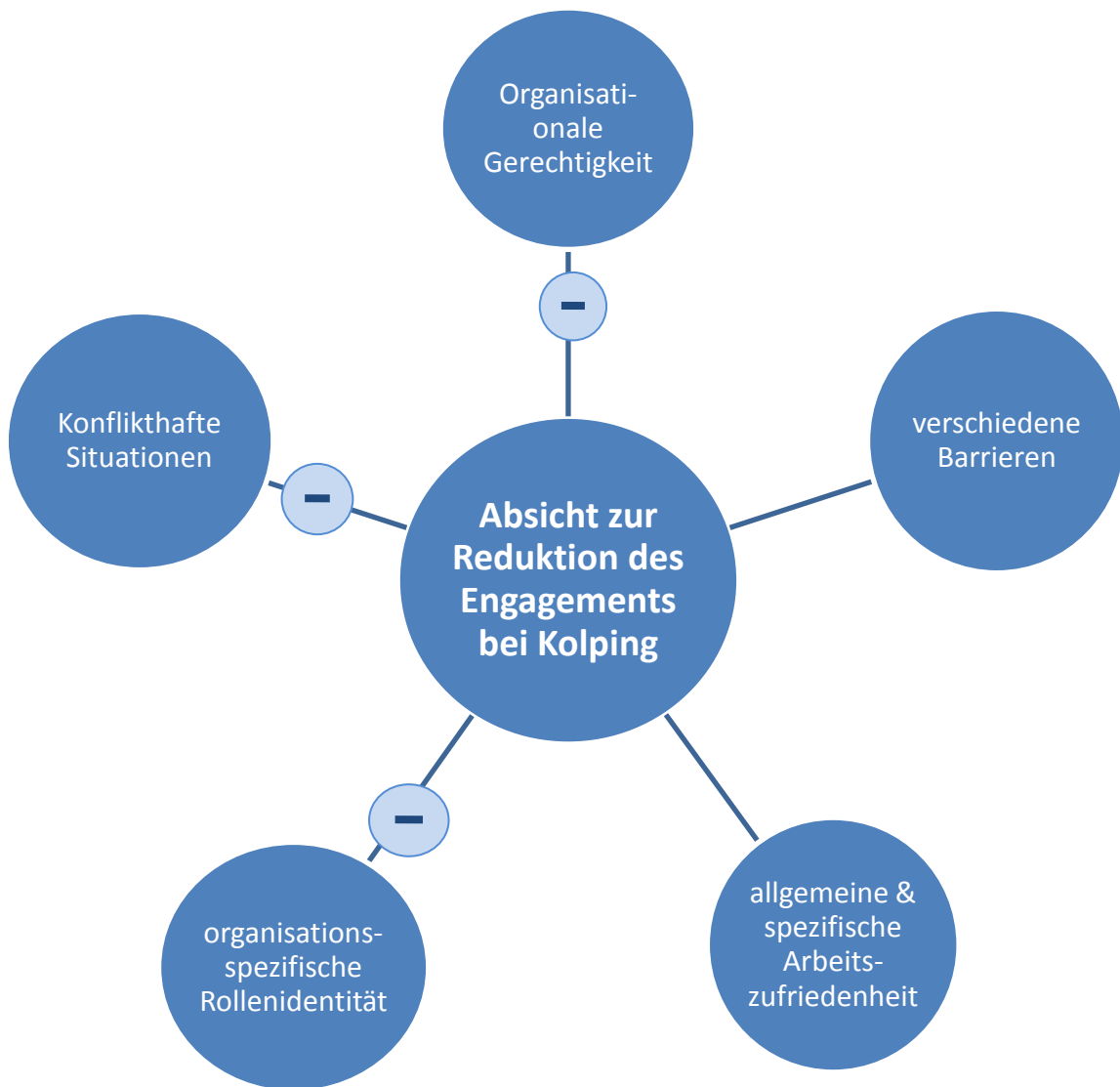
### Welche Variablen hängen mit der Absicht zusammen, das Engagement bei Kolping zu reduzieren?

