

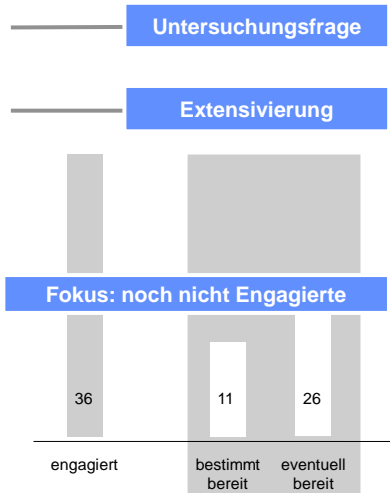
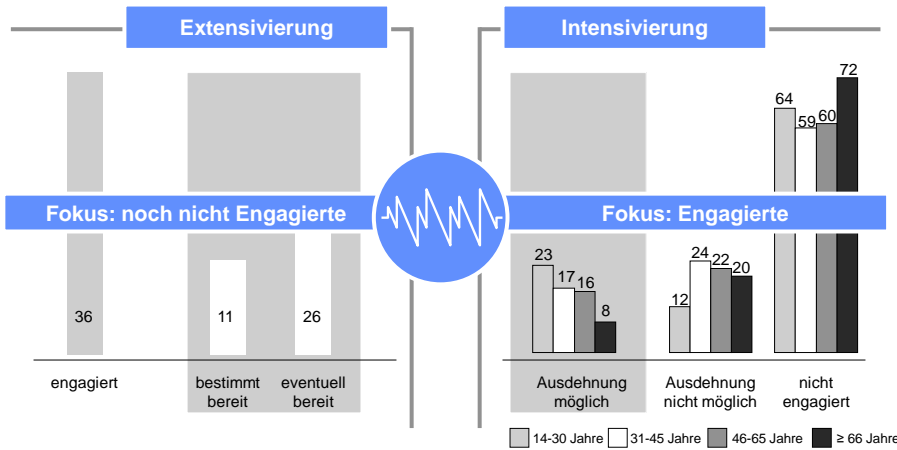
Einflussfaktoren des freiwilligen Engagements: Eine empirische Untersuchung der Extensivierungsperspektive

Julia Schlicht
Sitzung der AG 8 BBE
Hannover, 23. September 2014

Agenda

- Untersuchungsrelevanz, Untersuchungseingrenzung und Untersuchungsfrage
- Hypothesenableitung
- Systematisches Vorgehen zur Beantwortung der Untersuchungsfrage
 - Studie 1 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Studie 2 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Studie 3 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Zusammenführung der Studienergebnisse
- Praxisimplikationen

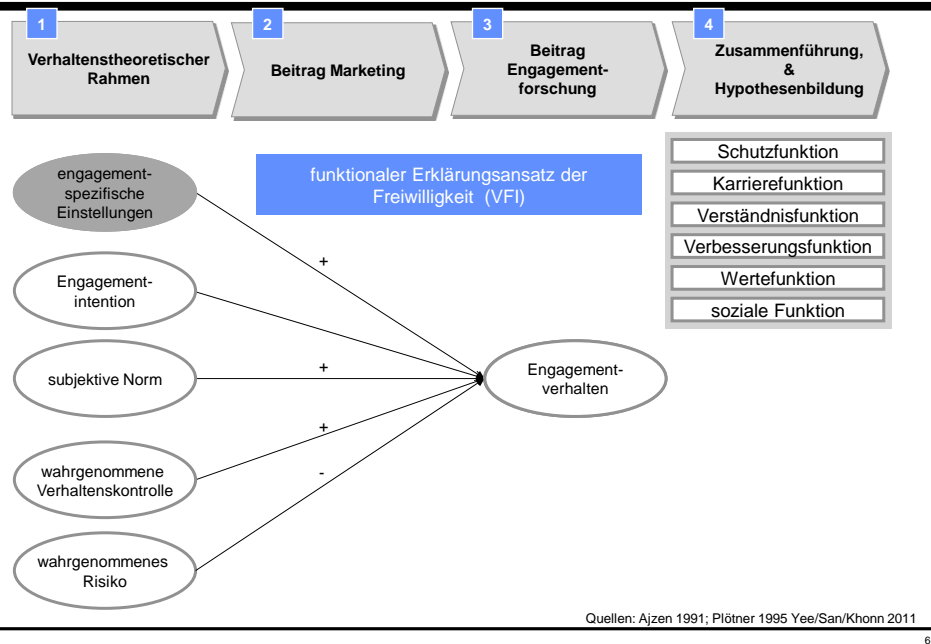
Wertschöpfungspotenziale des freiwilligen Engagements sind noch nicht ausgeschöpft.

