

#jungesEngagement

für die Weltläden von morgen



Was interessiert junge, engagierte Menschen?

Wie können wir auf junge Menschen zugehen? Wie nehmen sie Weltläden wahr? Und was ist ihnen bei einem Engagement wichtig? Diese Umfrage gibt Weltläden einen Einblick in die Beantwortung dieser Fragen.

Oft stellt es eine Herausforderung für Weltläden dar, junge Menschen für eine Mitarbeit zu gewinnen. Doch Zuwachs an jungem Engagement ist u.a. deshalb besonders wertvoll, da er das Bestehen der Weltläden-Bewegung langfristig absichert und dazu beiträgt, am Puls der Zeit und auf dem aktuellen Stand der Entwicklungen zu bleiben. Junge Menschen haben nicht nur einen frischen Blick auf Dinge, sondern sind über ihre (digitalen) Plattformen gut vernetzt und über das Zeitgeschehen informiert.

Die Umfrage

2019 hat der Weltladen-Dachverband eine Umfrage zu jungem, entwicklungspolitischem Engagement durchgeführt. Es wurden zwei Zielgruppen befragt: junge entwicklungspolitisch Engagierte außerhalb der Weltläden und innerhalb der Weltläden.

Alle Befragten waren zwischen 17 und 33 Jahren alt. Insgesamt erreichte die Befragung außerhalb der Weltläden 157 und innerhalb der Weltläden 117 junge Menschen. Befragt wurden sie zu ihrer Motivation und dem Zugang zu ihrem Engagement sowie zur Bewertung der Aspekte Alter, Flexibilität, Eigeninitiative und Willkommenskultur am Engagement-Ort.

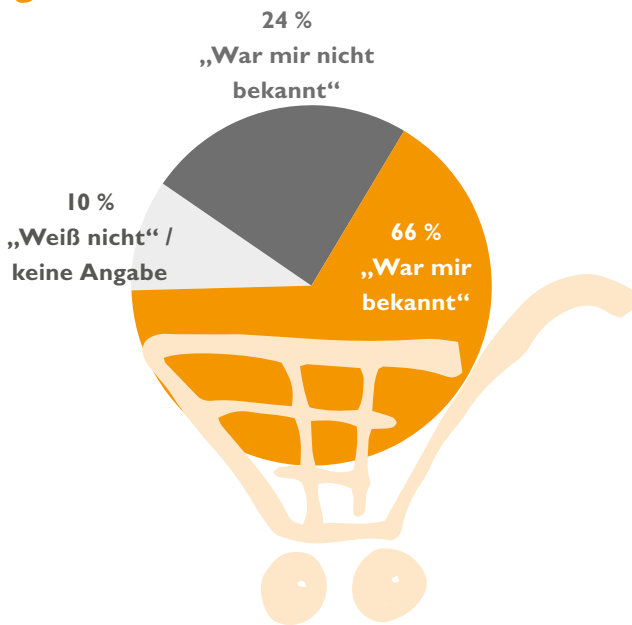
Dieses Faltblatt möchte anregen, sich mit jungem Engagement in Weltläden auseinanderzusetzen und Inspirationen und Impulse für die Förderung junger Menschen im eigenen Weltladen bieten.