Wie bereits berichtet, ist die Intention das Engagement bei Kolping zu reduzieren, höher ausgeprägt als die Absicht, das Engagement ganz zu beenden. Somit ist es besonders relevant, welche Variablen mit der Intention das Engagement zu reduzieren, in Zusammenhang stehen. Die stärksten Zusammenhänge<sup>1</sup> zur Absicht, das Engagement bei Kolping zu reduzieren, finden sich mit den nachfolgend berichteten Variablen:

- Es zeigen sich bedeutsame negative Zusammenhänge mit allen vier erfragten Dimensionen der wahrgenommenen Organisationalen Gerechtigkeit. Das bedeutet, dass eine starke Absicht, das Engagement zu reduzieren, damit zusammenhängt, dass von den Engagierten ein geringes Ausmaß an Verteilungs- und Verfahrensgerechtigkeit wahrgenommen wird. Auch die Informationale Gerechtigkeit sowie ein respektvoller Umgang miteinander (Interpersonale Gerechtigkeit) werden bei hoher Reduktionsabsicht als gering ausgeprägt angesehen.
- Hinsichtlich der erfassten Barrieren für Engagement ergeben sich folgende bedeutsame Zusammenhänge: Engagierte die angeben darüber nachzudenken ihr Engagement zu reduzieren, berichten auch in hohem Ausmaß von mangelnder Zuversicht in ihre eigenen Fähigkeiten, sich zu engagieren und nehmen eine geringe Unterstützung durch ihr enges Umfeld bei der Ausübung ihres Engagements wahr. Auch die Organisationsstrukturen bei Kolping werden in diesem Fall als bürokratisch und hierarchisch erlebt.
- Gefragt nach der Wahrnehmung konflikthafter Situationen, berichten Engagierte, die darüber nachdenken ihr Engagement zu reduzieren, sowohl ein höheres Auftreten von konflikthafter Situationen, die den Umgang miteinander als auch die Arbeitsverteilung betreffen. Letztere werden von den Engagierten darüber hinaus auch als stärker belastend erlebt.
- Des Weiteren steht eine ausgeprägte Absicht, sich weniger bei Kolping zu engagieren, auch in Zusammenhang mit einer gering ausgeprägten organisationsspezifischen Rollenidentität. Auch die allgemeine Zufriedenheit der Engagierten in ihrem Engagement sowie die berichtete Zufriedenheit mit konkreten Bereichen werden als gering eingeschätzt.

---

<sup>1</sup> .25 < r > .29 und -.29 < r > -.20



**Abbildung: Zusammenhänge mit der Absicht zur Reduktion des Engagements bei Kolping**

### Womit hängt die Bereitschaft zusammen, in der Zukunft für Kolping zu werben?

Es zeigen sich bedeutsame Zusammenhänge<sup>2</sup> für eine hohe Bereitschaft in der Zukunft für Kolping zu werben mit Variablen aus allen Bereichen:

- Ihre Tätigkeit im Engagement nehmen Engagierte mit einer ausgeprägten Bereitschaft für Kolping zu werben sowohl als sehr bedeutsam für das Leben Anderer als auch als besonders vielfältig die Aufgaben- und Anforderungen betreffend wahr. Auch die Einschätzung, dass Kolping in der Bevölkerung hoch angesehen ist, man bei Kolping einen guten Informationsfluss und ein hohes Ausmaß an Wertschätzung und Unterstützung der Engagierten findet, gehen mit einer ausgeprägten Bereitschaft für Kolping zu werben einher. Der deutlichste Zusammenhang zeigt sich für eine stark wahrgenommene Übereinstimmung von eigenen Werten und den bei Kolping wichtigen Werten.
- Die hohe Bedeutung von Werten wird auch bei den Zusammenhängen mit Motiven deutlich.

<sup>2</sup> .20 < r > .59 und -.23 < r > -.22

Eine hohe Bereitschaft zu werben geht unter anderem damit einher, dass sowohl die Motive der Werte als auch der Gerechtigkeit in diesem Fall sowohl als sehr wichtig als auch als erfüllt von den Engagierten angegeben werden.