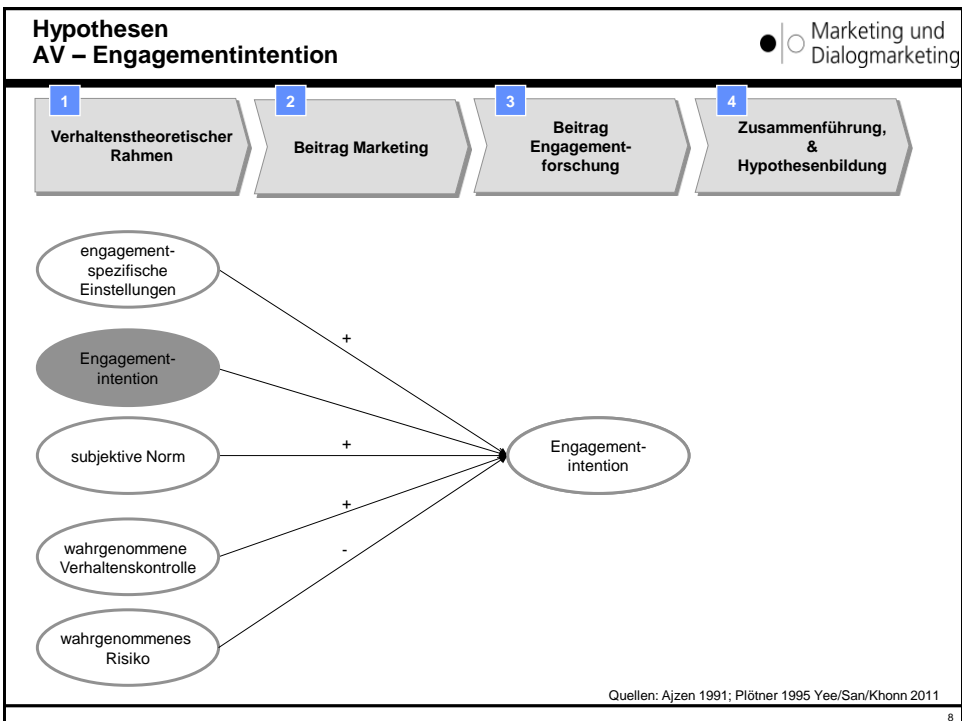
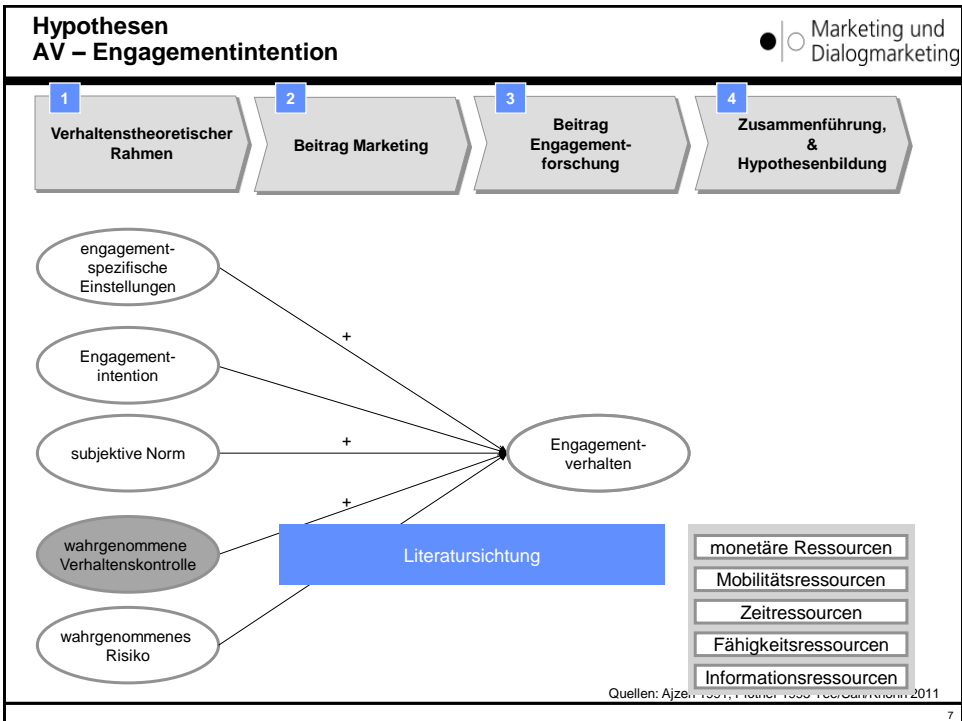


