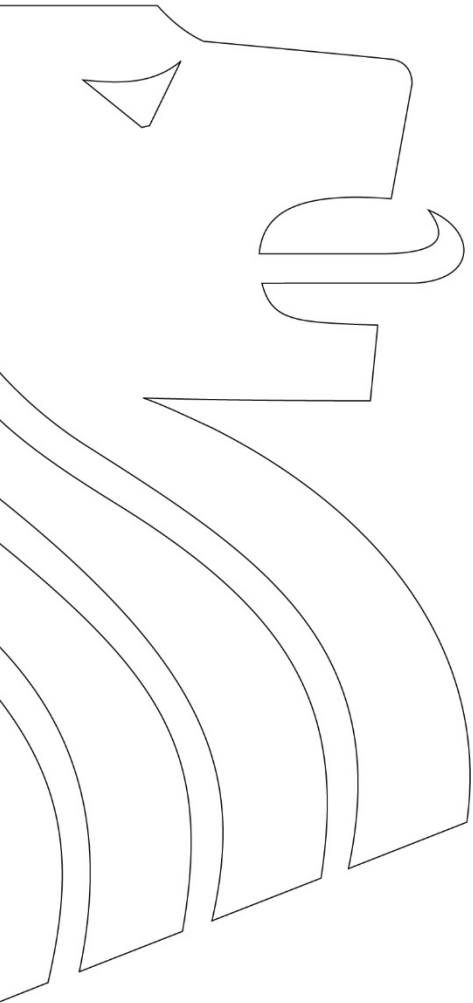




**„Ehrenamtsgewinnung mit Fokus
auf die Generation der
Babyboomer“ -
Impulsvortrag der
Freiwilligenagentur Langenhagen**

Aufgaben



Babyboomer – wichtige Fakten

- Zeitraum: Geboren ca. 1955 bis 1969. Heute 55 – 70 Jahre
- Werte & Eigenschaften: Sie gelten als leistungsorientiert, arbeitswillig (oft „Workaholics“), pflichtbewusst und karrierefokussiert. **Sicherheit** und **Wohlstand** sind ihnen wichtig.
- Historischer Kontext: Aufgewachsen in einer Zeit des Aufschwungs und der Hoffnung, haben sie eine **hohe Bildung** genossen und den Übergang in die digitale Welt miterlebt.
- Bedeutung heute: Als eine der größten Altersgruppen (in Deutschland ca. **12,4 Mio. Menschen**) gehen sie derzeit in den Ruhestand, was zu einem Fachkräftemangel führt.
- Konsum: Sie verfügen über das **höchste verfügbare Einkommen** aller Generationen und sind eine entscheidende Kraft im Konsum- und Reisebereich

Freiwilligensurvey – Bericht zur Lage von Engagement und Ehrenamt

Der Deutsche Freiwilligensurvey (FWS) ist seit 1999 die Grundlage für die Berichterstattung zur Entwicklung des freiwilligen Engagements.

Der Bericht basiert auf der mit über 27.000 Befragten größten Datenerhebung zu dem Thema und liefert alle fünf Jahre ein umfassendes Bild der Entwicklung der Zivilgesellschaft.

Der 6. Freiwilligensurvey mit der Datengrundlage von 2024 ist nun als Kurzbericht veröffentlicht.

Quelle/Link: [Sechster Deutscher Freiwilligensurvey \(FWS 2024\) | Bundesregierung](#) ; besucht am 8.3.2026 um 13:56 Uhr

Alter – schon ehrenamtlich aktiv

- Ein Blick auf das Alter macht deutlich, dass die Engagementbeteiligung in den jüngeren Altersgruppen am höchsten ist: Von den 14- bis 29-Jährigen sind 39,9 Prozent und von den 30- bis 49-Jährigen 40,4 Prozent freiwillig engagiert.

- **Bei den 50- bis 64-Jährigen beträgt der Anteil 37,6 Prozent und bei den 65- bis 75-Jährigen 36,9 Prozent.** Erst mit zunehmendem Lebensalter nimmt die Engagementbeteiligung ab, in der Altersgruppe 75 Jahre und älter sind 21,1 Prozent engagiert.

-> Diese Gruppe ist traditionell eine der engagiertesten und stabilsten. Besonders auffällig ist der Anstieg im Ruhestand – viele steigen erst nach dem Berufsleben intensiver ein.

Bildung

Unterschiede im freiwilligen Engagement gibt es je nach Bildungsniveau. Je höher die Schulbildung, desto höher der Anteil derer, die sich engagieren.

Hohes Potenzial – (noch) nicht ehrenamtlich aktiv

Bei den nicht-engagierten Personen sind 41 Prozent offen dafür, sich in den nächsten 12 Monaten zu engagieren: 7 Prozent können sich dies sicher vorstellen und 34 Prozent wären vielleicht dafür offen.

