



ZIVILGESELLSCHAFT  
IN ZAHLEN **ZIVIZ**

Engagement-Barometer - 4. Panelbefragung

# DIE SITUATION DER ORGANISIERTEN ZIVILGESELLSCHAFT IM JUNI 2021

---





# INHALTSVERZEICHNIS

---

- I. DATENSATZÜBERSICHT
  - II. ENGAGEMENTENTWICKLUNG
  - III. MITGLIEDERSTRUKTUR
  - IV. ENGAGEMENT WÄHREND UND NACH LOCKDOWN
  - V. FINANZIELLE SITUATION UND HILFSPROGRAMME
  - VI. DIGITALISIERUNG
  - VII. INFORMATIONSAUSTAUSCH
  - VIII. ENGAGEMENT NACH CORONA
  - IX. FAZIT UND EMPFEHLUNGEN
  - X. ÜBER DAS PROJEKT
-



# I. DATENSATZÜBERSICHT

---

1. BASISDATEN
2. SIEDLUNGSSTRUKTURELLE VERTEILUNG
3. VERTEILUNG NACH ENGAGEMENTBEREICHEN
4. VERTEILUNG EHREN- & HAUPTAMTLICH GETRAGENER ORGANISATIONEN



## 1. BASISDATEN

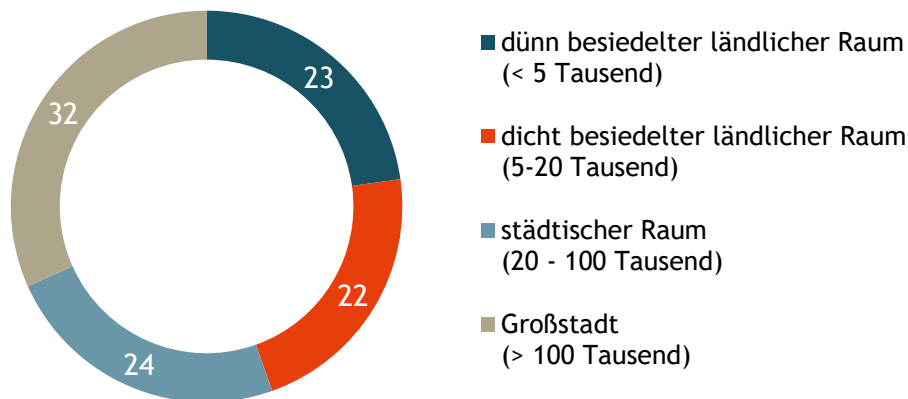
---

- » Feldphase: **28. Mai - 13. Juni 2021**
- » Vollständig abgeschlossene Interviews: **1.603**
- » Bereitschaft an weiterer Panelteilnahme: **81,9 Prozent**

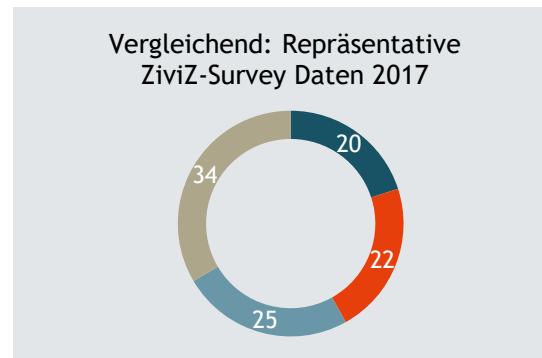


## 2. SIEDLUNGSSTRUKTURELLE VERTEILUNG

**Frage:** Wie viele Einwohner hat die Gemeinde/Stadt, in der Ihre Organisation ihren Hauptsitz hat?  
(in Prozent)



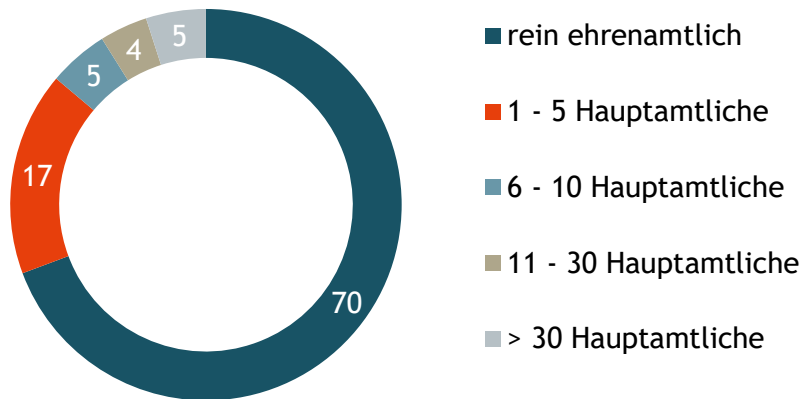
Absolute Häufigkeiten: 1.583





### 3. VERTEILUNG EHREN- UND HAUPTAMTLICH GETRAGENER ORGANISATIONEN

**Frage:** Wie viele Mitglieder, Mitarbeitende und Engagierte hat Ihre Organisation derzeit?  
(in Prozent)



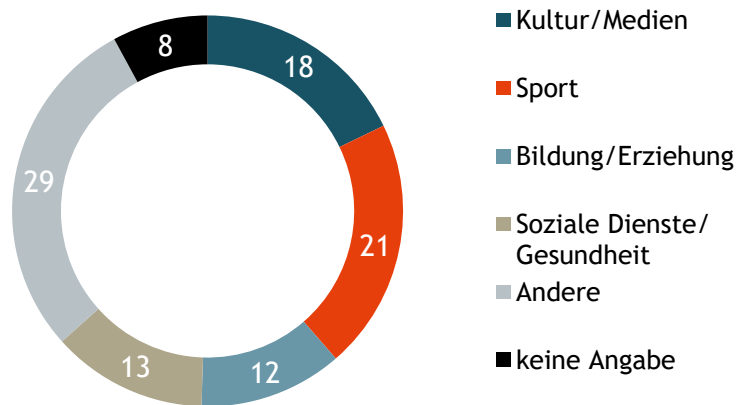
Absolute Häufigkeiten: 1.284





## 4. VERTEILUNG NACH ENGAGEMENTBEREICHEN

**Frage:** In welchem der folgenden Bereiche ist Ihre Organisation aktiv?  
(in Prozent)



Absolute Häufigkeiten: 1.599



## II ENGAGEMENTENTWICKLUNG

---

1. ENGAGEMENTENTWICKLUNG
2. MITGLIEDERENTWICKLUNG
3. KÜNDIGUNGEN NACH ENGAGEMENTBEREICHEN
4. NEUE MITGLIEDER/ENGAGIERTE
5. VERGLEICH MITGLIEDSCHAFTSKÜNDIGUNGEN UND EINTRITTE

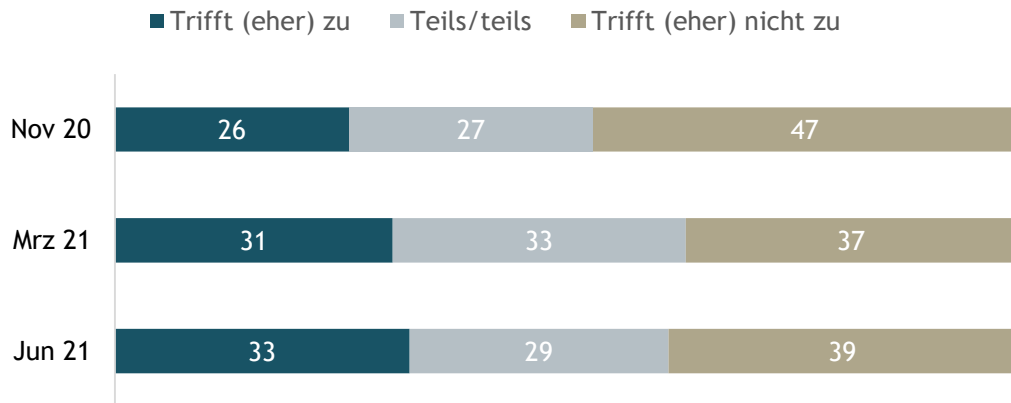




## 1. ENGAGEMENTENTWICKLUNG

### Frage: Wie bewerten Sie folgende Aussage?

„Es gibt viele Engagierte, die sich für Betroffene der Corona-Krise helfend engagieren“ (in Prozent)