- Auch Gerechtigkeitsurteile stehen in einem positiven Zusammenhang mit einer großen Bereitschaft für Kolping zu werben in der Weise, dass ein hohes Ausmaß an wahrgenommener Verfahrensgerechtigkeit, eines gerechten Informationsverhaltens sowie respektvollen Umgangs miteinander damit einhergehen.
- Ein hohes wahrgenommenes Ausmaß an zeitlichen Ressourcen, eine große Zuversicht sich engagieren zu können sowie wenig Erleben von Bürokratie in der Zusammenarbeit mit Kolping gehen ebenfalls mit einer hohen Bereitschaft zu Werben einher.
- Der höchste Zusammenhang zeigt sich mit einer hohen Identifikation mit Kolping. Außerdem hängen eine ausgeprägte Zufriedenheit im Engagement und eine organisationsspezifische Rollenidentität mit der Absicht für Kolping zu werben positiv zusammen.



**Abbildung: Zusammenhänge mit den Bereitschaften, für Kolping zu werben**

## Welche Zusammenhänge zeigen sich mit der Bereitschaft, (erneut) ein Amt bei Kolping zu übernehmen?

Im Rahmen der Studie wurden die Engagierten gebeten anzugeben, ob sie bereit wären, sich (nochmals) für die Übernahme eines Amtes bei Kolping zur Wahl zu stellen. Die nun berichteten Variablen weisen besonders hohe Zusammenhänge<sup>3</sup> mit der Bereitschaft zur (erneuten) Übernahme eines Amtes auf:

- Erwartungsgemäß zeigt sich, dass sowohl ein ausgeprägtes Motiv im Engagement Verantwortung zu übernehmen, als auch eine wahrgenommene hohe Erfüllung dieses Motivs von Personen mit einer ausgeprägten Bereitschaft zur (nochmaligen) Ämterübernahme berichtet wird.
- Eine hohe Ausprägung dieser Bereitschaft geht außerdem mit einer ausgeprägten Wertekongruenz einher.
- Engagierte, die beabsichtigen sich (nochmals) für die Übernahme eines Amtes bei Kolping zur Wahl stellen zu stellen, beurteilen auch Entscheidungsprozesse bei Kolping als gerechter und empfinden den Umgang untereinander als respektvoller.
- Auch hoch ausgeprägte Rollenidentitäten, eine hohe Identifikation sowie Zufriedenheit im Engagement gehen mit einer hoch ausgeprägten Bereitschaft zur Amtübernahme einher.



**Abbildung: Zusammenhänge mit der Bereitschaft (erneut) ein Amt bei Kolping zu übernehmen**

<sup>3</sup> .20 < r > .35

## Welche Zusammenhänge ergeben sich mit der Bereitschaft, sich auch in einem Jahr noch für Kolping zu engagieren?

Eine weitere für die Organisation relevante Bereitschaft ist die Absicht, sich in einem Jahr noch für Kolping zu engagieren. Folgende bedeutsame Zusammenhänge<sup>4</sup> können damit berichtet werden:

- Zusammenhangsanalysen zeigen, dass eine hoch eingeschätzte Wahrscheinlichkeit, sich auch in einem Jahr noch für Kolping zu engagieren, unter anderem damit einhergeht, dass eine hohe Übereinstimmung von persönlichen Werten und bei Kolping wichtigen Werten wahrgenommen wird. Außerdem werden in diesem Fall auch ein guter Informationsfluss sowie eine ausreichende Unterstützung im Engagement berichtet.
- Ebenso gehen das Wahrnehmen von Verfahrensgerechtigkeit, Interpersonaler Gerechtigkeit, d.h. eines respektvollen Umgangs miteinander sowie eines als gerecht empfundenen Informationsverhaltens mit einer hohen Bereitschaft einher, sich in einem Jahr weiterhin für Kolping zu engagieren.
- Es zeigen sich für die Bereitschaft zum weiteren Engagement positive Zusammenhänge mit hoch ausgeprägten Rollenidentitäten, einer starken Identifikation mit Kolping und einer hohen Zufriedenheit beim Engagement.