„Warum besitzen einige Personen lediglich eine Engagementbereitschaft, während andere sich aktiv engagieren?“

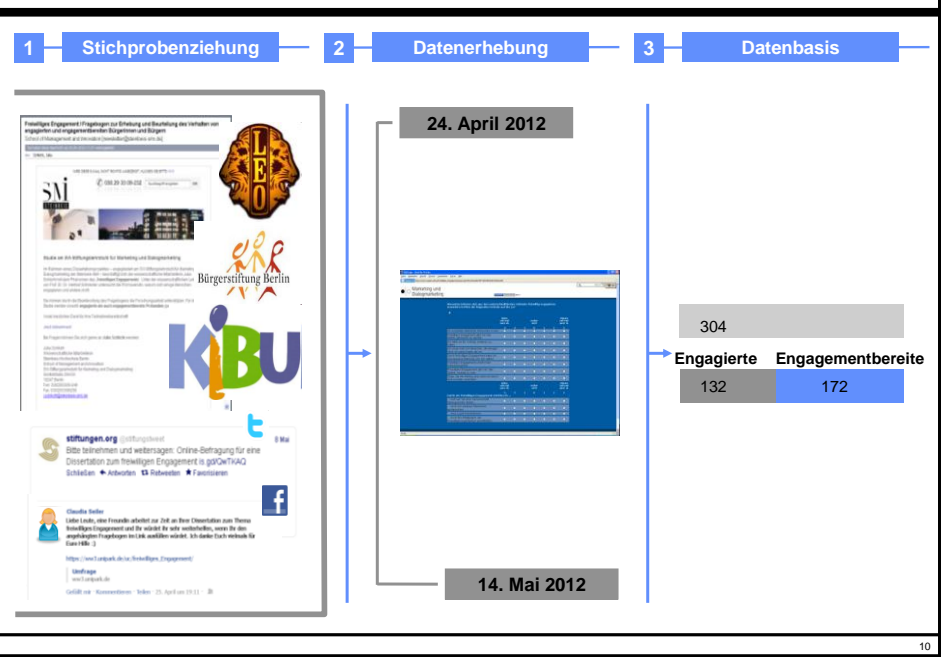
- Untersuchungsrelevanz, Untersuchungseingrenzung und Untersuchungsfrage
- Hypothesenableitung
- Systematisches Vorgehen zur Beantwortung der Untersuchungsfrage
 - Studie 1 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Studie 2 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Studie 3 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Zusammenführung der Studienergebnisse
- Praxisimplikationen

Hypothesen
AV – Engagementintention





- Untersuchungsrelevanz, Untersuchungseingrenzung und Untersuchungsfrage
- Hypothesenableitung
- Systematisches Vorgehen zur Beantwortung der Untersuchungsfrage
 - Studie 1 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Studie 2 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Studie 3 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Zusammenführung der Studienergebnisse
- Praxisimplikationen



3 Datenbasis der Untersuchung

Gesamtklicks

893

Stichprobenszusammensetzung

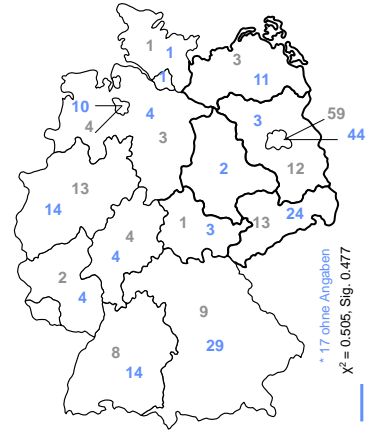
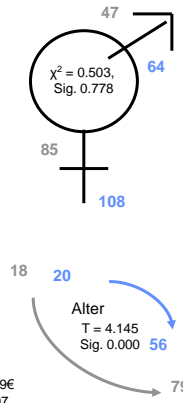
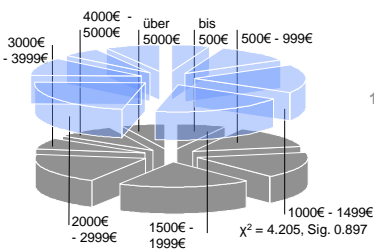
beendet