Absolute Häufigkeiten: 592 / 2.717 / 1.592

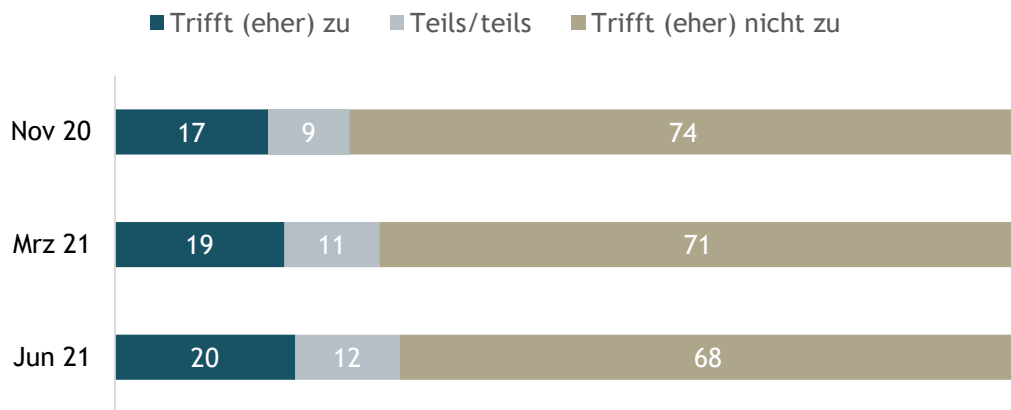
» Anteil an Organisationen mit vielen aktiv Engagierten nahm im Zeitverlauf um 7 Prozent zu.



## 2. MITGLIEDERENTWICKLUNG

### Frage: Wie bewerten Sie folgende Aussage?

„Es kommt bedingt durch die Corona-Krise zu Kündigungen von Mitgliedschaften.“ (in Prozent)



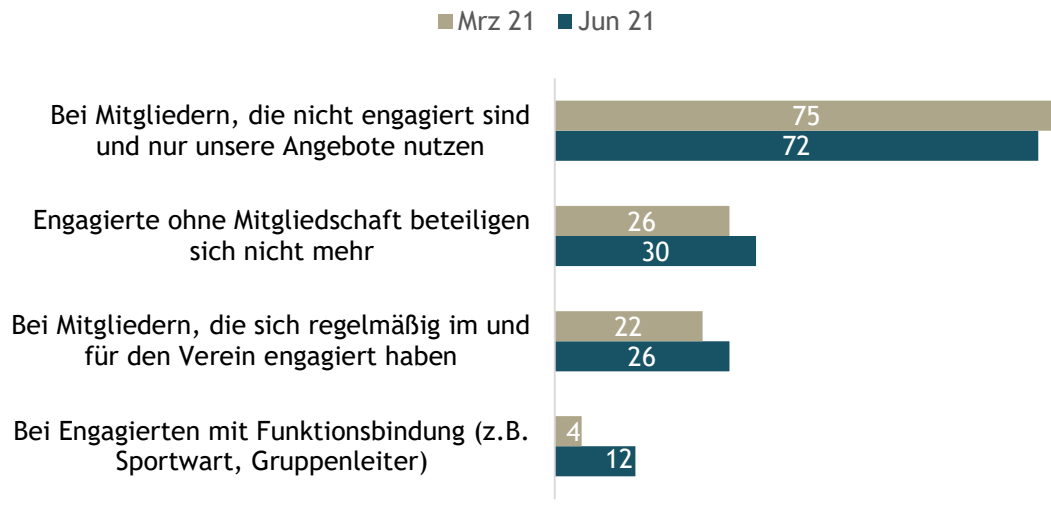
Absolute Häufigkeiten: 651 / 2.731 / 1.593

» Anteil an Organisationen, die von Mitgliedschaftskündigungen betroffen sind, nimmt im Zeitverlauf leicht zu.



### 3. KÜNDIGUNGEN JE MITGLIEDSCHAFTSTYPEN

**Frage:** In welcher Mitgliedergruppe kommt es aufgrund der Corona-Krise besonders zu Kündigungen?  
(in Prozent)



- » Vor allem Mitglieder, die nicht aktiv engagiert sind, kündigen.
- » Anteil an Kündigungen von Engagierten mit Funktionsbindung steigt.

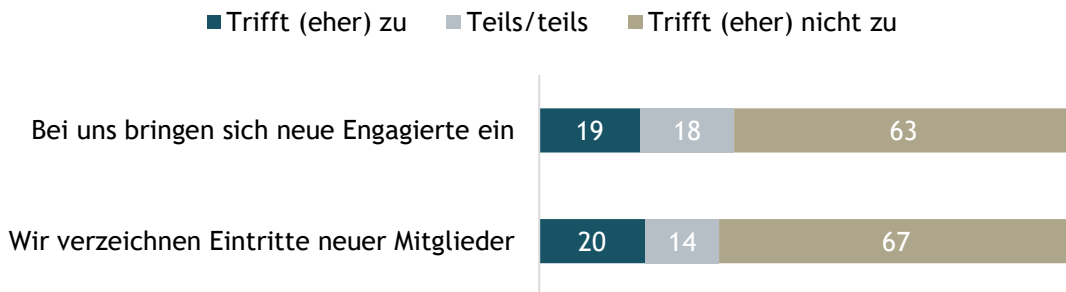
März 2021 - Absolute Häufigkeiten: 827

Juni 2021 - Absolute Häufigkeit: 511



## 4. NEUE MITGLIEDER/ ENGAGIERTE

Frage: Was trifft bei Ihnen zu? (in Prozent)



» Etwa ein Fünftel der Organisationen verzeichnen einen Zuwachs an engagierten Personen ohne Mitgliedschaft und neuen Mitgliedern.

Absolute Häufigkeiten: 1.586 / 1.544



## 5. VERGLEICH MITGLIEDERSCHAFTSKÜNDIGUNGEN UND EINTRITTE

(in Prozent)

Wir verzeichnen Eintritte **neuer Mitglieder**

		Trifft (eher) nicht zu	Teils/ teils	Trifft (eher) zu
Es kommt in unserer Organisation bedingt durch die Coronakrise zu <b>Kündigungen</b> von Mitgliedern	Trifft (eher) nicht zu	43	10	16
	Teils/ teils	8	2	2
	Trifft (eher) zu	16	2	2

- » 43 Prozent verzeichnen weder Kündigungen noch Eintritte neuer Mitglieder.
- » Nur 2 Prozent der Organisationen verzeichnen sowohl Kündigungen als auch Neueintritte.
- » Organisationen, die wenige Kündigungen haben, verzeichnen tendenziell mehr Eintritte und umgekehrt.

Absolute Häufigkeiten: 1.543



## ZUSAMMENFASSUNG

---

- » Der Anteil der Organisationen, die Mitgliederaustritte verzeichnen, hat sich seit März 2021 kaum verändert. Jedoch ist der Anteil der Organisationen gestiegen, die Austritte unter aktiven Engagierten oder Funktionsträgern beobachten.
- » Auch Neumitgliedschaften sind zu beobachten. Diese sind unter Organisationen, die Austritte verzeichnen, jedoch geringer. Es scheinen sich zwei Gruppen zu bilden, die der Mitgliedergewinner und die der Mitgliederverlierer.



## III MITGLIEDERSTRUKTUR

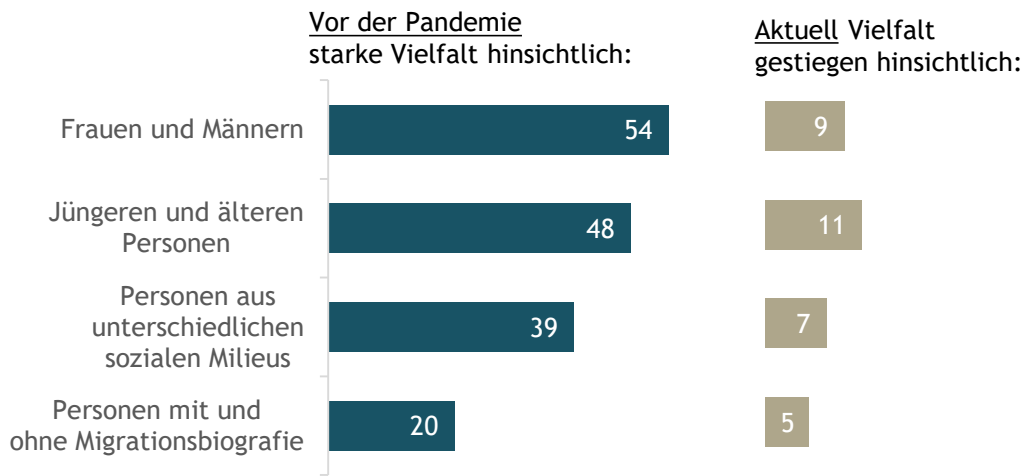
---

1. DIVERSITÄT VOR DER PANDEMIE UND AKTUELL
2. JUNGE ENGAGIERTE IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN



## 1. DIVERSITÄT VOR DER PANDEMIE UND AKTUELL

**Frage:** Es gibt Organisationen, deren Engagierte und Mitglieder sehr vielfältig sind. Andere Organisationen werden von einer homogeneren Gruppe geprägt. Wie war das in Ihrer Organisation VOR der Pandemie? Wie ist das in Ihrer Organisation aktuell? (in Prozent)



