Hessische Staatskanzlei
LandesEhrenamtsagentur Hessen

HESSEN

ZIVILGESELLSCHAFT IN ZAHLEN ZIVIZ

Engagementbarometer 2021
Policy Paper Hessen

Einleitung

Vor über eineinhalb Jahren brachten die ersten registrierten Corona-Fälle das öffentliche Leben in Deutschland zum Erliegen. Geschäfte, Restaurants und Schulen mussten ihre Pforten schließen und die umfangreichen Kontaktbeschränkungen veränderten alltägliche Tagesabläufe und das gesellschaftliche Miteinander. Auch gemeinnützige Organisationen in Hessen waren von dieser Entwicklung betroffen und sahen sich mit neuen organisatorischen Herausforderungen konfrontiert. Sie mussten neue Mittel und Wege finden ihr Engagement fortzusetzen und ihr Fortbestehen als Organisation sicherstellen. Hierbei erschwerte die Ungewissheit über den Verlauf der Pandemie und die politischen Maßnahmen ihrer Eindämmung die Planung zukünftiger Aktivitäten sowie die strategische Ausrichtung der Organisationen.

Im Herbst 2021 bestehen keine drastischen Einschränkungen des öffentlichen Lebens mehr und das gesellschaftliche Leben kann wieder stattfinden. Rückblickend auf über ein Jahr Corona-Pandemie stellen sich jedoch die Fragen: Wie gut haben gemeinnützige Organisationen in Hessen die bisherige Coronakrise überstanden? Wie steht es um ihre Zukunftsperspektiven? Und in welchen Bereichen benötigen sie zukünftig Unterstützung?

ÜBER DAS ENGAGEMENT-BAROMETER

ZiviZ befragt in einem Panel Führungskräfte von Verbänden und Infrastruktureinrichtungen sowie weiteren Organisationen der Zivilgesellschaft zur Situation während der Corona-Pandemie. Mit der Förderung der Hessischen Staatskanzlei wurde eine Sondererhebung unter Organisationen in Hessen vorgenommen.

Bisher durchgeführte Sonderauswertungen in Hessen

September 2021: 165 realisierte Befragungen

Juni 2021: 206 realisierte Befragungen

März 2021: 308 realisierte BefragungenDie Gewichtung fand auf Grundlage des repräsentativen ZiviZ Survey 2017 nach siedlungsstrukturellem Kontext[1] und dem Bestand hauptamtlich Engagierter statt.

[1] Die Stadtgröße wird hier als „dünn besiedelter ländlicher Raum“ (bis 4.999 Einwohner und Einwohnerinnen), „dicht besiedelter ländlicher Raum“ (5.000 bis 19.999 Einwohner und Einwohnerinnen), „städtischer Raum“ (20.000 bis 99.999 Einwohner und Einwohnerinnen) und „Großstadt“ (ab 100.000 Einwohner und Einwohnerinnen) definiert.

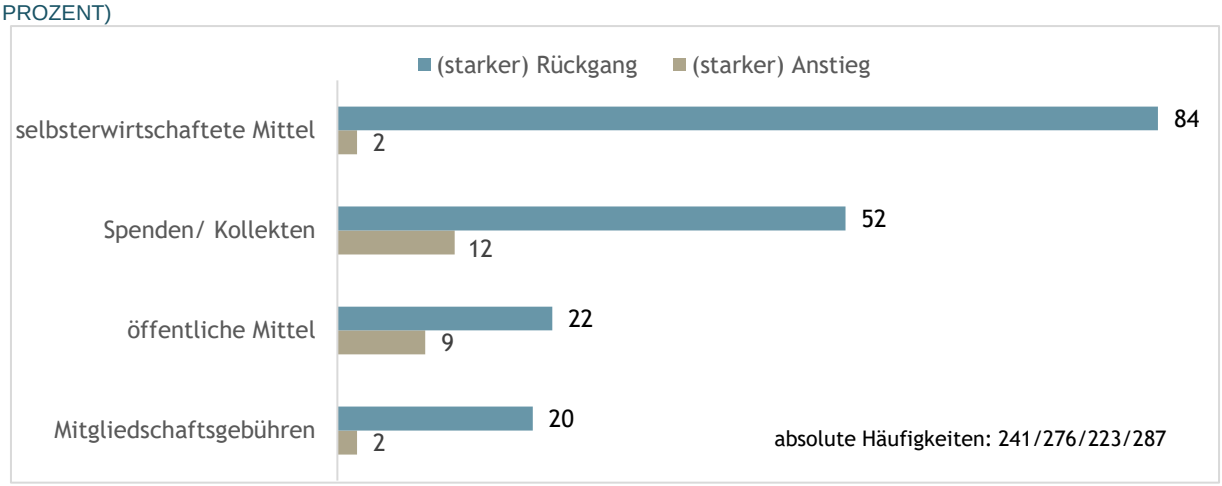
1. Zukunftsperspektiven

Zur Bewertung der Zukunftsperspektiven sind besonders finanzielle Rahmenbedingungen der Organisationen relevant, sowie die Entwicklung ihrer Engagierten- und Mitgliederzahlen. Durch die Digitalisierung der Arbeitswelt und des Privatlebens, welche während der Corona-Pandemie einen nochmaligen Schub erlebte, ist die Nutzung digitaler Anwendungen auch im gemeinnützigen Engagement relevant. Dieses Kapitel fasst daher die Ergebnisse zur finanziellen Situation, Engagemententwicklung sowie Digitalisierungsprozesse und damit verbundenen Herausforderungen der Organisationen im Jahr 2021 zusammen.

1.1 Finanzielle Situation

Viele gemeinnützige Organisationen in Hessen hatten während der Corona-Pandemie mit finanziellen Einbußen zu kämpfen. Gerade zu Beginn der Krise verzeichneten 84 Prozent der befragten Organisationen, im Vergleich zu einem regulären Jahr vor der Corona-Pandemie, Einnahmerückgänge bezüglich selbsterwirtschafteter Mittel. Mehr als jede zweite Organisation (52 Prozent) hatte auch einen Rückgang von Spenden oder Kollekten zu verzeichnen. Öffentliche Mittel reduzierten sich bei 22 Prozent der Organisationen und Mitgliedschaftsgebühren bei 20 Prozent (siehe Abbildung 1). Als besonders problematisch kann hierbei der Rückgang selbsterwirtschafteter Mittel angesehen werden, da diese Einnahmequelle von zwei Drittel der befragten Organisationen als (sehr) relevant eingestuft wurde. Trotz politischer Hilfsmaßnahmen verzeichneten mehr Organisationen einen Rückgang dieser Gelder (22 Prozent), als einen Anstieg (9 Prozent).