Im Gesamtbild ergeben sich über alle Zusammenhänge hinweg sinnvolle Zusammenhänge der Bewertungen und Urteile mit den Emotionsvariablen. Es zeigt sich damit, dass beide gemeinsam zur Erklärung und Vorhersage der unterschiedlichen Bereitschaften beitragen.

Die berichteten Zusammenhangsmuster spiegeln sich auch bei der Berechnung von multiplen Regressionen wieder in dem Sinne, dass die berichteten Variablen die bedeutsamsten Prädiktoren zur Erklärung der verschiedenen Kriterien darstellen.

---

<sup>4</sup> .20 < r > .45



**Abbildung: Zusammenhänge mit der Bereitschaft sich in einem Jahr noch für Kolping zu engagieren**

## **Implikationen für die Praxis und Handlungsempfehlungen**

Nachdem bisher die verschiedenen Fragestellungen auf Grundlage der vorliegenden Daten beantwortet worden sind, erfolgt nun eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse sowie eine Ableitung praktischer Schlussfolgerungen aus den Befunden. Dabei soll sowohl auf die weitere Bindung bereits Engagierter und die Stärkung des vorhandenen Engagements und vorhandener Bereitschaften eingegangen werden, als auch auf die Anwerbung bislang noch nicht aktiver Personen.

### **Motive und Motiverfüllung als Ansatzpunkt zur Anwerbung neuer und Bindung bereits engagierter Personen**

Für Hinweise hinsichtlich der gezielten Anwerbung neuer Engagierter lohnt sich vor allem eine Betrachtung der angegebenen Motive und deren wahrgenommene Erfüllung im Engagement bei Kolping. Die Befragten bewerten vor allem die Motive Werte, Gerechtigkeit, Erfahrung und Leitung als für sie wichtige Gründe für ihr Engagement. Des Weiteren nehmen die Engagierten



besonders für die Motive Werte, Erfahrung, Leitung, Soziale Anpassung und Selbstwerterhöhung ein hohes Ausmaß an Erfüllung im Rahmen ihres Engagements wahr. Personen, denen diese Motive für ihr Engagement wichtig sind, würden demnach im Rahmen eines Engagements bei Kolping eine hohe Passung zwischen ihren Gründen, sich engagieren zu wollen und deren Erfüllung finden. Das ist deshalb von besonderer Bedeutung, da wissenschaftliche Studien gezeigt haben, dass eine solche Passung besonders wichtig für dauerhaftes Engagement ist. Bei der Anwerbung von Personen für ein Engagement könnten somit bewusst diese Motive angesprochen werden, etwa indem den Personen verdeutlicht wird, dass ein Engagement bei Kolping es in besonderem Maße ermöglicht Verantwortung zu übernehmen sowie seine persönlichen Werte auszudrücken. Außerdem könnte mit potentiell Engagierten über die Möglichkeit gesprochen werden, im Rahmen des Engagements neue Erfahrungen zu sammeln, etwa indem man sie darauf hinweist, welche konkreten Fähigkeiten in dem Engagement ausgebaut und neu erworben werden können.

Die Befunde zu den angegebenen Motive und deren Erfüllung liefern nicht nur wertvolle Hinweise für eine gezielte Anwerbung weiterer Personen, sondern auch für eine erfolgreiche Bindung von bereits Engagierten. Wie berichtet, geben bereits engagierte Personen Werte, Gerechtigkeit sowie Erfahrung und Leitung als wichtige Motive für ihr Engagement an. Das Wissen um diese zentralen Gründe für ein Engagement könnte in der Zukunft genutzt werden, etwa wenn es um die Auswahl von Projekten geht, die man gemeinsam mit den Engagierten durchführen möchte. Decken sich die Anforderungen bei der Durchführung der Projekte bzw. deren Ziele mit den als wichtig geäußerten Motiven der Engagierten, ergibt sich dadurch eine Passung zwischen Engagierten und Engagement und es kann davon ausgegangen werden, dass die Engagierten diese Projekte gerne mittragen werden.