Diese Engagementbereitschaft liegt bei den 50-64 Jährigen bei 32%.

Viele Babyboomer äußern grundsätzliches Interesse, auch wenn sie aktuell nicht engagiert sind.

Gründe: mehr freie Zeit, Wunsch nach Sinn, soziale Kontakte

Besonders hohes Potenzial bei:

- Menschen kurz vor oder im Ruhestand
- Personen mit mittlerem bis hohem Bildungsniveau
- Menschen mit stabilen sozialen Netzwerken
- Personen, die bereits früher einmal engagiert waren

Typische Engagementmotive der Babyboomer

- Sinnstiftung
- Sinnvolle Aufgabe im Ruhestand
- Lebens- und Berufserfahrung weitergeben
- Soziale Kontakte
- Gesellschaftlichen Beitrag leisten
- Eigene Kompetenzen einbringen
- Einsamkeit vorbeugen
- Struktur im Alltag

*in allen bisherigen Surveys sehr stabil

Bedürfnisse & Erwartungen der Babyboomer im Ehrenamt

Diese Punkte sind für Organisationen besonders wichtig:

Klare Aufgaben & Verlässlichkeit (definierte Rollen; klare Ansprechpartner, transparente Abläufe)

Wertschätzung/Anerkennung (zentraler Faktor, Nicht unbedingt materiell – eher sozial und emotional)

Flexibilität (Viele wollen sich engagieren, aber nicht „verheiratet“ sein mit einem Amt, gerne Projektbezogene Einsätze)

Qualifizierung/Fortbildungen (werden geschätzt, besonders in digitalen Themen)

Soziale Einbindung (Gemeinschaftserlebnisse, Austausch mit anderen Generationen)

Engagementbereiche, in denen Babyboomer besonders aktiv sind

Die Surveys zeigen seit Jahren stabile Muster.

Häufige Bereiche:

- Soziales & Gesundheit
- Kirche/Religion
- Kultur & Freizeit
- **Sportvereine**
- Bürgerliches Engagement / Nachbarschaft
- Bildung (z. B. Lesepat:innen, Mentoring)

Weniger vertreten: rein digitale Engagementformen und spontane, kurzfristige Mikro-Engagements (hier sind jüngere Generationen stärker)

Prognose: Wie entwickelt sich das Engagement der Babyboomer?

Davon geht die Forschung aus:

Kurz- bis mittelfristig: steigendes Engagement

Viele Babyboomer gehen in den Ruhestand. Mehr Zeit. Hohe Motivation, aktiv zu bleiben. Gute gesundheitliche Voraussetzungen.

Langfristig: Rückgang

Mit zunehmendem Alter (75+) sinkt die Engagementquote traditionell. Gesundheitliche Einschränkungen nehmen zu.

Warum Babyboomer wichtig für das zukünftige Engagement sind:

1. Sie sind die **engagierteste Generation**. Die Altersgruppen 50–64 und 65+ gehören seit Jahren zu den Spitzenreitern im Engagement.
2. Sie bringen **enorme Erfahrung** mit. Babyboomer haben jahrzehntelange Berufs- und Lebenserfahrung – ein Schatz für Vereine, Schulen, soziale Einrichtungen.
3. Sie **haben Zeit und wollen sie sinnvoll nutzen**. Mit dem Übergang in den Ruhestand steigt das Engagement oft sogar.
4. Sie sind **verlässlich** und **langfristig interessiert**. Viele bleiben über Jahre in einer Aufgabe – wenn sie gut begleitet werden.
5. Sie suchen **soziale Kontakte**. Engagement bietet Gemeinschaft, Austausch und Struktur im Alltag.
6. Sie sind offen für **Qualifizierung**. Gerade digitale Schulungen werden dankbar angenommen.
7. Sie stabilisieren Organisationen. Babyboomer übernehmen oft koordinierende oder beratende Rollen, die **Kontinuität** schaffen.

Was können wir/Sie tun?

- Erkennen, wer unsere Zielgruppe ist (Persona: „Der/die engagierte Babyboomer:in“)
- Babyboomer, dort abholen, wo Sie sich aufhalten
- In den eigenen Reihen schauen

Persona: „Der/die engagierte Babyboomer:in“

Name: „Ute / Klaus, 63 Jahre“

Lebenssituation: Kurz vor dem Ruhestand oder frisch drin. Kinder aus dem Haus. Gute gesundheitliche Verfassung. Möchte aktiv bleiben und etwas Sinnvolles tun. Hat jahrzehntelange Berufs- und Lebenserfahrung.