ABBILDUNG 1: MÄRZBEFRAGUNG: VERÄNDERUNG DER EINNAHMEN SEIT BEGINN DER CORONA-PANDEMIE (IN PROZENT)

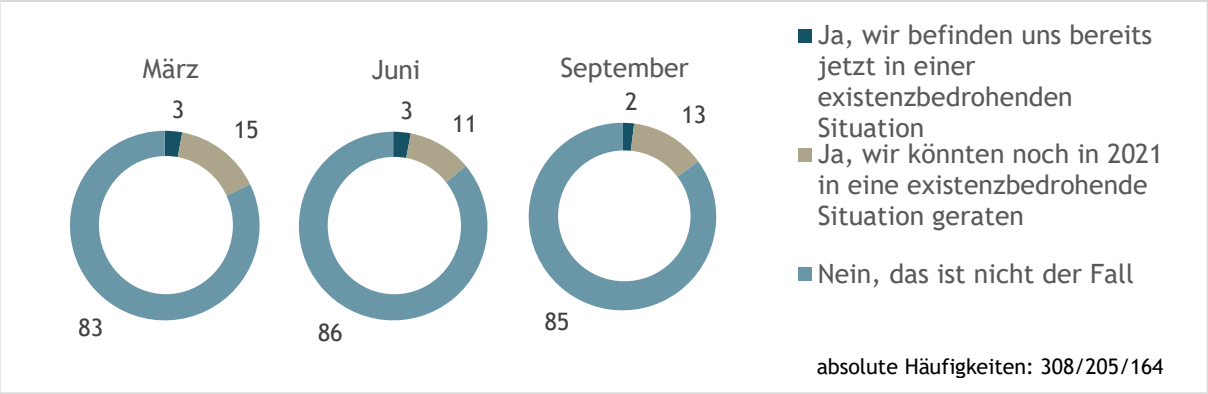


Ungeachtet dieser finanziellen Einbußen sah sich die große Mehrheit der befragten Organisationen jedoch nicht in ihrer Existenz bedroht: Zu keinem Zeitpunkt des vergangenen Jahres gaben mehr als drei Prozent der befragten Organisationen an, sich in eine existenzbedrohende Situation zu befinden (siehe Abbildung 2). Im September 2021 gaben 13 Prozent der Befragten an, dass eine Existenzgefährdung im laufenden Jahr noch eintreten könnte. Dies sind zwei Prozent weniger als unter den Befragten im März dieses Jahres und entspricht auch den Angaben von Organisationen aus anderen Bundeländern[2]. Es ist also anzunehmen,

[2] Im Rahmen einer Gesamtauswertung des Engagement-Barometers wurden die Antworten von gemeinnützigen Organisationen aus verschiedenen Bundesländern, insbesondere Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Hessen, Thüringen, Rheinland-Pfalz und Schleswig-Holstein, zusammengefasst und ausgewertet. Hier sprachen ebenfalls 13 Prozent der befragten Organisationen von der Gefahr, noch im laufenden Jahr in eine Existenznot geraten zu können.

dass der Anteil existenziell gefährdeter Organisationen in den kommenden Monaten grundsätzlich nicht erheblich zunehmen wird.

ABBILDUNG 2: ANTEIL EXISTENZBEDROHTER ORGANISATIONEN (IN PROZENT)

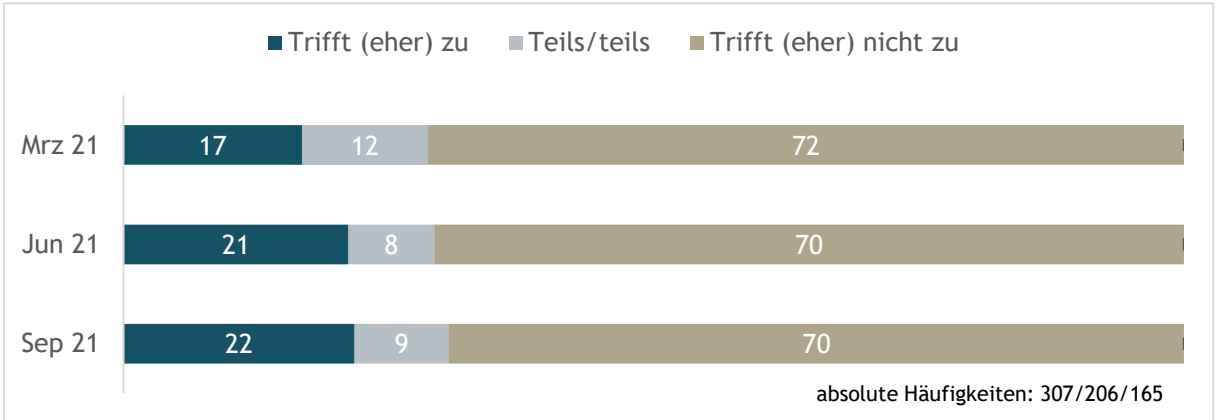


Je nach Organisationstyp kann sich die Vulnerabilität allerdings verschieden äußern: In allen drei Befragungswellen waren Organisationen mit hauptamtlich Beschäftigten öfter von einer (potenziellen) Existenzbedrohung betroffen als rein ehrenamtlich getragene Organisationen. In der Märzbefragung betrug der Unterschied 11, in der Junibefragung 10 und in der Septemberbefragung sogar 16 Prozentpunkte. Die coronabedingten Einschränkungen des öffentlichen Lebens scheinen folglich vor allem jene Organisationen getroffen zu haben, die trotz ihrer begrenzten Engagementmöglichkeiten finanzielle Verantwortung für hauptamtlich Beschäftigten trugen.