Fast alle als wichtig genannten Motive werden auch als erfüllt wahrgenommen, was auf eine gute Passung von Engagierten und Organisation schließen lässt. Lediglich für das Motiv, durch das Engagement Gerechtigkeit fördern zu wollen, nehmen die Engagierten in weniger starkem Ausmaß wahr, dass dieses im Rahmen ihres Engagements erfüllt wird. Es sollte daher überlegt werden, wieso dies nicht der Fall ist und welche konkreten Maßnahmen ergriffen werden können, damit die Engagierten auch für dieses Motiv eine hohe Erfüllung erleben. Beispielsweise könnte man darauf achten, den Engagierten häufiger rückzumelden, wie das Kolpingwerk und damit auch sie selbst durch ihren Einsatz zur Herstellung von mehr Gerechtigkeit beitragen.

Diese Befunde lassen sich zudem bei der Planung von größeren Projekten und Kampagnen in die Überlegungen einbeziehen. So kann von einer hohen Bereitschaft der Engagierten ausgegangen werden, Projekte zu unterstützen, wenn geplante Aktionen darauf abzielen, soziale Gerechtigkeit zu fördern und es den Engagierten ermöglichen, Verantwortung zu übernehmen, neue Erfahrungen zu sammeln sowie die für sie relevanten Werte auszudrücken.

### **Anwerbung neuer Engagierter und Festigung der vorhandenen Engagementbereitschaften durch die Berücksichtigung von Tätigkeitsmerkmalen und organisationalen Merkmalen**

Die Ergebnisse zu den Tätigkeitsmerkmale sowie den Rahmenbedingungen, die die Befragten bei Kolping wahrnehmen, zeigen deutlich, dass die Engagierten alle erfragten Merkmale - sowohl ihrer Tätigkeit, als auch der Organisation - als überdurchschnittlich vorhanden und damit positiv bewertet. Dass die Engagierten in großem Ausmaß davon berichten, alternative Organisationen zu kennen, in denen sie das gleiche Engagement leisten könnten, deutet auf

eine Wettbewerbssituation um Engagierte hin, in der Kolping mit anderen Organisationen steht. Vor allem wird ein hohes Maß an Übereinstimmung von persönlichen und den bei Kolping wichtigen Werten wahrgenommen. Bezieht man an dieser Stelle die Zusammenhangsanalysen in die Überlegungen mit ein, so zeigt sich, dass insbesondere ein hoch ausgeprägtes Ausmaß an berichteter Wertekongruenz mit stark ausgeprägten Engagementbereitschaften einhergeht. Dieser Befund verdeutlicht eine hohe Passung zwischen Engagierten und Organisation und kann als sehr positiv für die Organisation angesehen werden. Außerdem berichten die Engagierten von einem überdurchschnittlich hohen Maß an positiv erlebten Emotionen im Engagement.

Betrachtet man das Ausmaß an wahrgenommener Gerechtigkeit bei Kolping, so werden sowohl ein respektvoller Umgang miteinander als auch der Aspekt des Informationsverhaltens und die Gerechtigkeit bei Entscheidungsprozessen bereits in hohem Ausmaß wahrgenommen. Möchte man in diesem Kontext dennoch etwas verbessern, so könnte man auf eine gerechtere Verteilung von Ressourcen - etwa von Belohnungen aber auch Unterstützung - achten, da die Dimension der Verteilungsgerechtigkeit bislang noch in geringerem Ausmaß wahrgenommen wird.

Dieser Befund bestätigt sich mit Blick auf die Ergebnisse der wahrgenommenen konflikthafter Situationen im Engagement. Bei allen drei Aspekten, d.h. bei der Wahrnehmung des Auftretens solcher Situationen, aber auch den Fragen nach Ärger- sowie Belastungserleben, ergibt sich jeweils für konflikthafter Situationen, in denen es um die Arbeitsverteilung geht, der höchste Mittelwert. Das heißt, dass am häufigsten wahrgenommen wird, dass es zu Konflikten aufgrund der Arbeitsverteilung kommt und diese als besonders ärgerlich und belastend erlebt werden. In der Zukunft sollte daher besonders auf eine als gerecht empfundene Aufteilung der Arbeit und der damit verbundenen Übernahme von Verantwortung geachtet werden, um so das langfristige Engagement bereits engagierter Personen zu sichern und Gefühle von Ärger zu vermeiden.