Motivation: „Ich möchte etwas zurückgeben.“ „Ich will meine Erfahrung weitergeben.“ „Ich brauche eine Aufgabe, die mich erfüllt.“ „Ich möchte unter Menschen sein.“

Stärken: Verlässlichkeit; Verantwortungsbewusstsein;
Organisationsfähigkeit; Konflikt- und Lebenserfahrung

Herausforderungen: Will sich nicht überfordern. Mag keine unklaren Strukturen. Manchmal Unsicherheit bei digitalen Tools. Möchte nicht „vereinnahmt“ werden.

Typische Engagementfelder: Soziales; Kultur & Freizeit; **Sportvereine;** Kirche/Religion; Bildung)

Wo du Babyboomer findest, die noch nicht ehrenamtlich aktiv sind Teil 1

Aktiv, aber nicht organisiert:

- Fitnessstudios (morgens & vormittags besonders viele 55–70-Jährige)
- Reha-Sportgruppen
- Schwimmbäder / Aquafitness
- Wandergruppen ohne Vereinsstruktur
- Tanzschulen (Standard, Line Dance, Discofox)
- Kurse in Kunst, Keramik, Fotografie

Warum das funktioniert: Diese Menschen sind aktiv, aber nicht in Strukturen eingebunden – genau die Zielgruppe, die oft offen für Neues ist.

Orte des täglichen Lebens:

- Supermärkte (Aushänge, Info-Stände, Flyer)
- Apotheken
- Ärztliche Wartezimmer (Hausärzte, Orthopädie, Kardiologie)
- Physiotherapiepraxen
- Optiker & Hörakustiker
- Bäckereien & Cafés

Warum das funktioniert: Diese Orte sind niedrigschwellig und werden regelmäßig besucht.

Wo du Babyboomer findest, die noch nicht ehrenamtlich aktiv sind Teil 2

Bildungsorte:

- VHS-Kurse (Sprachen, Computer, Kreatives)
- Senioren-Universitäten / Uni des 3. Lebensalters
- Bibliotheken
- Digitale Einsteigerkurse

Warum das funktioniert: Wer lernt, sucht oft nach Sinn, Struktur und neuen Kontakten

Menschen im Übergang zum Ruhestand:

- Betriebliche Renten- oder Übergangsseminare
- Personalabteilungen großer Arbeitgeber
- Betriebsräte
- Ehemalige Kolleg*innen-Netzwerke
- Berufsverbände

Warum das funktioniert: Viele fragen sich: „Was mache ich jetzt mit meiner Zeit?“

Perfekter Moment für Engagement.

Wo du Babyboomer findest, die noch nicht ehrenamtlich aktiv sind Teil 3

Nachbarschaftsorte:

- Nachbarschaftstreffs
- Mehrgenerationenhäuser
- Quartiersmanagements
- Stadtteilstreife
- Repair-Cafés (als Besucher*innen)

Warum das funktioniert: Diese Orte ziehen Menschen an, die Gemeinschaft mögen – aber noch keine feste Aufgabe haben.

Digitale Orte:

- Facebook-Gruppen (lokale Gruppen, Flohmarktgruppen, Stadtteilgruppen)
- Nebenan.de
- WhatsApp-Gruppen (z. B. Nachbarschaft, Hobbygruppen)
- YouTube-Kanäle zu Gesundheit, Garten, Reisen

Warum das funktioniert: Hier erreichst du Menschen, die sich informieren, aber nicht aktiv eingebunden sind.

Wo du Babyboomer findest, die noch nicht ehrenamtlich aktiv sind Teil 4

Gesundheits- und Präventionsangebote:

- Rückenschule
- Herzsportgruppen
- Yoga für Ältere
- Ernährungs- oder Präventionskurse

Warum das funktioniert: Diese Menschen suchen Struktur und Gemeinschaft – Engagement kann das bieten.

Frage: Welche Orte fallen euch/Ihnen noch ein?

Mögliche Antworten

- Reisegruppen (Tagesfahrten, Busreisen, Wanderreisen)
- Kleingartenvereine (als Pächter, nicht als Funktionsträger)
- Hundeschulen & Hundewiesen
- Usw.

Checkliste: Wie gewinnt und bindet man Babyboomer im Ehrenamt?

1. **Klare Aufgabenbeschreibung** (Was genau ist zu tun, Kompetenzen, Ansprechperson, Zeitinvestment, Versicherung)
2. **Persönliche Ansprache** (Direkte Einladung wirkt besser als allgemeine Aufrufe. Wertschätzung und Anerkennung von Anfang an)
3. **Flexibilität** (Projektbezogene Einsätze ermöglichen, keine „Fallen“ in dauerhafte Ämter)
4. **Gute Einarbeitung & Begleitung** (Einführungsgespräch, Klare Strukturen, regelmäßige Rückmeldungen, Ansprechpartner bei Fragen)
5. **Qualifizierung anbieten** (Digitale Kompetenzen, Kommunikation, Umgang mit Zielgruppen, Rechtliche Grundlagen)

Checkliste: Wie gewinnt und bindet man Babyboomer im Ehrenamt?