1.2 Engagemententwicklung

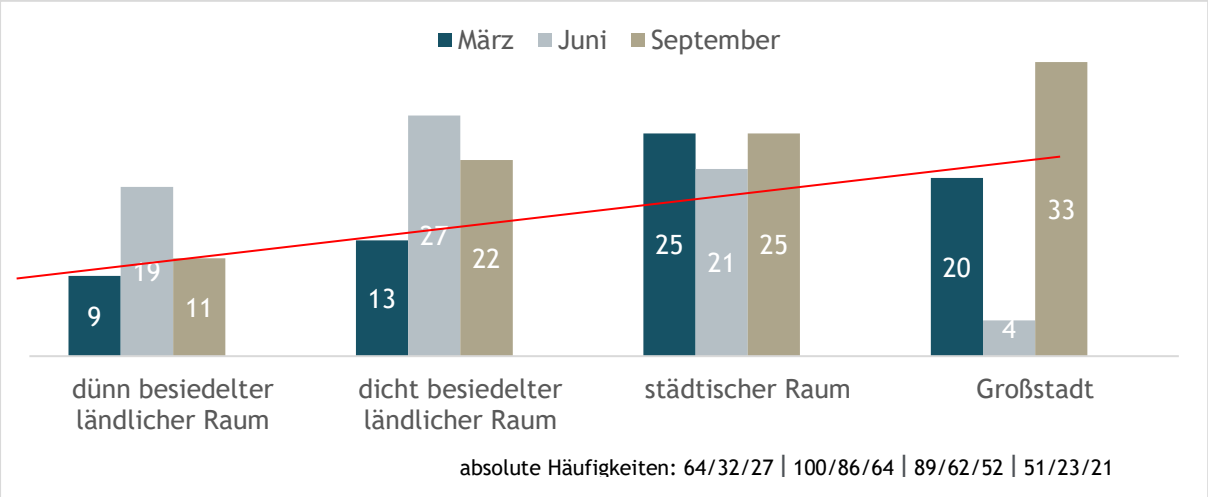
Die Corona-Krise schlug sich im Jahr 2021 neben finanziellen Einbußen auch in der Engagemententwicklung nieder. In den Befragungswellen Juni und September sprachen circa ein Fünftel der befragten Organisationen von Mitgliedschaftskündigungen aufgrund der Corona-Pandemie. Während der Märzbefragung lag der Wert bei 17 Prozent (siehe Abbildung 3). Gemeinnützige Organisationen aus Hessen waren hierbei ähnlich häufig von Mitgliedschaftskündigungen betroffen wie Organisationen aus anderen Bundesländern.

Abbildung 3: „Es kommt in unserer Organisation bedingt durch die Coronakrise zu Kündigungen von MITGLIEDSCHAFTEN“ (in Prozent)



Rein ehrenamtlich getragene Organisationen waren etwa im gleichen Maße von Mitgliedschaftskündigungen betroffen wie Organisationen mit hauptamtlich Beschäftigten. Hinsichtlich der Siedlungsstruktur lässt sich wiederum eine leichte Korrelation zwischen Mitgliedschaftskündigungen und dicht besiedelten ländlichen Räumen erkennen. So waren Organisationen in bevölkerungsarmen Regionen tendenziell seltener von Mitgliedschaftskündigungen betroffen als Organisationen in Orten mit höherer Besiedlungsdichte. In dünn besiedelten ländlichen Räumen waren beispielsweise durchschnittlich[3] 13 Prozent der befragten Organisationen von Mitgliedschaftskündigungen betroffen, im städtischen Raum waren es hingegen durchschnittlich knapp 24 Prozent (siehe Abbildung 4).

ABBILDUNG 4: MITGLIEDSCHAFTSKÜNDIGUNGEN NACH SIEDLUNGSSTRUKTURELLEM KONTEXT (IN PROZENT)

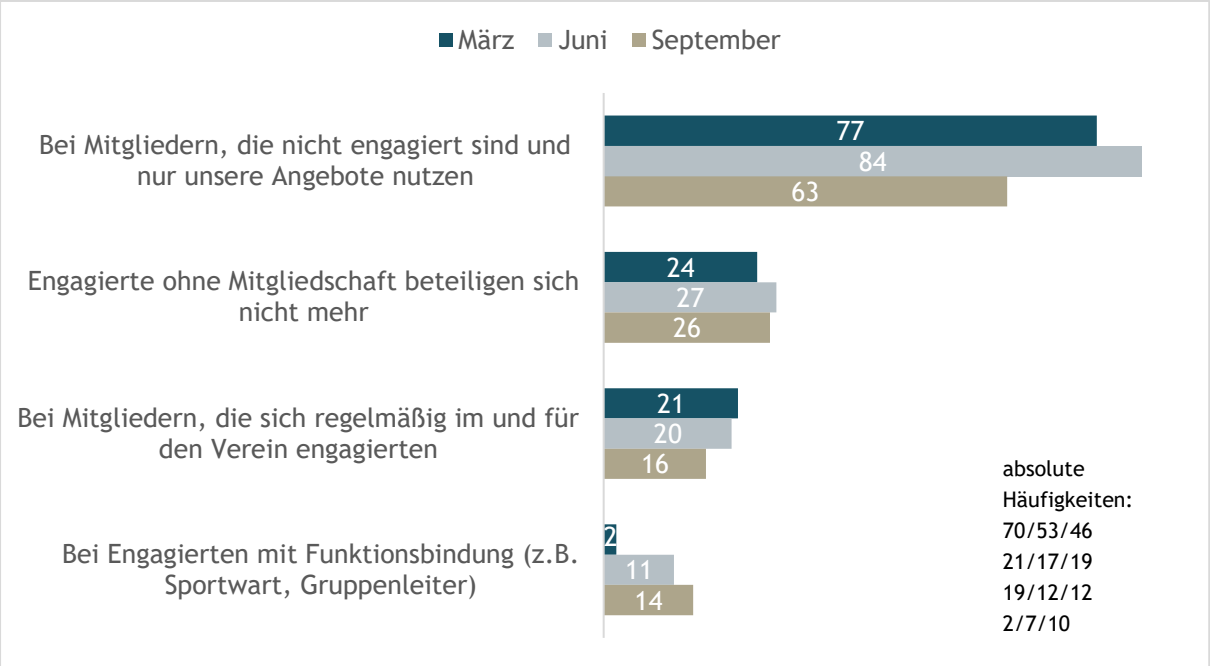


Die Mitgliedschaftskündigungen können zudem anhand verschiedener Mitgliedergruppen aufgeschlüsselt werden. Die meisten Organisationen vermelden Kündigungen von Mitgliedern, die nicht engagiert waren und lediglich die Angebote der Organisationen genutzt hatten. In allen drei Befragungswellen war der Anteil dieser Gruppe mit 77 Prozent (Märzbefragung), 84 Prozent (Junibefragung), und 63 Prozent (Septemberbefragung) mit Abstand der höchste (siehe Abbildung 5). Zusätzlich vermerkte im vergangenen Jahr etwa jede vierte befragte Organisation einen Verlust von Engagierten ohne Mitgliedschaft.