304

Engagierte Engagementbereite

132

172



Zusammenfassende Darstellung der Hypothesenprüfung

UV	AV: Engagement- verhalten	
Engagementintention	✓	
engagementspezifische Einstellungen	Schutzfunktion	X
	Karrierefunktion	X
	Verständnisfunktion	X
	Verbesserungsfunktion	X
	Wertfunktion	X
soziale Funktion	✓	
subjektive Norm	✓	
wahrgenommene Verhaltenskontrolle	monetären Ressourcen kann	X
	monetären Ressourcen will	X
	Mobilitätsressourcen	X
	Zeitressourcen	✓
	Fähigkeitsressourcen	✓
Informationsressourcen	X	
wahrgenommenes Risiko	✓	

Marketing und Dialogmarketing

Verbleibende Forschungsfragen nach Studie 1

UV	AV: Engagementverhalten	AV: Engagementintention	
Engagementintention	√		→ Zeitliche Limitation?
engagementspezifische Einstellungen	Schutzfunktion	X	→ Ist der Nutzen für die Entwicklung einer Engagementbereitschaft relevant?
	Karrierefunktion	X	
	Verständnisfunktion	X	
	Verbesserungsfunktion	X	
	Wertefunktion	X	
	soziale Funktion	√	
subjektive Norm	√	√	
wahrgenommene Verhaltenskontrolle	monetären Ressourcen kann	X	→ Welche weiteren Eintrittsbarrieren gibt es? Welche Anlässe bewegen Menschen dazu, ein freiwilliges Engagement aufzunehmen? ...
	monetären Ressourcen will	X	
	Mobilitätsressourcen	X	
	Zeitressourcen	√	
	Fähigkeitsressourcen	√	
	Informationsressourcen	X	
wahrgenommenes Risiko	√	√	

13

Marketing und Dialogmarketing

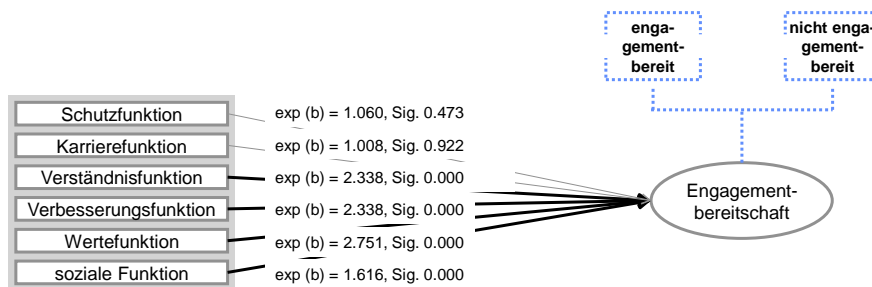
Design zur Beantwortung der offenen Forschungsfragen Studie 2 und Studie 3

UV	AV: Engagementverhalten	AV: Engagementintention	
Engagementintention	√		→ Studie 3
engagementspezifische Einstellungen	Schutzfunktion	X	→ Studie 2 quantitative Studie
	Karrierefunktion	X	
	Verständnisfunktion	X	
	Verbesserungsfunktion	X	
	Wertefunktion	X	
	soziale Funktion	√	
subjektive Norm	√	√	
wahrgenommene Verhaltenskontrolle	monetären Ressourcen kann	X	→ Studie 3 exploratives Forschungsdesign qualitative Studie
	monetären Ressourcen will	X	
	Mobilitätsressourcen	X	
	Zeitressourcen	√	
	Fähigkeitsressourcen	√	
	Informationsressourcen	X	
wahrgenommenes Risiko	√	√	

14

- Untersuchungsrelevanz, Untersuchungseingrenzung und Untersuchungsfrage
- Hypothesenableitung
- Systematisches Vorgehen zur Beantwortung der Untersuchungsfrage
 - Studie 1 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Studie 2 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Studie 3 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Zusammenführung der Studienergebnisse
- Praxisimplikationen