Absolute Häufigkeiten: 1.599

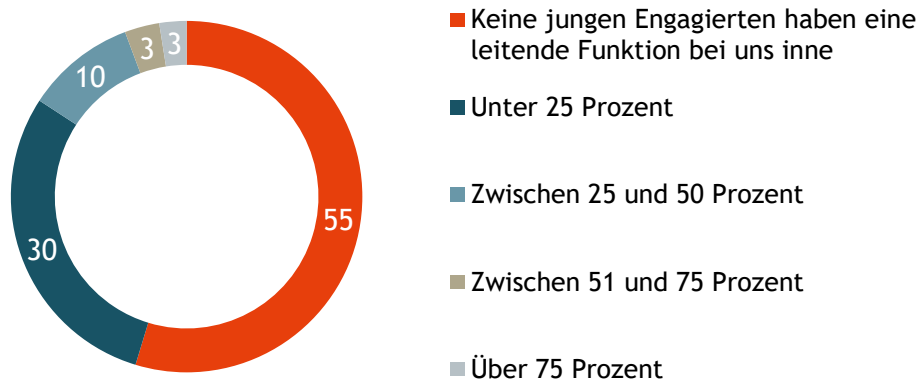
- » Mehr als jede zweite Organisation berichtet die größte Vielfalt hinsichtlich der Geschlechterverteilung.
- » Während der Corona-Krise konnte die Altersdiversität am stärksten profitieren.





## 2. JUNGE ENGAGIERTE IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN

**Frage:** Zu welchem Anteil übernehmen junge Engagierte (unter 30 Jahre) in Ihrer Organisation leitende Funktionen (z.B. als Vorstand)? (in Prozent)



- » Mehr als die Hälfte der Organisationen haben keine jungen Engagierten in Führungspositionen.
- » Mehr als ein Viertel der leitenden Funktionen ist nur in 16 Prozent der Organisationen durch jungen Personen besetzt.

Absolute Häufigkeiten: 1.538



## ZUSAMMENFASSUNG

---

- » Die größte Durchmischung innerhalb der Organisationen hat in Bezug auf das Alter stattgefunden.
- » Der Anteil an Engagierten mit Migrationshintergrund war schon vor der Pandemie gering und änderte sich kaum.
- » Bei mehr als der Hälfte der Organisationen gibt es keine Personen in Führungspositionen, die jünger als 30 Jahre sind.
- » Nur etwa jede sechste Organisation hat mehr als eine junge Person mit Führungstätigkeit.



## IV ENGAGEMENT WÄHREND UND NACH DEM LOCKDOWN

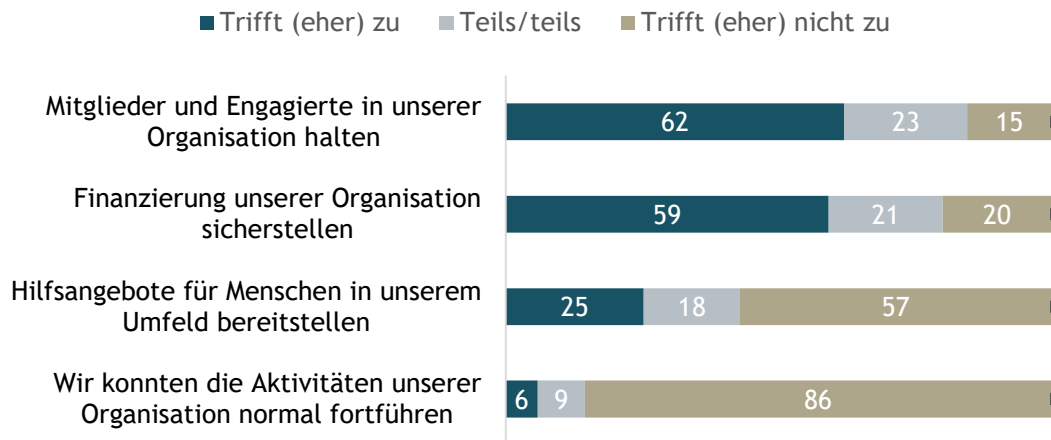
---

1. TÄTIGKEITEN WÄHREND DES LOCKDOWNS
2. ART DER HILFSANGEBOTE (FALLS VORHANDEN)



## 1. TÄTIGKEITEN WÄHREND DES LOCKDOWNS

**Frage:** Welche Tätigkeiten standen in Ihrer Organisation während des zweiten Lockdowns im Mittelpunkt? (in Prozent)



Absolute Häufigkeiten: 1.548 / 1.553 / 1.482 / 1.520

- » Für über die Hälfte der Organisationen stand im Fokus, Mitglieder zu halten und die Finanzierung sicher zu stellen.
- » Nur ca. 6 Prozent der Organisationen konnten ihre Aktivitäten normal fortführen.



## 2. ART DER HILFSANGEBOTE (FALLS VORHANDEN)

**Frage:** Um welche Hilfsangebote handelt es sich hierbei? (in Prozent)



Absolute Häufigkeiten: 663

» Am häufigsten boten Organisationen (digitale) Kontakträume als Hilfe während des Lockdowns an (42 Prozent). Etwa ein Drittel boten Einkaufshilfen an. Angebote der Kinderbetreuung machten die wenigsten Organisationen (14 Prozent).



## ZUSAMMENFASSUNG

---

- » Auch nach mehr als einem Jahr stehen die Stabilisierung finanzieller und personeller Ressourcen ganz oben auf der Prioritätenliste.
- » Besonders häufig wurden von Organisationen (digitale) Kontakträume als Hilfsangebote geschaffen.



## V FINANZIELLE SITUATION UND HILFSPROGRAMME

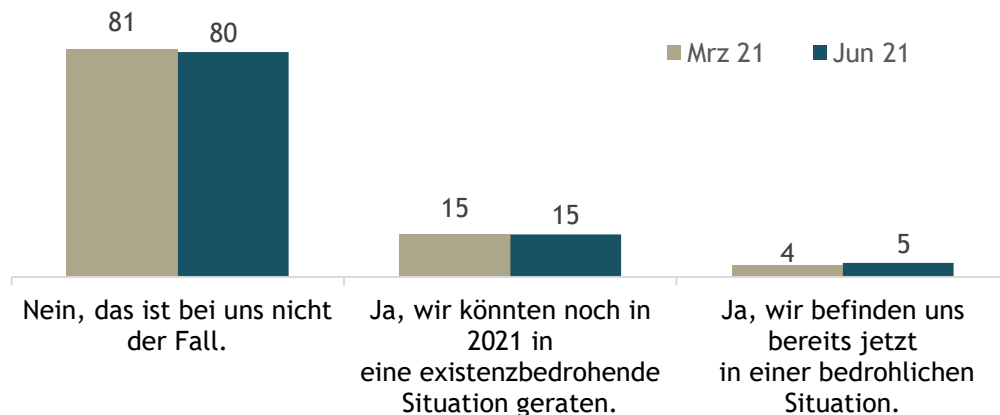
---

1. ANTEIL VON EXISTENZBEDROHTEN ORGANISATIONEN
2. ANTEIL VON EXISTENZBEDROHTEN ORGANISATIONEN NACH ENGAGEMENTBEREICHEN
3. NEUE FINANZIERUNGSWEGE
4. ANTRÄGE FÜR HILFSPROGRAMME
5. ANTRAGSBEWILLIGUNG NACH POLITIKEBENE



## 1. ANTEIL VON EXISTENZBEDROHTEN ORGANISATIONEN

**Frage:** Gefährden Einnahmerückgänge bei Ihnen zukünftig oder bereits schon jetzt die Existenz Ihrer Organisation? (in Prozent)



- » Etwa 1/5 der Organisationen befindet sich entweder schon jetzt in einer existenzbedrohenden Situation oder befürchten noch im laufenden Jahr 2021 in eine solche zu geraten.
- » Die Werte blieben seit der Erhebung im März 2021 konstant.