### Barrieren als Ansatzpunkt zur Anwerbung neuer und Bindung bereits engagierter Personen

Bei den Barrieren für die Ausübung von Engagements zeigt sich, dass Engagierte in diesem Zusammenhang in starkem Ausmaß von fehlenden zeitlichen Ressourcen für ihr Engagement berichten sowie eine geringe Wertschätzung ihres Engagements in der Bevölkerung wahrnehmen. Beides kann jedoch nur in begrenztem Ausmaß durch Kolping beeinflusst werden. Ein Ansatzpunkt zur Verbesserung der Situation für Engagements bei Kolping wäre dahingegen die relativ bürokratisch und hierarchisch erlebte Organisationsstruktur und mangelnden finanziellen Ressourcen bei Kolping. Diese liegen ebenfalls - wenn auch knapp - unter dem Skalenmittelwert. Positiv sowohl für Engagierte als auch für Kolping ist der Befund zu werten, dass die Engagierten nur in sehr geringem Ausmaß angeben, dass ihnen durch ihre Erwerbsarbeit Hürden für ihr Engagement in den Weg gelegt werden.

Die Variablen der allgemeinen Arbeitszufriedenheit und die Identifikation der Engagierten mit Kolping sind beide überdurchschnittlich hoch ausgeprägt. Dies bestätigt sich bei der Betrachtung der Engagementbereitschaften, die Kolping gegenüber ebenfalls sehr hoch ausgeprägt sind. Entsprechend denken wenige Engagierte darüber nach, ihr Engagement zu reduzieren bzw. zu beenden.

## Ableitung von Implikationen aus den Befunden der Vergleichsanalysen

Außerdem erlauben es die Daten, bestimmte Gruppen von Engagierten in den Fokus zu nehmen. Ist es Ziel, die Situation für Engagierte in Diözesen mit geringem Katholikenanteil in der Bevölkerung zu verbessern, so zeigt sich, dass insbesondere die organisationalen Merkmale in den Fokus genommen werden sollten. So unterscheiden sich Engagierte in Diözesen mit geringem Katholikenanteil von Engagierten in Diözesen mit hohem Katholikenanteil bedeutsam in der Wahrnehmung der organisationalen Rahmenbedingungen des Engagements. Demnach nehmen Engagierte in Diaspora-Diözesen in geringerem Ausmaß wahr, dass sich ihre eigenen Werte mit den bei Kolping wichtigen Werten decken. Auch erleben sie bedeutsam weniger, dass Kolping einen guten Ruf in der Bevölkerung hat. Merkmale, die Engagierte in Diözesen mit geringem Katholikenanteil außerdem als weniger zutreffend beurteilen, die jedoch durch die Organisation gut beeinflusst werden können, sind der Informationsfluss, das Ausmaß an wahrgenommener Unterstützung sowie die empfundene Wertschätzung den Engagierten gegenüber. Achtet man beispielsweise bewusst darauf, die Engagierten in Diaspora-Diözesen mit relevanten Information zu versorgen und sie auch aktiv zu unterstützen, so ließen sich zumindest einige der Unterschiede zwischen Engagierten in verschiedenen Diözesen angleichen. Für eine solche Unterstützung spricht auch, dass die Aktiven in Diözesen mit geringem Katholikenanteil eine bedeutsam geringere Bereitschaft haben, sich in fünf Jahren noch zu engagieren. Hier könnte man die Bindung durch Information und Unterstützung stärken. Dabei ist zugleich zu berücksichtigen, dass sowohl die Informationale als auch Interpersonale Gerechtigkeit von Engagierten in Diözesen mit geringem Katholikenanteil in bedeutsam geringerem Ausmaß berichtet wird. Auch dies weist auf einen konkreten Handlungsbedarf zur Verbesserung der Situation der Engagierten bei Kolping hin.