Studie 2
Empirische Ergebnisse – Einzelprüfung

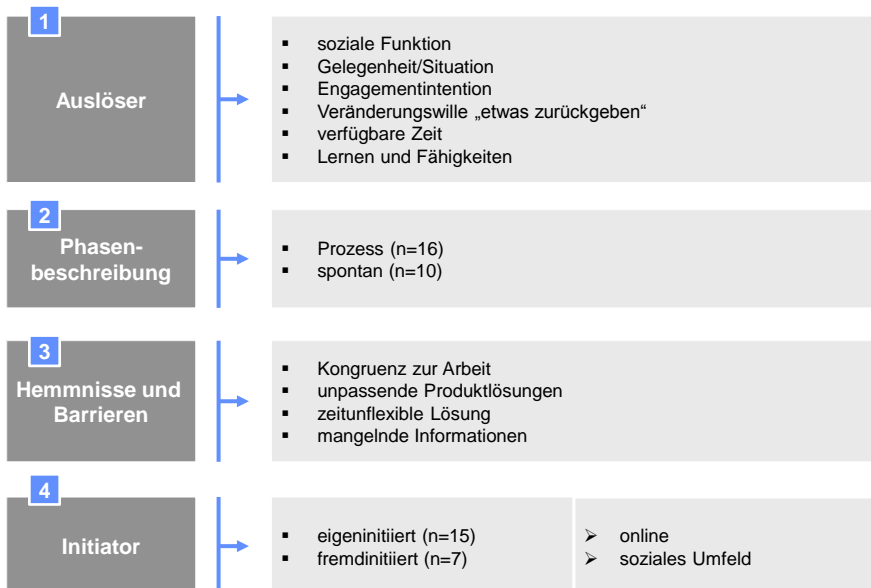


Zwischenfazit

Engagementspezifische Einstellungen können das Auftreten einer Engagementbereitschaft erklären.

- Untersuchungsrelevanz, Untersuchungseingrenzung und Untersuchungsfrage
- Hypothesenableitung
- Systematisches Vorgehen zur Beantwortung der Untersuchungsfrage
 - Studie 1 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Studie 2 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Studie 3 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Zusammenführung der Studienergebnisse
- Praxisimplikationen

Studie 3
Zusammenfassende Ergebnispräsentation



- Untersuchungsrelevanz, Untersuchungseingrenzung und Untersuchungsfrage
- Hypothesenableitung
- Systematisches Vorgehen zur Beantwortung der Untersuchungsfrage
 - Studie 1 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Studie 2 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Studie 3 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Zusammenführung der Studienergebnisse
- Praxisimplikationen

Zusammenführung der Ergebnisse Engagementtampel

	Nicht Engagement-bereite		Engagement-bereite		Engagierte
engagementspezifische Einstellungen		Verständnisfunktion Verbesserungsfunktion Wertefunktion soziale Funktion			
engagementspezifische Einstellungen, Nutzen, Empfindungen				(soziale Funktion) (subjektive Norm) (wahrgenommenes Risiko)	
Ressourcen				Zeitressourcen & Fähigkeitsressourcen Informationen*	
Barrieren				<i>Kongruenz zur Arbeitstätigkeit</i> <i>mangelnde Informationen</i> <i>unpassene Engagementangebote</i>	
begünstigende Umstände				<i>aktives soziales Umfeld</i> <i>Gelegenheit/Situation</i> <i>Angebotsstruktur</i> <i>Kommunikationsaktivitäten</i>	
Engagementintention				Engagementintention	

- Untersuchungsrelevanz, Untersuchungseingrenzung und Untersuchungsfrage
- Hypothesenableitung
- Systematisches Vorgehen zur Beantwortung der Untersuchungsfrage
 - Studie 1 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Studie 2 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Studie 3 – Vorgehen und Ergebnisse
 - Zusammenführung der Studienergebnisse
- Praxisimplikationen

	Studie	Hypothese/Kategorie	Implikation
Produkt	Studie 1	$H_{v2} (c); H_{v2} (d)$	Individualisierungsstrategie
	Studie 3	Produktfit, Zeit, Kongruenz zur Arbeit	
	Studie 1	$H_{v2} (c); H_{v2} (d), H_{I4}$	Internalisierungsstrategie
	Studie 1	H_{v5}, H_{I4}	Risikoreduzierende Maßnahmen
Preis	Studie 1	$H_{v2}(a)$	Kein Schlüsselthema
Distribution	Studie 1	$H_{v2} (e)$	Schaffung einer transparenten und einheitlichen Angebotsstruktur
	Studie 3	Kommunikation/Information fremd, mangelndes Angebot, mangelnde Informationen	
	Studie 1	$H_{v2} (e)$	Förderung von Freiwilligenagenturen
Kommunikation	Studie 1	$H_{v2} (e)$	Dialogmarketing
	Studie 3	Gelegenheiten/Situation, Kommunikation/Information fremd	
	Studie 1	H_{v4}, H_{I2}	word-of-mouth
	Studie 3	soziales Umfeld, Dialogkommunikation,	