März 2021 - Absolute Häufigkeiten: 2.197/412/113

Juni 2021 - Absolute Häufigkeiten : 1.274 / 237 / 80

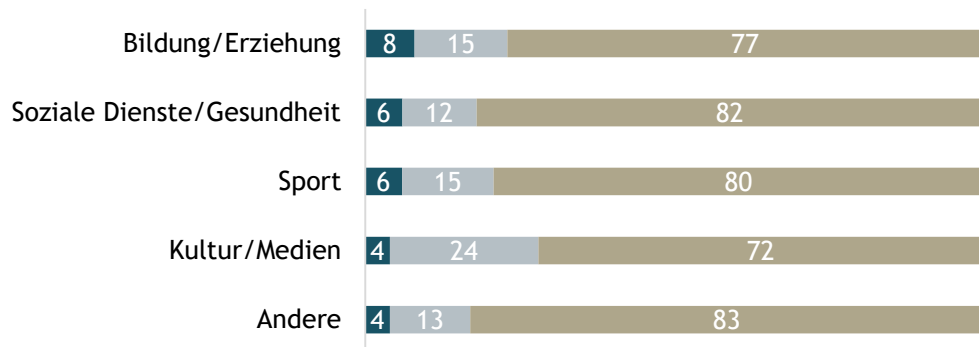




## 2. ANTEIL VON EXISTENZBEDROHTEN ORGANISATIONEN NACH BEREICHEN

**Frage:** Gefährden Einnahmerückgänge bei Ihnen zukünftig oder bereits schon jetzt die Existenz Ihrer Organisation? (in Prozent)

- Ja, wir befinden uns bereits jetzt in einer bedrohlichen Situation
- Ja, wir könnten noch in 2021 in eine existenzbedrohende Situation geraten
- Nein, das ist bei uns nicht der Fall



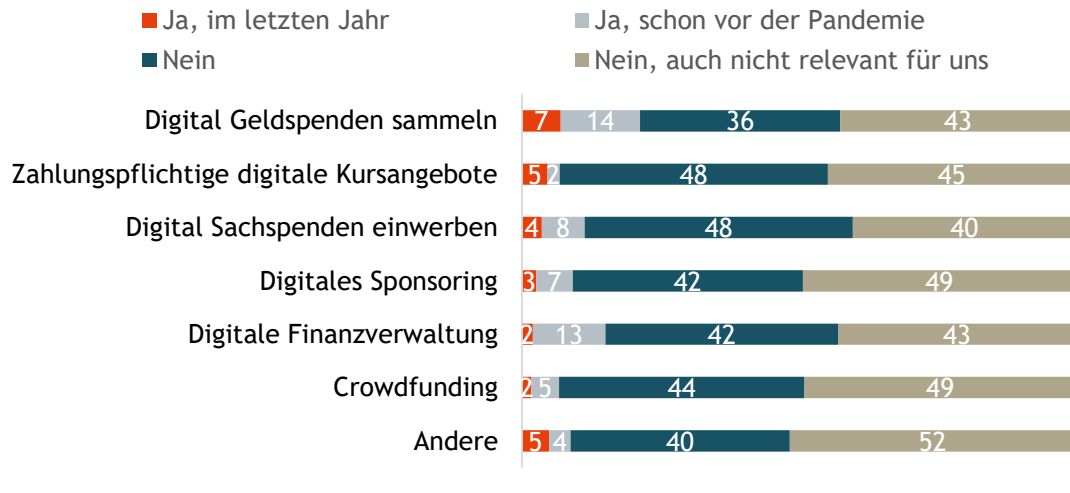
Absolute Häufigkeiten: 183/ 210/ 337/ 281 / 462

» Mehr Kultur- und Medienakteure als Bildungsakteure schließen eine Gefährdung in naher Zukunft nicht aus. Unter diesen ist der Anteil bereits existenzgefährdeter jedoch höher.



### 3. NEUE FINANZIERUNGSWEGE

**Frage:** Viele der Betroffenen haben in der Krise versucht, sich neue Finanzierungswege zu erschließen. Wie war das bei Ihnen? Haben Sie neue Wege der Finanzierung gefunden? (in Prozent)



» Zahlungspflichtige Onlinekurse erfuhren den zweitstärksten Aufwuchs in der Pandemie, werden allgemein aber am wenigsten genutzt. Digitale Geldspenden sind am populärsten.

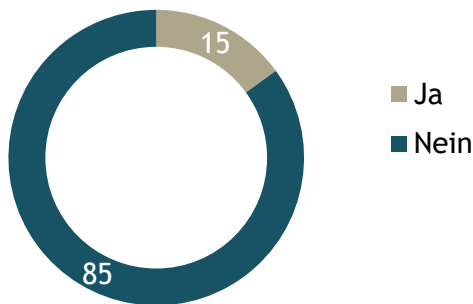
Absolute Häufigkeiten: 1.490 / 1.449 / 1.485 / 1.452 / 1.451 / 1.450 / 1.000



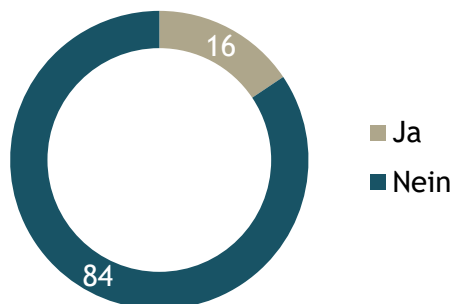
## 4. ANTRÄGE FÜR HILFSPROGRAMME

**Frage:** Hat Ihre Organisation einen Antrag für ein Hilfsprogramm gestellt?  
(in Prozent)

Antragstellung **bis** März 21



Antragstellung **seit** März 21



» *Seit* März haben 16 Prozent der Befragten mindestens einen Antrag für eine finanzielle Soforthilfe gestellt. Das sind ein Prozent mehr als *bis* März 2021.

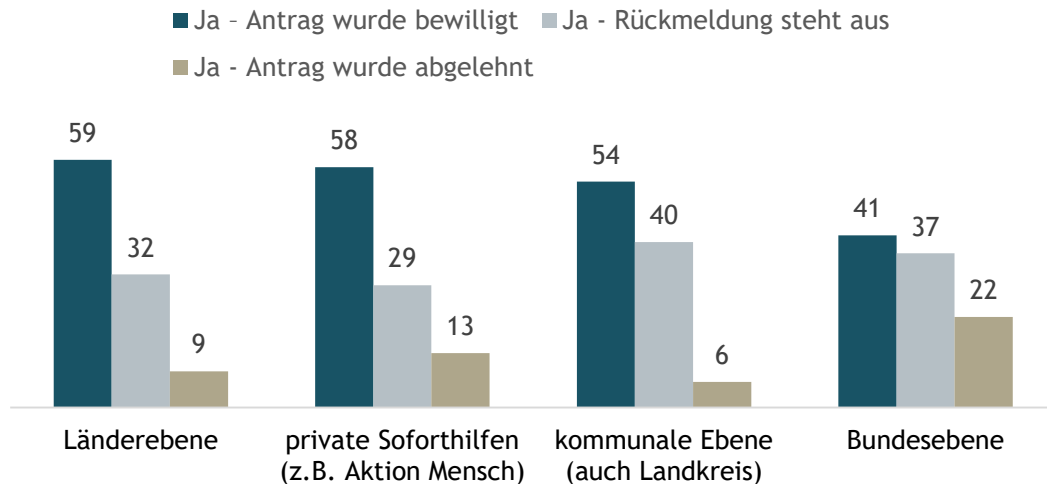
*Bis* März (Erhebung März) - Absolute Häufigkeit: 2.719

*Seit* März (Erhebung Juni) - Absolute Häufigkeit: 1.590



## 5. ANTRAGSBEWILLIGUNG NACH POLITIKEBENE

**Frage:** Auf welcher föderalen Ebene hat Ihre Organisation einen Antrag/mehrere Anträge für Hilfgelder gestellt? (in Prozent)



Absolute Häufigkeit: 154 / 52 / 98 / 95

- » Die meisten Anträge wurden auf Länderebene gestellt (s. absolute Häufigkeiten).
- » Anträge auf Länderebene und bei privaten Soforthilfen wurden anteilig am häufigsten bewilligt.
- » Der Anteil abgelehnter Anträge ist auf Bundesebene mit 22 Prozent am höchsten.



## ZUSAMMENFASSUNG

---

- » Der Anstieg von Organisationen in (potentieller) Existenznot sowie die unveränderte Wert an Antragstellungen zeigt: Der Bedarf staatlicher Hilfe besteht weiter.
- » Neue Finanzierungswege sind gefunden worden, der Großteil der Maßnahmen findet allerdings in bereits seit längerem vorhandenen Bereichen statt.