Aus den berichteten Ergebnissen zu den Unterschiede zwischen Engagierten, die sich im Rahmen von kurzfristigen Projekten bei Kolping einbringen und gewählten Personen mit einem Ehrenamt, lassen sich Empfehlungen ableiten, wie sich kurzfristig engagierte Personen ermutigen lassen, sich auch längerfristig und möglicherweise mit Leitungsverantwortung bei Kolping einzubringen. Die zwei verglichenen Gruppen unterscheiden sich bezüglich zahlreicher Variablen, und es macht Sinn, genau an diesen Punkten anzusetzen, um den Einsatz kurzfristig Engagierter zu stärken.

So nehmen kurzfristig Engagierte sowohl ihre Autonomie als auch die Vielfalt an Aufgaben und Anforderungen im Engagement als geringer wahr als die Personen mit Leitungsverantwortung. Frühere wissenschaftliche Studien konnten zeigen, dass sich die wahrgenommenen Tätigkeitsmerkmale auf unterschiedliche Faktoren, darunter auch zukünftige Bereitschaften, positiv auswirken. Eine zielführende Maßnahme, um Engagementbereitschaften unter den Engagierten zu steigern, könnte daher sein, den Engagierten vermehrt Aufgaben zu übertragen, bei denen sie sich sowohl als autonom erleben sowie unterschiedliche Fähigkeiten zur Durchführung der übertragenen Aufgaben benötigen. Die Bereitschaft zur Übernahme weiterer Aufgaben würde dabei durch ein verändertes und positiveres Erleben der Tätigkeiten gefördert.

Neben dem Ziel, den Engagierten einen anderen Blick auf Tätigkeiten bei Kolping zu ermöglichen, kann auch bei der Wahrnehmung der Organisation Kolping angesetzt werden, um die Einstellungen bisher lediglich kurzfristig Engagierter hinsichtlich einer zukünftigen Übernahme von Engagement zu festigen. Engagierte nehmen ein geringeres Ausmaß an Verfahrensgerechtigkeit in der Organisation wahr und bewerten den Informationsfluss bei Kolping als schlechter als Personen mit Leitungsverantwortung. Ziel wäre daher, den

Engagierten zu zeigen, dass Kolping alle seine Engagierten mit ausreichenden Informationen versorgt und Entscheidungsprozesse in der Organisation gerechter ablaufen als von ihnen wahrgenommen wird, was Personen in Vorstandsämtern so ja bereits erleben. Dadurch ließen sich eventuelle Vorbehalte gegen ein intensiveres Engagement bei Kolping abbauen.

### Beobachtete Zusammenhänge als Ansatzpunkt für praktische Implikationen

Auch aus den Zusammenhangsanalysen von Engagementbereitschaften mit verschiedenen Variablen lassen sich Ansatzpunkte für praktisches Handeln ableiten.

Erleben die Engagierte einen Mangel an Unterstützung für das Engagement durch ihr privates Umfeld, so steht dies im Zusammenhang damit, über die Reduktion des Engagements nachzudenken. Hilfreich könnte es daher beispielsweise sein, auch immer wieder das engere Umfeld, etwa die Familie der Engagierten, zu beachten und zu überlegen, was konkret getan werden kann, damit auch das private Umfeld die Engagierten gerne unterstützt. Einladungen der ganzen Familie zu einzelnen Feiern oder ausgewählten Aktivitäten könnten hier ein erster Ansatzpunkt sein.

Das Erleben von Unterstützung durch die Organisation hängt dagegen mit einer erhöhten Bereitschaft zusammen, sich auch in einem Jahr weiterhin zu engagieren sowie für Kolping zu werben. Geeignete Möglichkeiten der Unterstützung der Engagierten in ihrem Engagement, etwa Einführungsveranstaltungen für neu gewählte Engagierte, Möglichkeiten der Weiterbildung, die bereits Engagierte zu Fragen in ihrem Engagement nutzen können, die Bereitstellung von schriftlich ausgearbeitetem Informationsmaterial oder die Nennung konkreter Ansprechpartner bei Fragen zu speziellen Themen sind Möglichkeiten der Optimierung.