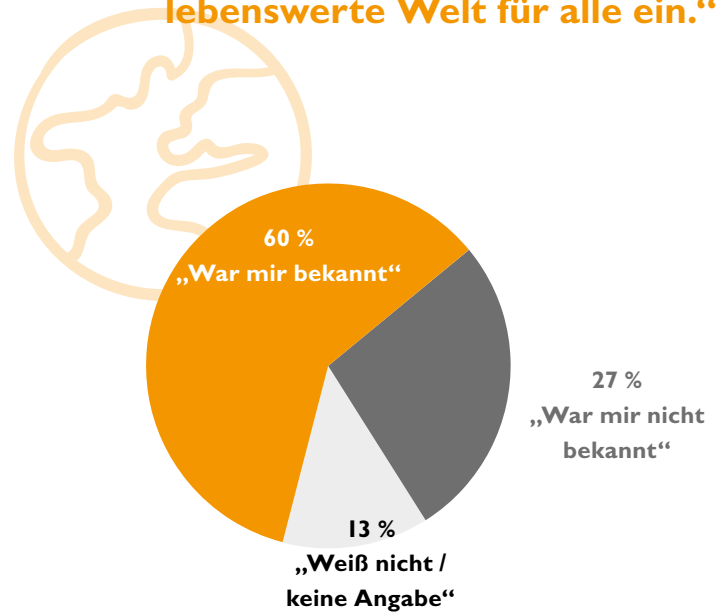
Wie werden Weltläden bei jungen Menschen wahrgenommen?

n = 157 Befragte

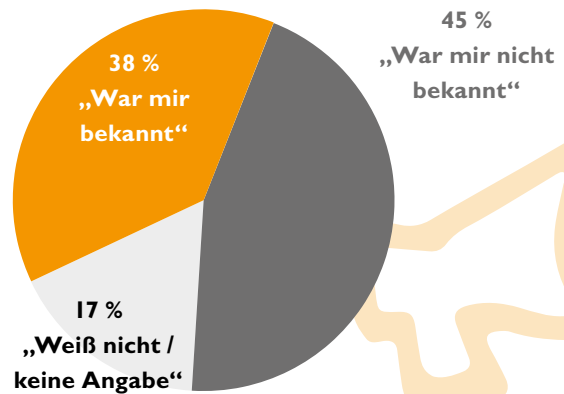
„Im Weltladen kann ich fair gehandelte Produkte kaufen.“



„Weltläden setzen sich aktiv für eine gerechte, lebenswerte Welt für alle ein.“



„Weltläden stellen politische Forderungen.“



#Erfolgsfaktoren

#1 Digital ist besser.

Der Zugang zu jungen Menschen erfolgt heute hauptsächlich digital. Bei einer Engagement-Suche nutzen junge Menschen das Internet. Um junge Menschen für ein Engagement zu gewinnen, sollten Weltläden demnach einen stärkeren Fokus auf ihre Webseiten und die sozialen Medien legen.

#2 Gemeinsam Gemeinschaft gestalten.