## VI DIGITALISIERUNG

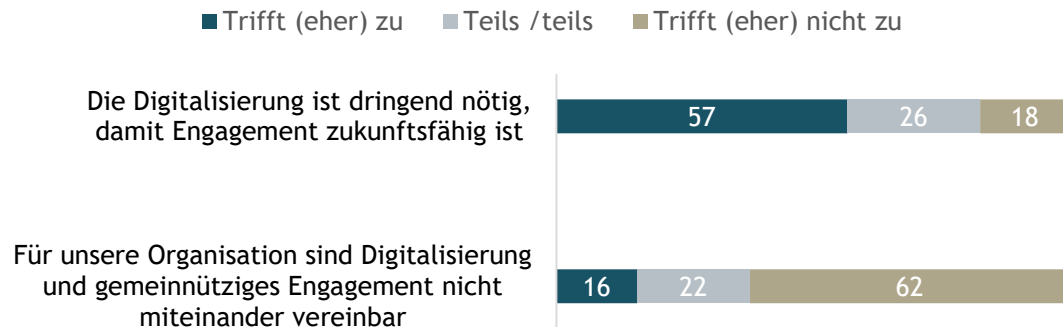
---

1. BEWERTUNG DER DIGITALISIERUNG IM ENGAGEMENT
2. BEWERTUNG DER DIGITALISIERUNG NACH ENGAGEMENTBEREICHEN
3. BEWERTUNG DER DIGITALISIERUNG NACH EINWOHNERZAHL
4. DIGITALISIERUNGSBEREICHE
5. WICHTIGSTE DIGITALE UNTERSTÜTZUNGSBEDARFE



## 1. BEWERTUNG DER DIGITALISIERUNG IM ENGAGEMENT

**Frage:** Wie steht Ihre Organisation zur Digitalisierung im zivilgesellschaftlichen Engagement?  
(in Prozent)



- » 57 Prozent sehen die Digitalisierung als dringende Notwendigkeit für die Zukunftsfähigkeit des Engagements.
- » Für 16 Prozent sind Digitalisierung und Engagement nicht miteinander vereinbar.

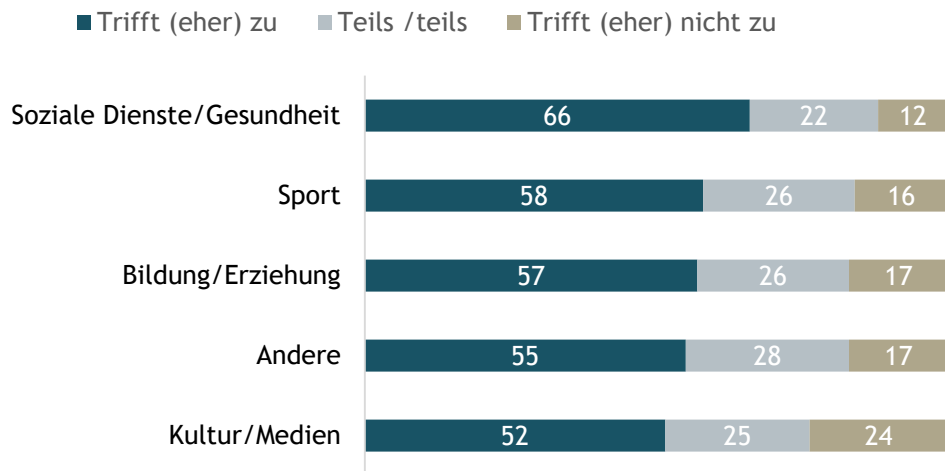
Absolute Häufigkeit: 1.545 / 1.480



## 2. BEWERTUNG DER DIGITALISIERUNG NACH ENGAGEMENTBEREICHEN

Frage: Wie stehen Sie zu der folgenden Aussage?:

„Die Digitalisierung ist dringend nötig, damit Engagement zukunftsfähig ist.“ (in Prozent)



- » Der häufigste Zuspruch besteht mit 2/3 unter sozialen und Gesundheitsdiensten.
- » Die häufigste Ablehnung besteht mit 24 Prozent unter Kultur- und Medienakteuren.

Absolute Häufigkeit: 202 / 334 / 178 / 448 / 270

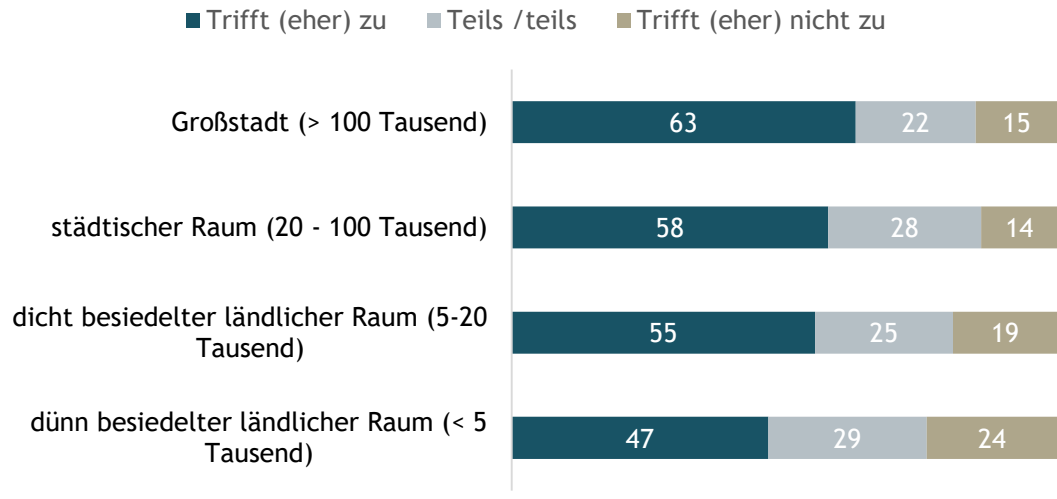




### 3. BEWERTUNG DER DIGITALISIERUNG NACH EINWOHNERZAHL

Frage: Wie stehen Sie zu der folgenden Aussage?:

„Die Digitalisierung ist dringend nötig, damit Engagement zukunftsfähig ist.“ (in Prozent)



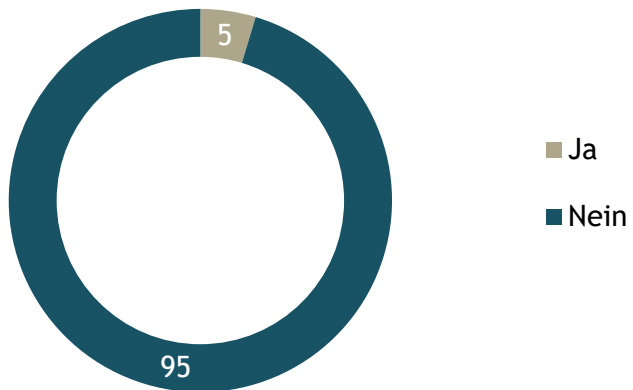
Absolute Häufigkeit: 486 / 370 / 332 / 344

» Unter Organisationen im dünn besiedelten ländlichen Raum ist die Skepsis gegenüber der Digitalisierung im Engagement am häufigsten zu beobachten.



## 4. REIN DIGITAL ARBEITENDE ORGANISATIONEN

**Frage:** Agiert Ihre Organisation komplett digital?  
(in Prozent)



>> Fünf Prozent der befragten Organisationen agierten komplett digital.