Zwar verzeichneten manche Organisationen auch Mitgliedereintritte (Junibefragung: 21 Prozent, Septemberbefragung: 25 Prozent), jedoch sind Kündigungen von Mitgliedern, die sich aktiv in der Organisation engagiert oder eine (leitende) Funktion innehatten, besonders problematisch. So verzeichneten 21 Prozent (Märzbefragung), 20 Prozent (Junibefragung), und 16 Prozent (Septemberbefragung) der befragten Organisation Austritte von aktiven Mitgliedern. Seit Anfang des Jahres zeichnet sich zudem ein Trend hinsichtlich Kündigungen funktionstragender Engagierter ab, der besorgniserregend ist. So gaben im September 14 Prozent alle bundesweit befragten Organisationen an, Personen mit verbindlichen Funktionen verloren zu haben. Die Datenlage unter Organisationen in Hessen ist aufgrund geringer Fallzahlen für sich alleine stehend nicht aussagekräftig, bildet aber die gleiche Tendenz ab. Umso wichtiger ist es, diese Entwicklung weiter zu verfolgen. Personen mit Funktionsbindung sind für die Nachhaltigkeit einer Organisation substanziell. Sie sind verlässliche Engagierte, die über wichtige fachliche und die Organisation individuell betreffende Expertisen verfügen. Ziehen sich diese Personen vermehrt zurück, wird nicht nur die alltägliche Handlungsfähigkeit der Organisation gefährdet, sondern wichtiges Wissen für zukünftige Amtsträgerinnen und Amtsträger verloren.

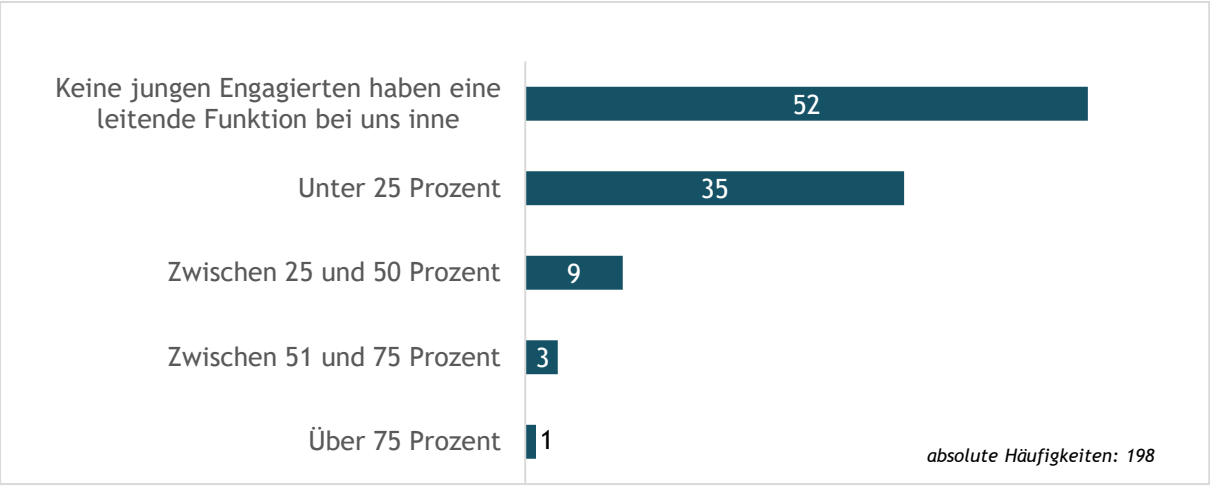
[3] Es handelt sich um den Durchschnittswert, der sich aus allen Befragungswellen ergibt.

ABBILDUNG 5: KÜNDIGUNGEN JE MITGLIEDSCHAFTSGRUPPE (IN PROZENT)



Inwiefern dieses Wissen weitergegeben werden kann, hängt auch davon ab, ob und wie viele junge Engagierte sich für Tätigkeiten mit Verantwortung bereits einbringen. Wie Abbildung 6 zeigt, haben mehr als die Hälfte der befragten Organisationen keine jungen Engagierten (jünger als 30 Jahre) in leitenden Funktionen. Der Anteil von Organisationen, die wiederum von jungen Engagierten in Führungspositionen mitgetragen werden, liegt meist unter der 25-Prozent-Marke (35 Prozent). Dies ist problematisch, da die sukzessive Heranführung junger Menschen an verantwortungsvolle Aufgaben wesentlich für das Fortbestehen gemeinnütziger Organisationen sein kann. Dies bezieht sich sowohl auf die demographischen Strukturen der Organisationen als auch auf die Bewältigung neuer Herausforderungen, wie beispielsweise das Einführen und Nutzen von digitalen Möglichkeiten.