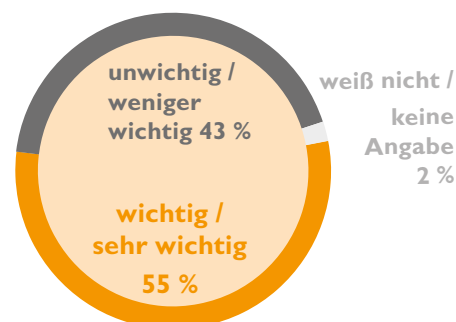
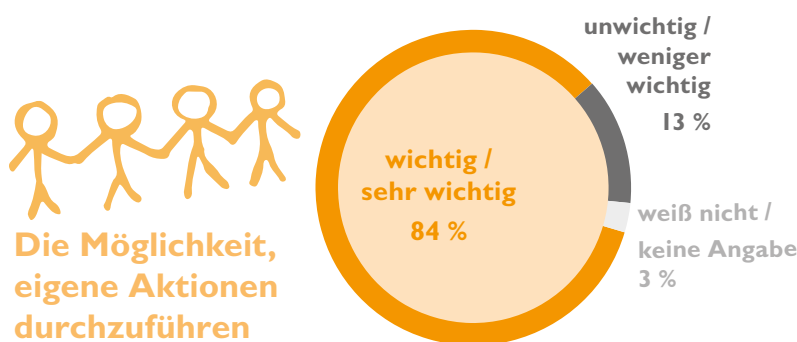
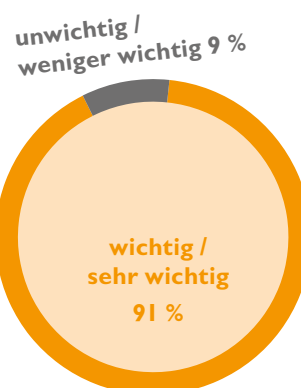
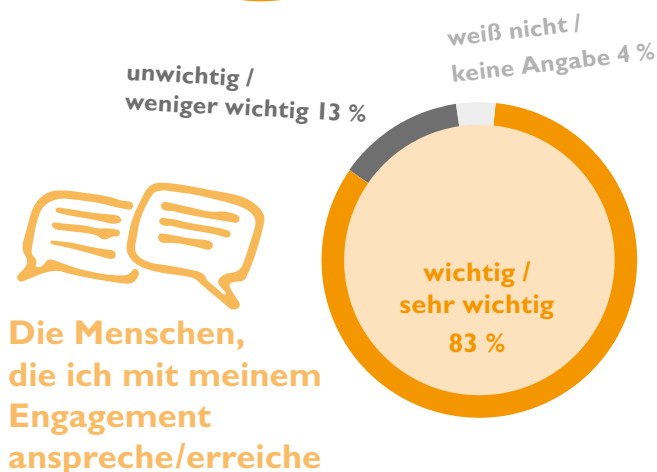
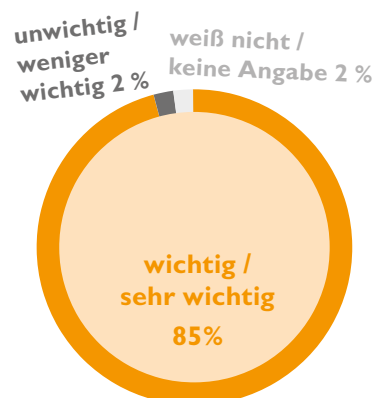
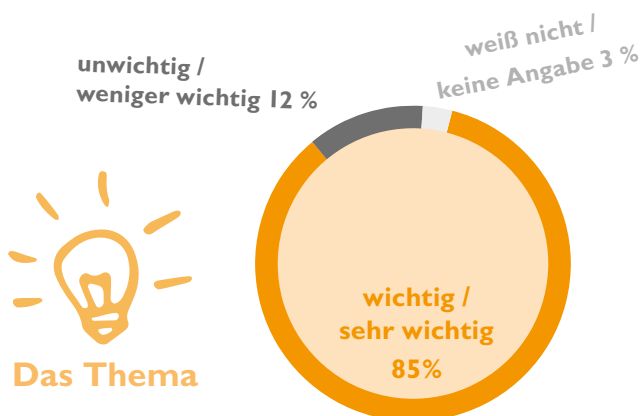
Die Peer-Group (soziale Bezugsgruppe Gleichaltriger), spielt keine zentrale Rolle bei der Entscheidung, an einem Engagement-Ort zu bleiben. Hingegen ist die Peer-Group wichtig, um zum Engagement-Ort zu finden. Hier sind also Angebote von Praktika oder Freiwilligendiensten sinnvoll. Diese bieten junge Menschen die Möglichkeit, sich zunächst zeitlich begrenzt zu engagieren (siehe auch „Bitte flexibel!“). In dieser Zeit informieren sie weitere Menschen in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis über ihr Engagement, die sich möglicherweise dann auch engagieren. Wichtig ist zudem der Teamgeist bei den Weltladen-Aktiven und die Möglichkeit, mitzugestalten sowie eigene neue Ideen einbringen und umsetzen zu können. Weltläden sollten daher offen für Neues sein und jungen Menschen ein aktives Vereinsleben anbieten, zum Beispiel in Form von teaminternen Ausflügen, politischen Aktionen oder Fortbildungsangeboten für Engagierte.