6. Gemeinschaft schaffen (Teamtreffen, Austauschformate, Gemeinsame Aktivitäten, Anerkennungskultur)

7. Aufgaben passend zur Erfahrung wählen (Mentoring, Beratung, Organisation, Projektleitung, Öffentlichkeitsarbeit ...)

8. Grenzen respektieren (Keine Überforderung. Keine Erwartung von Dauerverfügbarkeit. Freiwilligkeit betonen)

Bedürfnissen nachgehen / Erfahrungen aus der Praxis

- Pressemeldungen in den örtlichen Tageszeitungen
- Persönliche Beratung geht immer vor
- Veranstaltungen in Präsenz statt online anbieten
- WERTSCHÄTZENDE Atmosphäre schaffen (Raum, Getränke bereitstellen...)
- Lebenserfahrung anerkennen
- Fortbildungen anbieten, die ggf. wichtig für das Ehrenamt sein könnten
- Betonung auf „die Zeit schenken, die Mensch bereit ist, zu geben.
- Persönliche Termine/Hobbys berücksichtigen
- Facebook nutzen
- Zeit nehmen (Beratung bei Babyboomer mindest. 60 Minuten einplanen)
- Zuhören!!!

Kampagne 2026/2027 – Babyboomer für ein Ehrenamt gewinnen und stärken

GEWINNEN

Sichtbarkeit & Aufmerksamkeit

- Flyer und Aushänge an Alltagsorten (Supermärkte, Apotheken, Ärztehäuser, Bibliotheken, VHS, Optiker, Physiopraxen)
- Kurze Hinweise (Pressemeldungen) in lokalen Medien oder Stadtteilblättern
- Regionaler Radiosender / Spot
- Posts in lokalen Facebook-Gruppen und Nachbarschaftsforen
- Mini-Plakate in Cafés, Bäckereien, Fitnessstudios
- Präsenz in Nachbarschaftstreffs und Mehrgenerationenhäusern

Kampagne 2026/2027 – Babyboomer für ein Ehrenamt gewinnen und stärken

Kooperationen & Multiplikatoren

- Kontakt zu Personalabteilungen großer Arbeitgeber
- Info-Material für Vorruhestands- oder Rentenseminare
- Kooperation mit Kirchengemeinden (Aushänge, Gemeindebriefe)
- Multiplikator*innen einbinden (Ärzt*innen, Trainer*innen, Kursleitungen)
- Flyer in Gesundheits- und Präventionskursen

Einladung & Aktivierung

- Offener Nachmittag / Kaffee und Kuchen und dein Ehrenamt
- Speeddating mit lokalen Vereinen
- unverbindliche „Mini-Einsätze“ zum Ausprobieren
- Mini-Coachings – Welches Ehrenamt passt zu mir

Kampagne 2026/2027 – Babyboomer für ein Ehrenamt gewinnen und stärken

Begegnung & persönlicher Kontakt

- Infostand an einem stark frequentierten Ort (Einkaufszentrum, Wochenmarkt)
- Kurzvorstellung nach VHS-Kursen
- „Engagement-Sprechstunde“ in einem offenen Treffpunkt (Offene Tür)
- Flyer in Reha-Sportgruppen, Aquafitness, Yoga-Studios
- Gespräche in Wartebereichen (Apotheken, Physiopraxen, Optiker, Bürgerbüro)

Kampagne 2026/2027 – Babyboomer für ein Ehrenamt gewinnen und stärken

STÄRKEN (sind schon aktiv)

- Besondere Fortbildungen im Bereich Gesundheit, Resilienz, Vorstandsarbeit, Nachwuchsgewinnung im Verein
- Anerkennungsveranstaltung zur Wertschätzung
- Stammtisch Ehrenamt
- Gewinnspiel auf Fokus Babyboomer, z.B. großes Frühstück
- Reels „Ich und mein Ehrenamt“
- Plakatkampagne „Babyboomer für Babyboomer“
- Storytelling

Kontakt

STADT LANGENHAGEN

Freiwilligenagentur

Annika Stegmaier

Ehrenamtsmanagerin

Marktplatz 1 | 30853 Langenhagen

Telefon: 0511 / 73 07 81 26

E-Mail: freiwilligenagentur@langenhagen.de

Weitere Infos unter
www.freiwilligenagentur-langenhagen.de