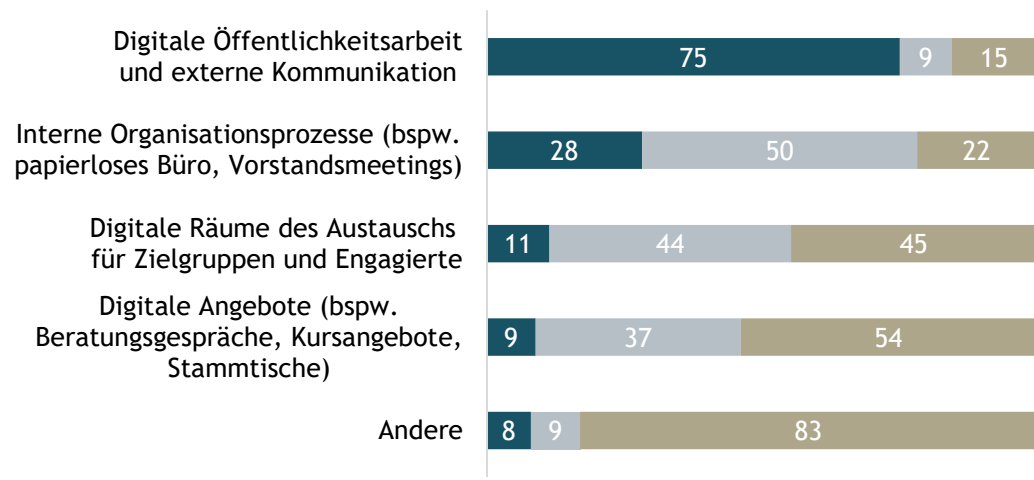
Absolute Häufigkeit: 1.595



## 5. DIGITALISIERUNGSBEREICHE

Frage: In welchen Bereichen nutzt Ihre Organisation digitale Anwendungen? (in Prozent)

■ Ja, schon vor der Pandemie ■ Ja, durch die Pandemie ■ Nein, wird nicht genutzt



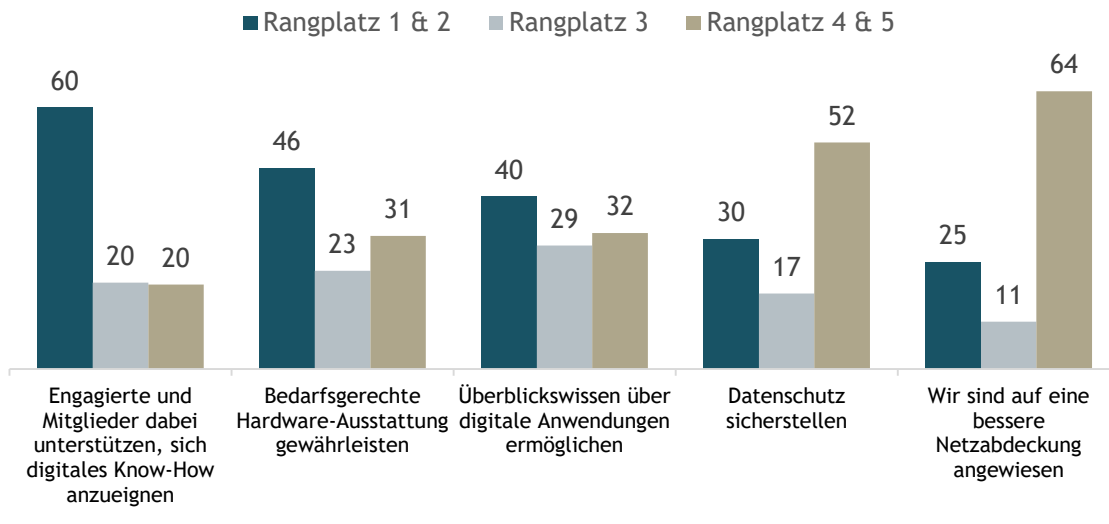
Absolute Häufigkeit: 1.496 / 1.484 / 1.458 / 1.461 / 595

- » Vor der Pandemie wurden digitale Möglichkeiten vor allem in der Öffentlichkeitsarbeit genutzt (75 Prozent).
- » Interne Organisationsprozesse sowie digitale Räume des Austauschs erfuhren einen Schub in der Corona-Krise.
- » Digitale Angebote setzen die wenigsten Befragten ein.



## 6. WICHTIGSTE DIGITALE UNTERSTÜTZUNGSBEDARFE

**Frage:** Welche der folgenden Unterstützungsbedarfe sind für Ihre Organisation wichtiger, welche weniger? (in Prozent)



Absolute Häufigkeit: 1.440 / 1.441 / 1.440 / 1.445 / 1440

- » Die wichtigsten Unterstützungsbedarfe bestehen im Schaffen von digitalem Know-How und Hardware.
- » Datenschutz und eine bessere Netzabdeckung ist für die wenigsten Befragten relevant.



## ZUSAMMENFASSUNG

---

- » Viele sind unschlüssig über Potentiale und Grenzen digitaler Anwendungen. Gerade für Engagement in ländlichen Regionen überwiegt das Potential, allerdings auch die Skepsis.
- » Die Priorisierung der digitalen Unterstützungsbedarfe bestätigt Fokussierungen auf Fortbildungs- und Infrastrukturangebote.



## VII INFORMATIONSAUSTAUSCH

---

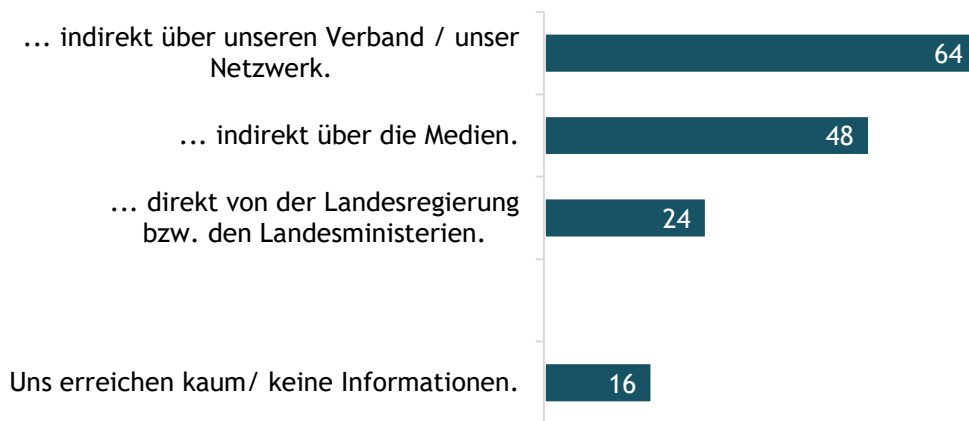
1. INFORMATIONSZUGANG
2. INFORMATIONSZUGANG NACH ENGAGEMENTBEREICHEN
3. ANSPRECHPERSONEN BEI BERATUNGSBEDARFEN
4. DIVERSITÄT DES AUSTAUSCHS ZWISCHEN DEN ORGANISATIONEN



## 1. INFORMATIONSZUGANG

Frage: Wie ist das bei Ihnen? (in Prozent)

Wir erhalten Informationen...



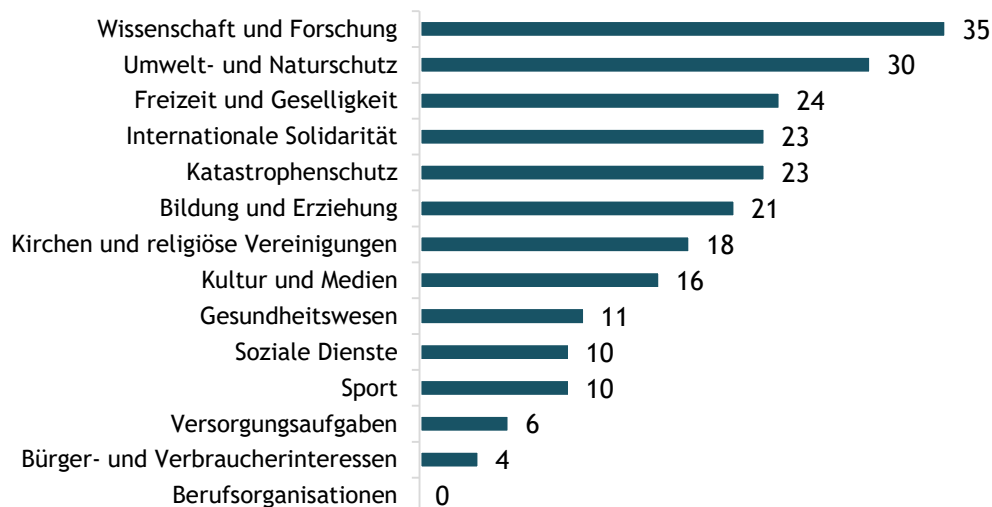
- » Fast jede vierte Organisation erhält Informationen direkt von der Landesregierung.
- » 16 Prozent der befragten Organisationen erhalten kaum Informationen.

