

NEU DENKEN:

5 WEGE, UM SIE ATTRAKTIV FÜR DIE ZUKUNFT ZU MACHEN

01

Flexibilität:

Vereine sollten verstärkt auf projektbasierte und zeitlich begrenzte Engagement-Möglichkeiten setzen. Unsere Erfahrungen zeigen, dass die Generation Z flexible Zeiteinteilung und die Chance, verschiedene Projekte auszuprobieren, besonders schätzt. Dies entspricht ihrem Wunsch nach Abwechslung und der Vereinbarkeit mit Schule, Arbeit oder anderen Verpflichtungen.

Um diesem Bedürfnis gerecht zu werden, könnten Vereine beispielsweise kurzfristige Projekte oder sogenannte "Schnuppermitgliedschaften" anbieten. Diese Formate ermöglichen jungen Menschen, sich aktiv einzubringen, ohne sich langfristig binden zu müssen.

02

Digitalisierung:

Für die Generation Z ist die Wirkungserfahrung in sozialen Medien ein entscheidender Motivationsfaktor für ihr Engagement. Der klassische Gedanke "Tu Gutes und rede darüber" lässt sich für diese digital-affine Generation treffender umformulieren in "Engagier dich und poste darüber". Eine starke Online-Präsenz ist daher unverzichtbar, um die Generation Z anzusprechen und zu motivieren.

Dies umfasst nicht nur eine aktive Nutzung sozialer Medien, sondern auch eine moderne, benutzerfreundliche Website. Vereine und Organisationen sollten die digitale Welt nicht nur als Informationskanal betrachten, sondern als interaktive Plattform, die eine Brücke zum realen Engagement schlägt. Die Einrichtung einer speziellen Rolle, etwa eines „Digital Officers“, könnte dabei helfen, die digitale Kommunikation strategisch und zielgruppengerecht zu gestalten. Diese Position sollte idealerweise von jemandem besetzt werden, der die Sprache und Bedürfnisse der Generation Z versteht.

Indem man der Generation Z die Möglichkeit gibt, ihr Engagement sichtbar zu machen und die Wirkung ihrer Arbeit in Echtzeit zu teilen, schafft man nicht nur Anreize für weiteres Engagement, sondern auch eine positive Feedbackschleife. Das Teilen von Erfolgen und Erfahrungen in sozialen Medien verstärkt das Gefühl der Selbstwirksamkeit und motiviert sowohl die Engagierten selbst als auch ihre Peers, sich weiterhin oder erstmals einzubringen. Dieser Ansatz nutzt die natürliche Affinität der Generation Z zu sozialen Medien und verbindet sie mit ihrem Wunsch, einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten. So wird das digitale Engagement zu einem integralen Bestandteil des realen Engagements und verstärkt dessen Wirkung und Reichweite.

03

Interaktion:

Die Generation Z legt Wert auf sinnstiftende Erfahrungen und persönliche Weiterentwicklung. Vereine können darauf reagieren, indem sie interaktive Formate ins Leben rufen. Regelmäßige "Mitmach-Events" oder interaktive Elemente in bestehenden Veranstaltungen bieten jungen Menschen die Möglichkeit, ihre Talente zu entfalten und praktische Erfahrungen zu sammeln. Solche Erlebnisse schaffen nicht nur Mehrwert, sondern fördern auch die Identifikation mit dem Verein.

04

Generationsaustausch:

Die Generation Z kann durch einen gezielten Generationsaustausch von den reichen Erfahrungen und Erlebnissen älterer Generationen profitieren und so schrittweise in die vielfältigen Aufgaben und Themen von Engagement und Ehrenamt eingeführt werden. Dieser Prozess setzt einen gegenseitigen Lern- und Entwicklungsprozess in Gang, der für alle Beteiligten bereichernd ist.

Mentoring-Programme erweisen sich hierbei als besonders effektive Methode, um junge Mitglieder nicht nur zu gewinnen, sondern auch langfristig zu binden. In diesen Programmen fungieren erfahrene Mitglieder als Mentoren, die neue, junge Mitglieder gezielt unterstützen und begleiten. Dieser intergenerationelle Austausch geht weit über einen einfachen Wissenstransfer hinaus: Die jüngere Generation erhält Einblicke in jahrzehntelange Erfahrungen und kann von den Lehren der Älteren profitieren.

Gleichzeitig bringen junge Menschen frische Perspektiven und neue Ideen ein, von denen wiederum die älteren Generationen lernen können.

Dieser wechselseitige Austausch fördert nicht nur die persönliche Entwicklung aller Teilnehmenden, sondern trägt auch zur Modernisierung und Anpassungsfähigkeit der Vereine bei.

Darüber hinaus können solche Programme dazu beitragen, eine offenere Vereinsstruktur zu schaffen. Der Dialog zwischen den Generationen sensibilisiert für Themen wie strukturelle Benachteiligungen und fördert ein tieferes Verständnis für unterschiedliche Lebensrealitäten.

Indem die Generation Z durch diesen intergenerationellen Austausch schrittweise an Engagement und Ehrenamt herangeführt wird, entsteht ein nachhaltiger Lern- und Entwicklungsprozess, der sowohl den Einzelnen als auch die Vereine und die Gesellschaft als Ganzes bereichert.

05

Sinnstiftung:

Die Generation Z strebt aktiv nach sinnstiftenden Tätigkeiten, die zeitnahe Erfolgserlebnisse bieten. Sie suchen bewusst nach Möglichkeiten, die ihnen Motivation, Inspiration und die Bereitschaft für Engagement und Ehrenamt vermitteln. Junge Menschen dieser Generation möchten nicht nur etwas bewegen und einen gesellschaftlichen Beitrag leisten, sondern auch die Ergebnisse ihres Einsatzes zeitnah erleben.

Vereine können dieses Bedürfnis gezielt fördern, indem sie Projekte mit sozialem Fokus initiieren, die kurzfristige, sichtbare Erfolge versprechen. Dazu gehören beispielsweise Charity-Events oder Kooperationen mit lokalen Einrichtungen und Unternehmen, bei denen die positiven Auswirkungen unmittelbar spürbar sind.

Besonders wichtig für die Motivation der Generation Z ist es, junge Mitglieder aktiv in die Planung und Umsetzung solcher Projekte einzubinden. Dies ermöglicht es ihnen, direkt Verantwortung zu übernehmen, eigene Ideen einzubringen und den Erfolg ihrer Bemühungen zeitnah zu erleben. Durch diese unmittelbare Beteiligung und die schnellen Erfolgserlebnisse finden junge Menschen die gesuchte Inspiration und Motivation, sich langfristig zu engagieren und ehrenamtlich tätig zu sein.

KONTAKT

HERMANN EHLERS – PROJEKT ZUKUNFTSENGAGEMENT 2.0

Dr. Richard Nägler, Programmleiter

Niemannsweg 78

24105 Kiel

✉ naegler@hermann-ehlers.de

☎ 0431 – 389239