Für die Absicht in der Zukunft (erneut) ein Amt zu übernehmen erweist sich das Erleben einer organisationsspezifischen Rollenidentität als förderlich. Dies bedeutet, dass ein Engagierter es als wichtig erlebt, bei Kolping zu sein, aber auch, dass die allgemeine Arbeitszufriedenheit hoch ist. Hier ist eine entsprechende Rückkopplung mit den Engagierten hilfreich, um frühzeitig zu erfahren, wann und worüber Unzufriedenheiten auftauchen.

Eine positive Identifikation mit Kolping hängt hoch mit zukünftigen Bereitschaften zusammen, sich für Kolping zu engagieren. Wie diese Identifikation im Konkreten gefördert werden kann, ist daher eine zentrale und stetige Aufgabe für Kolping.

Auch die wahrgenommene Wertekongruenz geht mit der konkrete Absicht sowie Bereitschaften zu zukünftigem Engagement einher. Die Wertekongruenz zwischen persönlichen Werten und denjenigen bei Kolping ist bereits hoch ausgeprägt. Dies sollte kommuniziert und in Zukunft weiterhin bei der Auswahl von Projekten oder der konkreten Arbeitsgestaltung gefördert werden.

Die Bindung von bereits Engagierten an Kolping im Sinne einer Weiterführung des Engagements auch in einem Jahr weist einen positiven Zusammenhang mit einer stark ausgeprägten allgemeine Arbeitszufriedenheit auf. Außerdem ist das Erleben von Interpersonaler Gerechtigkeit, d.h. eines wertschätzenden Umgangs miteinander, in diesem Zusammenhang zentral für alle betrachteten Engagementbereitschaften und auch durch Maßnahmen der

Organisation gut beeinflussbar. So empfiehlt es sich, die Wertschätzung der Mitglieder nicht dem Zufall zu überlassen, sondern diese auch im Tagesgeschäft bewusst zu beachten, etwa im Rahmen einer respektvollen Kommunikation, sei es im persönlichen Kontakt, per Telefon oder durch die neuen Medien, wie Email.

Über alle Zusammenhangsanalysen hinweg bestätigt sich die Bedeutung von positiv erlebten Emotionen im Engagement. Daher sollte Kolping darauf achten, dass die Engagierten in ihrem Engagement immer wieder als positiv erlebte Situationen erleben. So ist etwa die bereits verankerte Durchführung von Events, beispielsweise die Aufführung des Musicals „Kolpings Traum“ oder auch der regelmäßig stattfindende „Kolpingtag“, von großer Bedeutung und sollte aufrechterhalten werden.

Aufgrund der besonderen Relevanz positiv erlebter Emotionen sollten insgesamt nicht nur die differenzierten Urteile und Bewertungen der Situationen bei Kolping beachtet werden, sondern ebenfalls das subjektive Erleben der Mitglieder. Dabei sind sehr unterschiedliche Arten positiv erlebter Emotionen relevant, wie Freude, Begeisterung und auch Zufriedenheit. Diese stehen in engem Zusammenhang mit den Urteilen und Bewertungen. Wird beispielsweise Gerechtigkeit oder auch eine hohe Passung zwischen als wichtig erlebten Motiven und deren Erfüllung beim Engagement erlebt, so sind auch die jeweiligen als positiv erlebten Emotionen, etwa Zufriedenheit, hoch ausgeprägt. Deshalb sollten sowohl bei der Förderung vorhandener Engagementbereitschaften als auch zur Gewinnung neuer Mitglieder nicht nur Werte, Motive oder Fragen der Gerechtigkeit angesprochen werden, sondern auch das Erleben positiver Emotionen in Verbindung mit den Engagements in den Mittelpunkt gestellt werden.

**Ohne Ihre Hilfe wäre es nicht möglich gewesen, all dies herauszufinden.  
Daher an dieser Stelle nochmals ein  
ganz herzliches Dankeschön  
für Ihre Unterstützung!**