Absolute Häufigkeit: 1.028 / 767 / 378 / 261



## 2. INFORMATIONSZUGANG NACH ENGAGEMENTBEREICHEN

**Frage:** Erhalten Sie Informationen zu Hilfen und Angeboten im Zuge der Engagementförderung?  
**Antwort:** Uns erreichen kaum/keine Informationen. (in Prozent)



Absolute Häufigkeit: 20 / 64 / 131 / 40 / 97 / 184 / 60 / 64 / 150 / 337 / 18 / 24 / 8

- » Je nach Tätigkeitsfeld erreichen Hilfs- und Angebotsinformationen die Organisationen unterschiedlich.
- » Im Wissenschafts- und Forschungsbereich erhalten 35 Prozent keine Informationen. Im Sportbereich sind es 10 Prozent.
- » Achtung: kleine Fallzahlen in einigen Engagementfeldern verzerren die Aussagekraft (siehe absolute Häufigkeit).

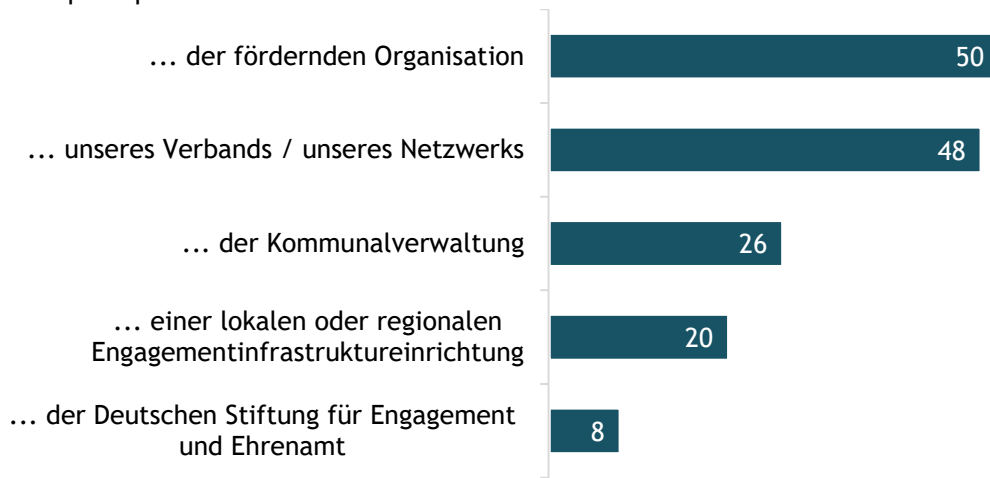




## 3. ANSPRECHPERSONEN BEI BERATUNGSBEDARFEN

**Frage:** Wenn Ihre Organisation bei Förderanträgen Unterstützung oder Beratung benötigt, wer wäre für Sie die optimale Ansprechperson? (in Prozent)

Ansprechpersonen ...



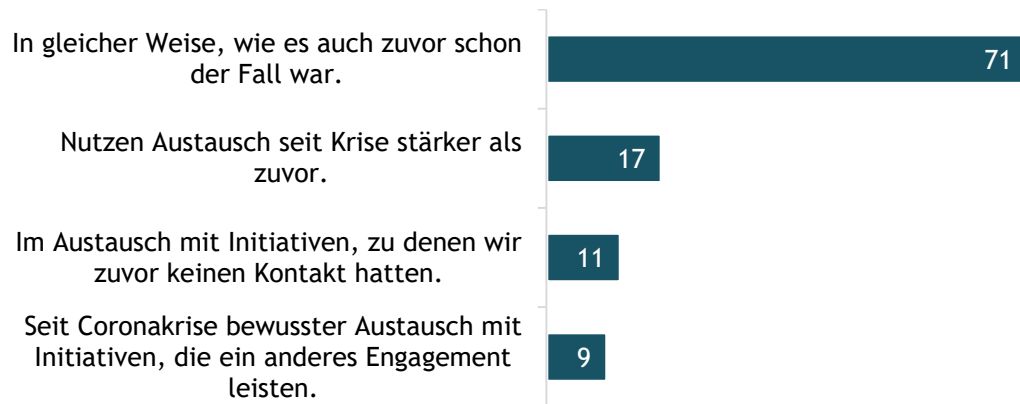
Absolute Häufigkeit: 792 / 766 / 411 / 323 / 135

» Jede fünfte Organisation wünscht sich eine Ansprechperson in Engagementinfrastruktureinrichtungen, jede vierte Organisation in der Kommunalverwaltung.



## 4. DIVERSITÄT DES AUSTAUSCHS ZWISCHEN DEN ORGANISATIONEN

**Frage:** Der Kontakt mit anderen Organisationen wird gern genutzt, um Erfahrungen auszutauschen und Neues kennenzulernen. Spielt dies in der Corona-Krise eine Rolle für Ihre Organisation?  
(in Prozent)



- » 79 Prozent der Befragten tauschen sich in gleicher Weise mit Organisationen aus, wie es schon vor der Corona-Krise der Fall war.
- » 17 Prozent haben den Austausch intensiviert.
- » Etwa jede zehnte befragte Organisation hat ihren Kontaktkreis erweitert und tauscht sich bewusster aus.

Absolute Häufigkeit: 1.132 / 265 / 181 / 152



## ZUSAMMENFASSUNG

---

- » Die Corona-Krise befördert einen stärkeren und bewussteren Austausch mit anderen Organisationen. Dies kommt auch einer diverseren Organisationsstruktur zugute.
- » Eine engere Begleitung und Beratung bei Förderanträgen ist gefragt. Vor allem Infrastruktureinrichtungen und Kommunalverwaltungen werden hier als ideale Adressen wahrgenommen.



## VIII ENGAGEMENT NACH CORONA

---

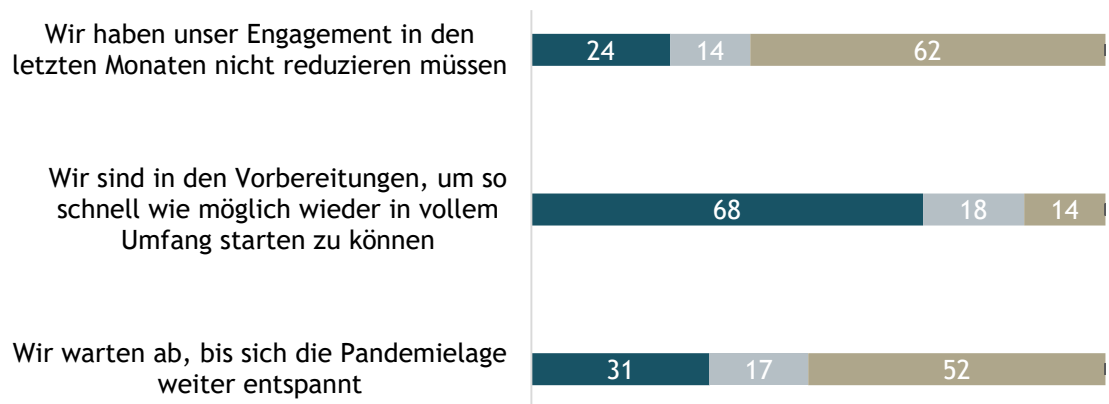
1. ENGAGEMENT WÄHREND UND NACH DER CORONAKRISE
2. ENGAGEMENT NACH CORONA IN ENGAGEMENTBEREICHEN



# 1. ENGAGEMENT WÄHREND UND NACH DER CORONA-KRISE

Frage: Bereitet sich Ihre Organisation auf die Zeit nach der COVID19-Pandemie vor? (in Prozent)

■ Trifft (eher) zu ■ Teils/teils ■ Trifft (eher) nicht zu



Absolute Häufigkeit: 1.512 / 1.415 / 1.533

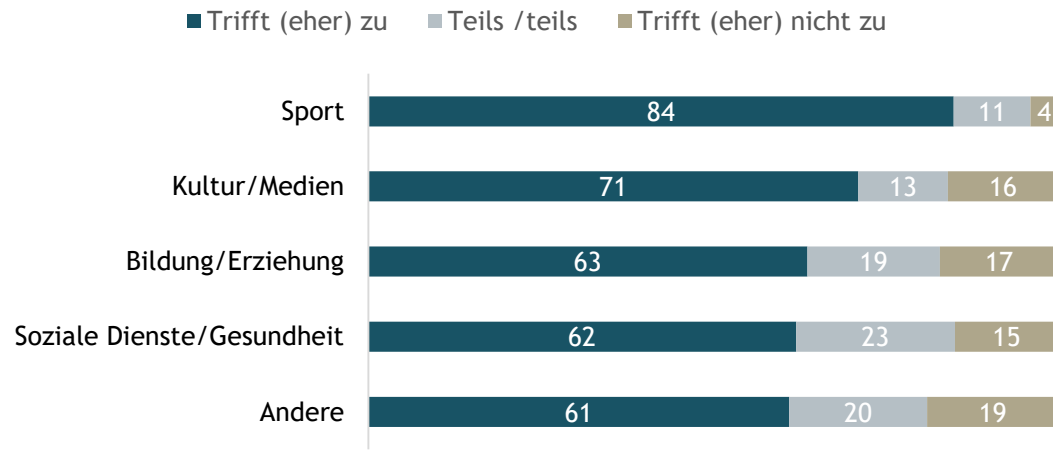
- » Fast jede Vierte musste ihr Engagement nicht reduzieren.
- » Knapp ein Drittel wartet die Pandemielage noch weiter ab, 68 Prozent sind bereits in Vorbereitungen für einen Neustart ihres Engagements.



