

Auszüge aus dem Berliner Freiwilligensurvey, 2009/2011

Zusammengestellt von Carola Schaaf-Derichs, Treffpunkt Hilfsbereitschaft
Anlässlich des Symposiums am 24.10.2011

- Es besteht aus Sicht der Freiwilligen ein Mangel an medialer Anerkennung für das Bürgerschaftliche Engagement (S. 25).
(Anmrg.d.Verf.: Dies bezieht sich auf den Sachstand des Untersuchungsjahres 2009. In den beiden folgenden Jahren haben sich drei Berlin weite Zeitungen (BZ, Berliner Woche, Tagesspiegel) mit eigenen Formaten zum Themenfeld Bürgerschaftliches Engagement positioniert.)
- In Berlin fehlt die Unterstützung für „Corporate Volunteering“, d.h. für Mitarbeiterengagement bei sehr viel mehr Arbeitgebern als im Bundesgebiet (S.23).
- Um die wirtschaftlich gut Gestellten für ein Engagiert sein besser zu erreichen, fehlt es an einem stadtpolitischen Leitbild für diese Schicht (S.18) .
- Zudem hat Berlin das „Luxusproblem“ von zuviel Kulturangeboten, um die Dringlichkeit eines Bürgerschaftlichen Engagements noch mehr zu bekräftigen (S.28).
- Menschen mit einfachen und mit mittleren Bildungsabschlüssen erfahren einen Mangel an passenden Angeboten im Bürgerschaftlichen Engagement. Gründe liegen im relativ hohen Grad der Institutionalisierung des Bürgerschaftlichen Engagements sowie an der Vielzahl von Hauptamtlichen in den Organisationen S. 22/23). (Stadt - Land - Unterschied)
- Die Ausstattung von Vereinen in ihrer Infrastruktur ist für ein effektives Arbeiten bei einer großen Zahl von kleinen Einrichtungen zu gering (S.24)
- Die öffentlichen Gelegenheiten zur Information und die öffentlichen Beratungsangebote zum Bürgerschaftlichen Engagement werden als zu gering („mangelhaft“) benannt (S.25). 37% der Befragten haben ein großes Interesse an besseren Gelegenheiten zur Information und Beratung. Die Förderung von Freiwilligenagenturen im Sinne „kommunaler Entwicklungsagenturen“ ist daher besonders wichtig (S. 26)
- Die Vernetzung aller Akteure im Bürgerschaftlichen Engagement ist in urbanen Räumen wie Berlin besonders wichtig (S.26/27). Es geht darum, stabile, verlässliche Strukturen zu schaffen (S.29). Der Stand der Bürgeraktivitäten ist zugleich die Grundlage für die (machbare) Engagementpolitik (S.31)
- Obwohl 66% aller Berliner Zugang zum Internet haben, nutzten (2009) nur 13% das Internet für ihre Engagementsuche. Daher sollten entsprechend aktuell gehaltene Angebote stärker via Internet kommuniziert werden (S.26/27).
- Zugleich reicht die Information via Internet bei Weitem nicht aus. Die Befragten erwarten insbesondere persönliche Beratungsangebote (S.27).
- Das Bürgerschaftliche Engagement ist die anspruchvollste Form zivilgesellschaftlichen Verhaltens. Es braucht vielfältige Voraussetzungen und eine Kultur allgemeiner öffentlicher Teilhabe (S.32).