ABBILDUNG 6: JUNIBEFRAGUNG: ANTEIL JUNGER ENGAGIRTER IN LEITENDEN FUNKTIONEN (IN PROZENT)

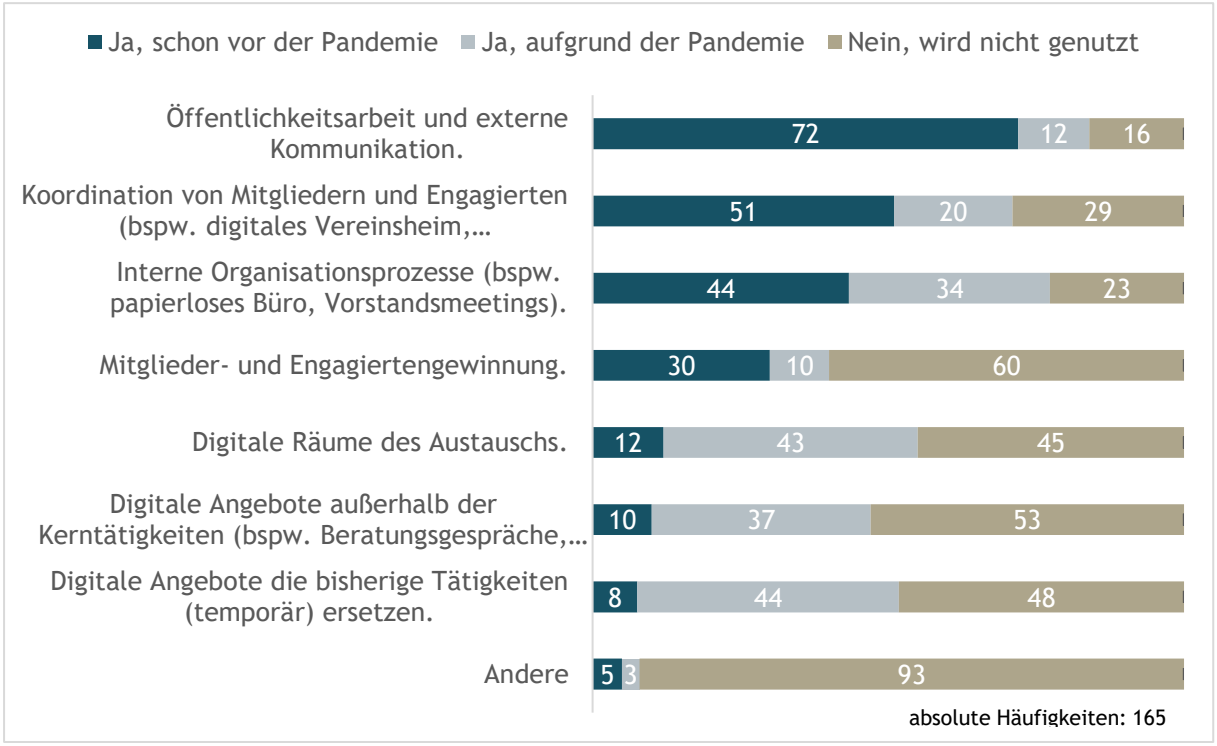


1.3 Digitalisierung

Die Digitalisierung innerhalb der organisierten Zivilgesellschaft hat im Jahr 2021 stark zugenommen. So mussten gemeinnützige Organisationen in Hessen neue Mittel und Wege finden ihr Tagesgeschäft fortzuführen und sich mit Mitgliedern und Engagierten auszutauschen. Hierfür griffen sie vermehrt auf digitale Anwendungen zurück.

Bereits vor der Corona-Pandemie nutzten viele der befragten Organisationen digitale Anwendungen für ihre Öffentlichkeitsarbeit (72 Prozent), Koordination von Mitgliedern und Engagierten (51 Prozent) und interne Organisationprozesse (44 Prozent) (siehe Abbildung 7). Seit Beginn der Corona-Pandemie hat sich der Anwendungsbereich digitaler Tools nochmals erweitert. In der Septemberbefragung gab jede dritte der befragten Organisation an, dass sie aufgrund der Corona-Pandemie nun digitale Anwendungen für interne Organisationsprozesse nutze. Fast jede zweite Organisation (43 Prozent) verwende jetzt auch digitale Räume für den gegenseitigen Austausch. Darüber hinaus hatten viele der befragten Organisationen ihr Engagementportfolio um digitale Angebote ergänzt, um die eigene Handlungsfähigkeit zu stärken.

ABBILDUNG 7: SEPTEMBERBEFRAGUNG: GENUTZE DIGITALISIERUNGSBEREICHE VOR UND NACH DER PANDEMIE (IN PROZENT)



Dieser Digitalisierungsschub wurde überwiegend positiv bewertet. So stuften in der Septemberbefragung 73 Prozent der befragten Organisationen digitale Instrumente für die Zukunftsfähigkeit der eigenen Organisation als (eher) wichtig ein. Dieser Trend wurde auch von gemeinnützigen Organisationen aus anderen Bundesländern bestätigt (71 Prozent)[4]. Zwar gab es in Hessen leichte Unterschiede zwischen Organisationen im dünn besiedelten ländlichen Raum (62 Prozent Zustimmung) und Organisation im städtischen Raum (81 Prozent Zustimmung), die allgemeine Einschätzung der Bedeutung der Digitalisierung für den gemeinnützigen Bereich ist jedoch nach wie vor als hoch einzuschätzen. Digitalisierungsthemen sind also mittlerweile eng mit zivilgesellschaftlichem Engagement verknüpft und werden auch in Zukunft Relevanz haben.

[4] In Bezug auf die Gesamtauswertung des Engagement-Barometers.

Neben diesen positiven Reaktionen ist zu beachten, dass digitale Formen der Zusammenarbeit auch neue Hürden darstellen können (siehe Abbildung 8). So beobachtete mehr als jede vierte der befragten Organisation, dass sich ältere Mitglieder innerhalb der eigenen Organisation von digitalen Formaten nicht angesprochen fühlen. Betroffene Organisationen sind hierbei überwiegend im dünn besiedelten bis städtischen Raum zu finden. In Großstädten wird diese Ansicht hingegen nur von 10 Prozent der Organisationen geteilt. Mehr als jede fünfte Organisation sprach zudem auch von digitalen Hürden, die wiederum nichts mit dem Alter der Engagierten zu tun hätten. Während Organisationen im dünn besiedelten ländlichen Raum dies zu 9 Prozent bejahten, waren es in Großstädten hingegen 30 Prozent.

ABBILDUNG 8: SEPTEMBERBEFRAGUNG: VORTEILE UND HÜRDEN DIGITALER ZUSAMMENARBEIT (IN PROZENT)



Abbildung 8 verdeutlicht, dass digitale Anwendungen nicht zum Selbstzweck werden dürfen. Sie können zwischenmenschliche Begegnungen nicht ersetzen, da sie atmosphärischen Aspekten nicht gerecht werden. Zudem ist die Verwendung digitaler Anwendungen in der Breite der Bürgerinnen und Bürger noch nicht so sehr etabliert, dass unsere vielfältige Gesellschaft sich darüber leichter in zivilgesellschaftlich aktiven Organisationen wiederfinden kann. Ihr Einsatz in bewusst gewählten Bereichen birgt dennoch die Chance, die eigene Wirkung zu steigern, neue Wege durch etwaige Krisen aufzuzeigen und letztlich den digitalen Strukturwandel, den die Gesellschaft durchläuft, souverän zu begleiten, zu beschreiten und aktiv mitzugestalten.

2. Unterstützungsmaßnahmen

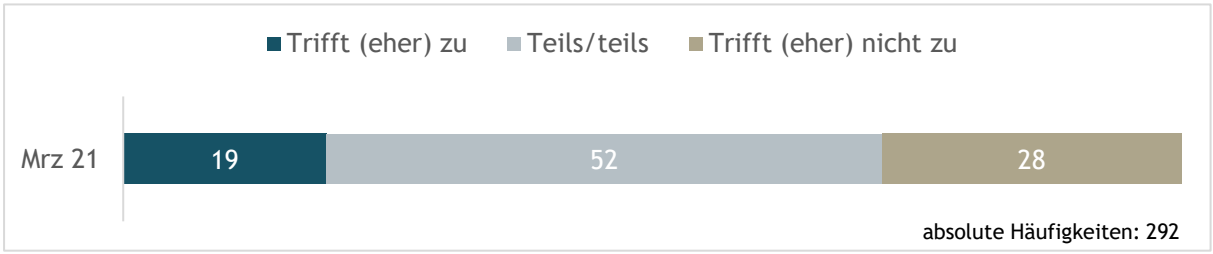
Mit Blick auf die finanziellen, demographischen und digitalen und Herausforderungen gemeinnütziger Organisationen in Hessen im Jahr 2021 stellt sich nun die Frage, inwiefern staatliche Sofortmaßnahmen Abhilfe leisten konnten und in welchen Bereichen eine weitere Unterstützung sinnvoll ist.

2.1 Bisherige Unterstützung in der Corona-Krise

Die Anzahl der befragten Organisationen, die einen oder mehrere Anträge auf Liquiditätshilfen stellten, lag sowohl in der März- als auch in der Junibefragung bei ca. 11 Prozent. Die Antragsquote ist hierbei etwas geringer als bei gemeinnützigen Organisationen in anderen Bundesländern, wo eine Antragsquote von ca. 16 Prozent zu beobachten war. Hinweise auf mögliche Hilfen und Angebote erhielten die befragten Organisationen hierbei vor allem über Verbände und Netzwerke (65 Prozent), durch die Medien (50 Prozent), oder direkt von der Landesregierung bzw. den zuständigen Behörden (24 Prozent).

Die Organisationen, die keinen Antrag gestellt hatten, begründeten diese Entscheidung unter anderem damit, dass sie keinen Bedarf hatten (freie Antworten), sie die Antragskriterien nicht erfüllen konnten (36 Prozent), oder ihre Bedarfe nicht von den Hilfsprogrammen abgedeckt wurden (12 Prozent). 18 Prozent aller befragten Organisationen gaben zudem an, dass sie kaum oder keine Informationen über Hilfsprogramme erreicht hätten. Die Frage nach der Eignung von staatlichen Hilfsprogrammen zu Abwendung der Existenzgefährdung gemeinnütziger Organisation in Hessen wird folglich gemischt beantwortet. Während knapp jede fünfte der befragten Organisationen den Hilfsprogrammen ein (eher) positives Zeugnis ausstellte, waren für mehr als jede vierte der befragten Organisationen die Maßnahmen (eher) unzureichend (siehe Abbildung 9).

ABBILDUNG 9: MÄRZBEFRAGUNG: „DIE HILFSPROGRAMME VON BUND UND LÄNDERN SIND GEEIGNET, DIE EXISTENZGEFÄHRDUNG VONGEMEINNÜTZIGEN ORGANISATIONEN DURCH DIE CORONAKRISE ABZUWEHREN“ (IN PROZENT)

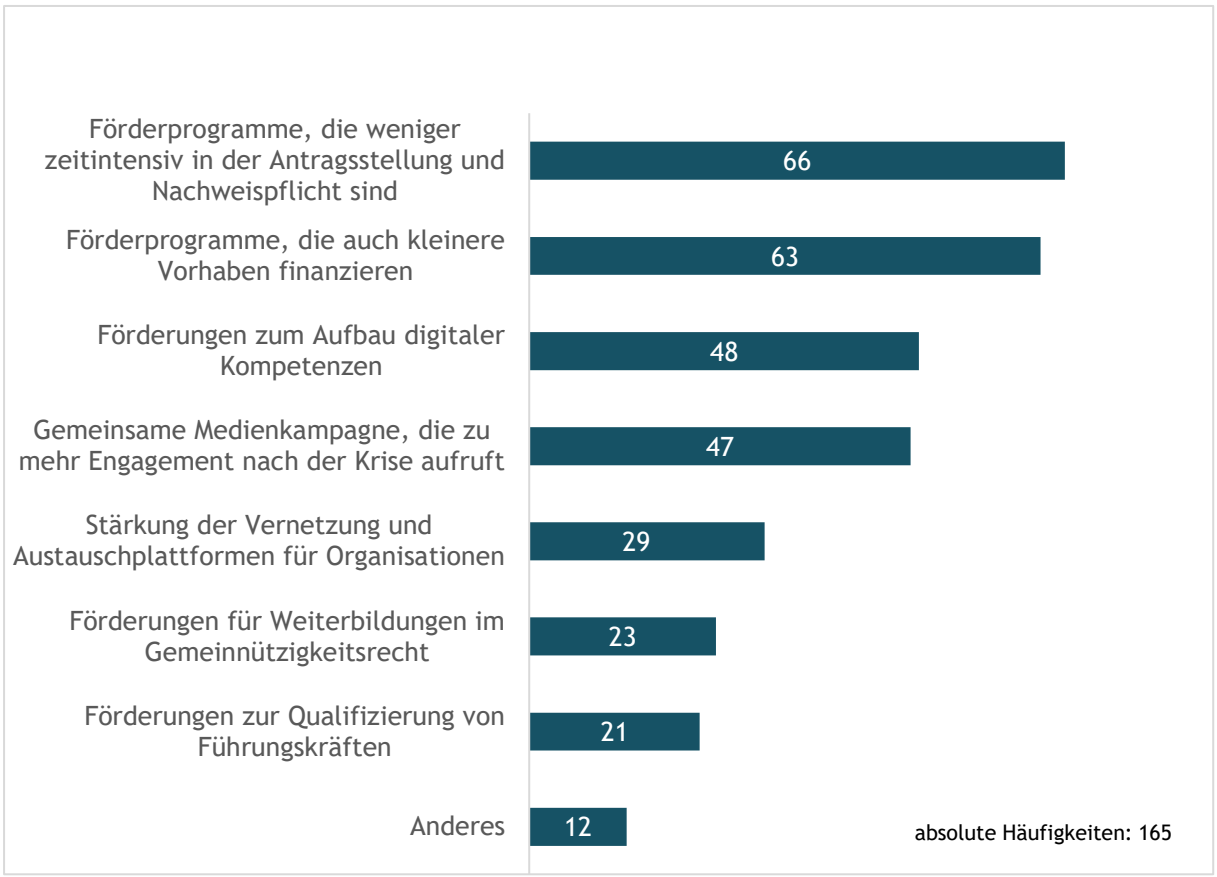


2.2 Zukünftig gewünschte Unterstützung

Zur Vorbereitung auf die Zeit nach der Pandemie wünschen sich die befragten Organisationen vor allem Förderprogramme, die als weniger bürokratisch wahrgenommen werden. Dies kann erreicht werden, indem Antragsstellung und Nachweispflicht weniger zeitintensiv sind (66 Prozent) und Förderprogramme auch kleinere Vorhaben finanzieren (63 Prozent). Fast jede zweite befragte Organisation wünscht sich weiterhin zudem Förderungen zum Aufbau ihrer digitaler Kompetenzen und eine gemeinsame Medienkampagne, die zu mehr Engagement nach der Krise aufruft (siehe Abbildung 10). Organisationen im dünn besiedelten ländlichen Raum scheinen insgesamt seltener Unterstützung in Anspruch nehmen zu wollen als Organisationen im städtischen Raum. So wünschten sich beispielsweise lediglich 48 Prozent der Organisationen im dünn besiedelten ländlichen Raum mehr Förderprogramme, die weniger zeitintensiv in der Antragstellung sind. Bei Organisationen im städtischen Raum waren es hingegen knapp 70 Prozent. Ähnlich verhält es sich beim Wunsch nach mehr Förderungen digitaler Kompetenzen. Hier sprachen sich 39 Prozent

der Organisationen im dünn besiedelten ländlichen Raum dafür aus. Im städtischen Raum waren es wiederum knapp 50 Prozent. Diese Werte lassen damit den Schluss zu, dass gerade neuere Formen und Möglichkeiten des Engagements vor allem im urbanen Raum auf Zuspruch treffen. Auch der ländliche Raum würde von diesen Innovationen profitieren, benötigt zunächst aber noch mehr Vermittlungsarbeit der Chancen und Möglichkeiten.

ABBILDUNG 10: SEPTEMBERBEFRAGUNG: GEWÜNSCHTE UNTERSTÜTZUNG DURCH DIE POLITIK (IN PROZENT)



Bezüglich möglicher Förderansätze im Digitalisierungsbereich ist für die befragten Organisationen vor allem die Unterstützung Engagierter und Mitglieder bei der Aneignung digitalen Knowhows, die Gewährleistung bedarfsgerechter Hardware-Ausstattung, und die Ermöglichung von Überblickswissen über digitale Anwendungen relevant. Hier können staatliche Hilfsmaßnahmen sehr gut ansetzen und beispielsweise technisches Equipment, Coaches, Schulungen oder Weiterbildungen für gemeinnützige Organisationen bereitstellen.

Neben einem Ausbau unterschiedlicher Förderangebote ist zudem der Ausbau von Beratungsangeboten entscheidend. Wenn gemeinnützige Organisationen Hilfestellungen zu bestehenden oder möglichen Förderanträgen benötigen, sind neben der fördernden Organisation und dem eigenen Verband auch die Kommunalverwaltungen relevante Ansprechpersonen (für 31 Prozent der Befragten). Die Ausweitung bestehender Beratungsangebote ermöglicht den Abbau bürokratischer Hürden und nimmt vor allem kleineren Organisationen die Angst vor der Antragstellung. Gekoppelt mit einer starken Öffentlichkeitarbeit, können Beratungsangebote somit nicht nur den Antragserfolg gemeinnütziger Organisationen steigern, sondern auch die Reichweite bestehender und neuer Förderprogramme weiter erhöhen.

3. Fazit und Empfehlungen

Gemeinnützige Organisationen in Hessen haben seit der Corona-Krise großartiges geleistet. Sie haben spontan und kreativ u.a. besonders bedürftige oder gefährdete Personen unterstützt, Kinder und Jugendliche (digital) in den schwierigen Monaten begleitet und so dazu beigetragen, dass so viel Normalität wie möglich in den vergangenen Monaten gelebt werden konnte. Trotz erheblicher Einbuße hat der Großteil dieser Organisationen die Corona-Krise im Jahr 2021 gut überstanden. Neben ihrem Engagement mussten sie finanzielle Einbußen kompensieren, sich um die Bindung der Mitglieder und Engagierten kümmern sowie nahezu abrupt von rein analogen auf digitale Prozesse umstellen.

Nichtsdestotrotz hat die Krise Themen hervorgehoben, die in der weiteren Arbeit im Mittelpunkt der Organisationen stehen sollten, damit sie sich für die weitere Zukunft stabilisieren können.

Negative Engagemententwicklung umwandeln: Auch in den kommenden Monaten wird die Bindung und Anwerbung neuer Mitglieder und Engagierter im Mittelpunkt des Alltags vieler Organisationen stehen.

- Um auch in Zukunft mit ausreichend vielen Aktiven sich engagieren zu können, ist eine hinreichend diverse Basis an Mitgliedern und Engagierten wichtig. Es lohnt sich daher, bewusst Gruppen in der weiteren Akquise zu fokussieren, die bisher weniger in der Mitgliederstruktur vertreten waren. Ihre Wirkung als Multiplikatoren für weitere Interessierte hat zudem größere Erfolgschancen als die Werbung in einem begrenzten gesellschaftlichen Milieu.
- Es sollte zudem frühzeitig mit der Akquise der nächsten Generation von Führungskräften begonnen werden, beispielsweise durch Tandemprogramme junger Engagierter mit erfahrenen Führungspersonen. Zusätzlich sollte die Teilnahme an Qualifizierungsprogrammen begrüßt werden, um Unsicherheiten ab- und Kompetenzen aufzubauen.
- Hier kann auch die Engagementförderung unterstützen, indem vermehrt Fortbildungen für Führungskräfte beworben werden, von denen sich auch Interessierte an Aufgaben mit Führungsverantwortung angesprochen fühlen.
- Die Auswirkungen der Pandemie vertiefen Brüche zwischen Mitgliedergewinnern und -verlierern. Organisationen mit Verlusten sollten in der Erarbeitung eigener nachhaltiger Nachwuchsstrategien ermutigt und beratend begleitet werden.
- Eine diverse Basis an Mitgliedern und Engagierten begünstigt außerdem Meinungsvielfalt. Räume des Austauschs und der Diskussion kontroverser Themen sollten darum dringend erhalten bzw. aufgebaut werden. So kann durch den Dialog gegenseitiges Verständnis und Akzeptanz geschaffen werden. Das Engagement bspw. in einem Verein erhält dadurch zusätzlichen Wert und Anerkennung.

Erneute finanzielle Engpässe vermeiden: Durch das notwendige drastische Einschränken des öffentlichen Lebens im Jahr 2021 gerieten vor allem Organisationen in finanzielle Notlagen, die ihre Einnahmen überwiegend aus Veranstaltungen, Seminaren und anderen kostenpflichtigen Angeboten generierten. Ein längerfristiger Trend von Mitgliederaustritten wird Vereine, die sich durch eine breite Mitgliedschaft finanzieren, treffen.

- Frühzeitig sollten Organisationen daher eruieren, wie Einnahmen breiter aufgestellt werden können. Gerade hier bieten Social Media und digitale Plattformen eine gute Möglichkeit, um Spendenaktionen regional unabhängig umzusetzen und neben kostenpflichtigen analogen auch digitale Angebote anzubieten.
- Letztlich sollten Mitgliedschaftsbeiträge den Bedürfnissen der Personen individueller angepasst werden. Hier bieten sich neben bspw. Junior- und Seniormitgliedschaften weitere Modelle an, die erprobt werden sollten.
- Schließlich sind auch kleinere Unternehmen vor Ort häufig sehr an einer Förderung des gemeinnützigen Engagements interessiert, wissen aber nicht, wie sie dies sinnvoll

gestalten können. Ein gemeinsamer Austausch und die Diskussion möglicher Partnerschaften wäre ein wichtiger Schritt für eine krisenresilientere Finanzierungsstruktur.
- Darüber hinaus sind staatliche Unterstützungsprogramme weiterhin notwendig und erwünscht. Hilfsprogramme sollten hierbei weniger zeitintensiv in der Antragstellung und Nachweispflicht sein und auch kleinere Projektvorhaben fördern.

Digitalisierung als Arbeitsentlastung und Gestaltungschance nutzen:

- Moderiertes Peer-Learning im bürgerschaftlichen Engagement über selbstorganisierte oder bereitgestellte Plattformen ist ein wichtiger Weg für den Kompetenzaufbau. Vor allem älteren ehrenamtlich Engagierten gegenüber ist das Vermitteln von digitalem Knowhow nach wie vor eine der größten Herausforderungen. Auch hier ist der Wissenstransfer zwischen erfahrenen Organisationen sowie zwischen Engagierten wertvoll.
- Jüngere Engagierte sollten jedoch auch die Chance erhalten, als kompetente Expertinnen und Experten wahrgenommen und anerkannt zu werden. Beides kann eine Organisation bedienen und als Synergie zusammenführen. Austauschformate zwischen digital erfahrenen und unerfahrenen Organisationen können hier eine wirksame Hilfe und Vernetzungsmöglichkeit sein.
- Förderprogramme im Digitalisierungsbereich sollten auch im Jahr 2022 einen Schwerpunkt darauf setzen, dass Akteure über Chancen digitaler Anwendungen für das gemeinnützige Engagement informiert werden.
- Zudem wird die Nachfrage nach Datenschutz und Datensicherheit wachsen, je mehr Organisationen digital aktiv sind. Darum sollte ein breites Informationsportfolio zu Risiken und Gefahren frühzeitig bereit stehen, um Unsicherheiten ab- und Verbraucher schützende Kompetenzen aufzubauen.
- Letztlich ist jedoch stets die bewusste Prüfung zentral, in welchem Bereich digitale Anwendungen Engagement tatsächlich erleichtern und wo sie lediglich einen reinen Selbstzweck erfüllen würden. Dies ist ein Prozess, der die gesamte Organisation und ihre Mitglieder und Engagierten betrifft. Digitalisierung heißt auch immer eine Veränderung der Organisationskultur. Vereine, Stiftungen und andere, die sich diesem Prozess allein nicht gewachsen fühlen, sollten mit der Stärkung bereits bestehender Angebote und der Entwicklung weiterer Angebote, aufgefangen werden.

Häufig hilft bei allen Themen zu Beginn auch einfach schon der Erfahrungsaustausch mit anderen Organisationen. Diesen Kontakt über bisherige Netzwerke im eigenen Engagementbereich hinweg herzustellen, ist oft nicht leicht. Hier kann die Engagementförderung helfen und ein erstes Kennenlernen organisieren, dass sich im Anschluss selbst tragen kann.

Grundsätzlich empfiehlt sich zudem die Bedeutung gemeinnützigen Engagements für die Gesellschaft, beispielsweise durch gemeinsame Medienkampagnen, immer wieder herauszustellen und somit zu stärken.