## 2. ENGAGEMENT NACH CORONA NACH ENGAGEMENTBEREICHEN

**Frage:** Bereitet sich Ihre Organisation auf die Zeit nach der COVID-19-Pandemie vor?

**Antwort:** „Wir sind bereits in den Vorbereitungen, damit wir so schnell wie möglich wieder *in vollem Umfang* starten können.“ (in Prozent)



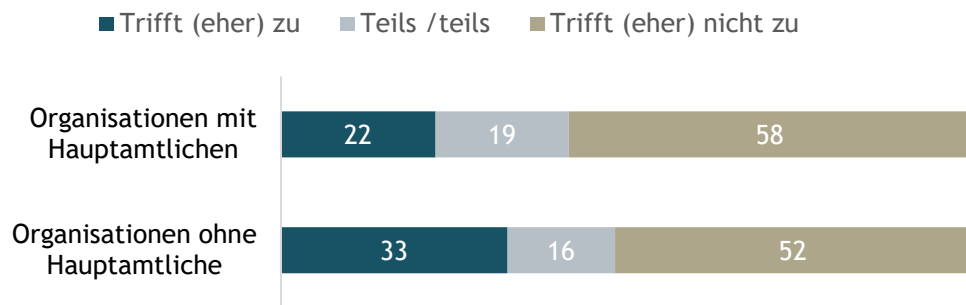
Absolute Häufigkeit: 333 / 275 / 172 / 205 / 442

» Besonders viele Organisationen, die sich bereits vorbereiten, sind aus dem Kultur- (71 Prozent) und Sportbereich (84 Prozent).



### 3. ENGAGEMENT NACH CORONA NACH HAUPT-/EHRENAMTLICHEN

**Frage:** Bereitet sich Ihre Organisation auf die Zeit nach der COVID-19-Pandemie vor?  
**Antwort:** „Wir warten ab, bis sich die Pandemielage weiter entspannt.“ (in Prozent)



» Unter Organisationen die rein ehrenamtlich aktiv sind, warten mehr ab, bis sich die Pandemielage entspannt (33 Prozent), als unter Organisationen mit hauptamtlichen Mitarbeitenden (22 Prozent).

Absolute Häufigkeit: 333 / 275 / 172 / 205 / 442



## ZUSAMMENFASSUNG

---

- » Gut zwei Drittel der Organisationen befinden sich in der Vorbereitung auf die Zeit nach der Coronapandemie. Deutlicher Vorreiter sind Sportvereine.
- » Nur ca. ein Drittel der Organisationen wartet mit den Vorbereitungen ab, bis sich die Lage weiter entspannt hat.





## IX FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

---

### » ENGAGEMENTWANDEL

Akquisegewinner und -verlierer. Bereichsübergreifenden Wissensaustausch unterstützen.

### » VIELFALT DER ENGAGEMENTSTRUKTUR

Neue Dynamik unterstützen, Integration in Funktionsgremien durch aktiv Begleitung forcieren.

### » BERATUNG & INFORMATIONSAUSTAUSCH

Bestehende Angebote in der Fläche publik machen, Kommunen in ihrer Verantwortung motivieren.

### » EXISTENZSICHERUNG

Soforthilfen verlängern.

### » DIGITALISIERUNG

Potentiale und Mehrwerte nahbar machen, Diskurs stärken und in Breite multiplizieren.

---



# X ÜBER DAS PROJEKT

---

1. WAS WIR WISSEN WOLLEN
2. BISHER DURCHGEFÜHRTE ERHEBUNGEN
3. METHODISCHES VORGEHEN
4. ÜBER ZIVIZ IM STIFTERVERBAND
5. IMPRESSUM



## 1. WAS WIR WISSEN WOLLEN

---

- » Welchen Schaden verursacht die sogenannte Corona-Krise in der Zivilgesellschaft?
- » Wie trägt die Zivilgesellschaft zur Krisenbewältigung bei?
- » Wie verändern sich krisenbedingt Formen der Zusammenarbeit im Engagement?
- » Welche Potenziale digitaler Techniken werden mit welchem Nutzen vermehrt genutzt?



## 2. BISHER DURCHGEFÜHRTE ERHEBUNGEN

---

- » Juni 2021: quantitative Befragung unter Stakeholdern sowie lokalen Organisationen (1603 realisierte Fragebögen)
- » März 2021: quantitative Befragung unter Stakeholdern sowie lokalen Organisationen (2739 realisierte Fragebögen)
- » November 2020: quantitative Befragung unter Stakeholdern sowie lokalen Organisationen (685 realisierte Fragebögen)
- » August 2020: quantitative Stakeholderbefragung (60 realisierte Fragebögen)
- » April 2020: leitfadengestützte Experteninterviews unter 45 Stakeholdern



### 3. METHODISCHES VORGEHEN

---

Für die Juni-Befragung des Engagementbarometers 2021 wurden über 2400 lokale Organisationen aus den vorherigen Erhebungen mit der Bereitschaft zur erneuten Panelteilnahme kontaktiert. Zusätzlich wurden aus dem gesamten Bundesgebiet über 2800 lokale Organisationen aus dem Panel des ZiviZ-Survey per E-Mail zur Teilnahme eingeladen. Die Befragung fand online statt. Die Bundesländer Baden-Württemberg, Berlin, Hessen, Thüringen, Rheinland-Pfalz und Schleswig-Holstein teilten die Einladung zur Teilnahme an der Befragung zudem mit lokalen Organisationen. Die Daten der 1603 vollständig abgeschlossenen Fragebögen wurden auf Grundlage des ZiviZ Survey 2017 hinsichtlich des siedlungsstrukturellen Kontexts und des Bestands von hauptamtlich Engagierten gewichtet.

Während der Befragung des Engagementbarometers wird ein Teil der Fragen immer wieder gestellt, sodass Aussagen über die Situation, Bedarfe, Trends und Entwicklungen in der organisierten Zivilgesellschaft während der Corona-Pandemie getroffen werden können. Außerdem werden Schwerpunktthemen in jeder Befragung aufgenommen, um die Wirkung aktueller Entwicklungen auf die Organisationen abbilden zu können.



## 4. ÜBER ZIVIZ IM STIFTERVERBAND

---

ZiviZ im Stifterverband ist ein unabhängiges Forschungs- und Beratungshaus zu den Themen Zivilgesellschaft und bürgerschaftliches Engagement. Wir erarbeiten Orientierungs- und Trendwissen im Themenbereich der datenbasierten Zivilgesellschaftsforschung. Seit 2008 hat ZiviZ systematisch zur Verbesserung der Datenlage zur organisierten Zivilgesellschaft in Deutschland gearbeitet. 2012 wurde erstmals für Deutschland ein repräsentativer Survey über Vereine, Genossenschaften und Stiftungen durchgeführt. Der ZiviZ-Survey wurde 2017 das zweite Mal erhoben und ist zukünftig für alle vier Jahre geplant. Mit dem Corporate Citizenship-Survey hat ZiviZ beginnend in 2018 zudem erstmals eine repräsentative Erhebung zum gesellschaftlichen Engagement von Unternehmen aufgesetzt. Auch dieser Survey ist als Längsschnitterhebung konzipiert und wird 2020 wiederholt. Ein weiterer Themenschwerpunkt bildet die Arbeit zum digitalen Wandel von Zivilgesellschaft und die Förderung digitaler Innovationen.



## 5. IMPRESSUM

---

### » Herausgeber

Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V.

Barkhovenallee 1 · 45239 Essen

T 0201 8401-181

mail@stifterverband.de

[www.stifterverband.org](http://www.stifterverband.org)

### » Redaktion

Dr. Birthe Tahmaz

Projektleiterin · ZiviZ gGmbH

T 030 32982-304

birthe.tahmaz@stifterverband.de

### » Gefördert von:



Der Regierende Bürgermeister  
von Berlin  
Senatskanzlei



Bayerisches Staatsministerium für  
Familie, Arbeit und Soziales