Welche Aspekte sind beim Engagement besonders wichtig?

n = 157 außerhalb der Weltläden, 117 innerhalb der Weltläden

Befragte außerhalb der Weltläden

Befragte innerhalb der Weltläden



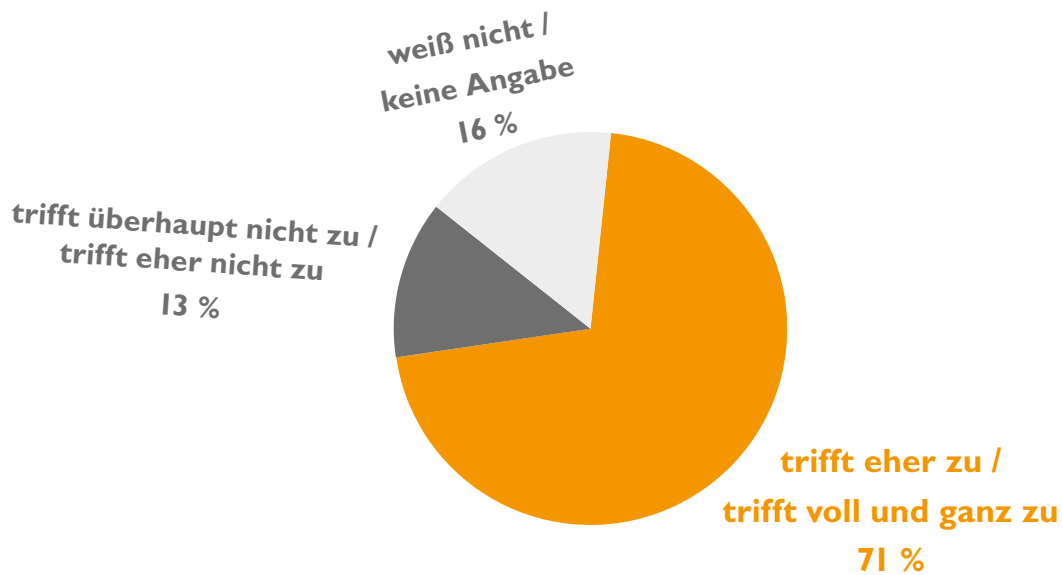
#3 Bitte flexibel!

In der Lebensphase, in der sich die Befragten befinden, ist Flexibilität wichtig. Es müssen Formate für ein Engagement gefunden werden, die keine Regelmäßigkeit verlangen, z. B. ab und zu die Übernahme von Workshops zur Bildungsarbeit, politische Aktionsformen, die zeitlich begrenzt sind sowie die Möglichkeit, von zu Hause aus arbeiten zu können.

#4 Money ain't a thing. Aber was für den Lebenslauf wär' schön.

Die Befragten messen Qualifizierungsmöglichkeiten eine hohe Bedeutung zu. Sie schätzen Fortbildungen, Zeugnisse und Zertifikate sehr, die sich gut im Lebenslauf machen. Eine Bezahlung, zum Beispiel durch kleine Honoraraufträge, ist hingegen nicht unbedingt erforderlich, wengleich natürlich hilfreich.

„Der Weltladen ist sehr sympathisch.“



Die Studie wurde vom Weltladen-Dachverband e.V. im Juni 2019 gemeinsam mit dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut YouGov durchgeführt.

Herausgeber: Weltladen-Dachverband e.V.
Ludwigsstraße 11
55116 Mainz
Tel. 06131 68907-80
www.weltladen.de



Inhalt: Saskia Führer
Bildungsarbeit & Lernort Weltladen
s.fuehrer@weltladen.de

Solveig Velten
Bildungsarbeit & Junges Engagement
s.velten@weltladen.de

Gestaltung: frieauff.com
Kommunikation gestalten

Stand: November 2019

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein der Weltladen-Dachverband e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global gGmbH und dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Die Erstellung dieser Publikation wurde finanziell gefördert von ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des BMZ, dem Katholischen Fonds und aus Mitteln des kirchlichen Entwicklungsdienstes durch Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst.