

Die Nürnberger Freiwilligen- börse/ Freiwilligenmesse: Erfahrungen aus sechs Jahren

Carolina Fraebel

**Alexandra Weber,
Andreas Mittelmeier,
Sabine Thiel,
Bastian Sauer,
Jonas Köhler,
Thomas Jennemann**

**Nürnberger Arbeitspapiere zu sozialer Teilhabe, bürger-
schaftlichem Engagement und „Good Governance“**

Nr. 58 / Dezember 2016

Nürnberger Arbeitspapiere zu sozialer Teilhabe, bürgerschaftlichem Engagement und „Good Governance“

Herausgegeben von Reiner Pröhl & Dr. Uli Glaser, Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg.

Die „Nürnberger Arbeitspapiere zu sozialer Teilhabe, bürgerschaftlichem Engagement und „Good Governance““ sind als Materialsammlung konzipiert. Sie publizieren Konzepte, Berichte, Evaluationen, Übersichtspräsentationen und Kurzfassungen von studentischen Abschlussarbeiten. Veröffentlicht werden sie als PDF-Dokumente unter www.nuernberg.de/internet/sozialreferat/arbeitspapiere.html sowie ggf. durch Versand an Zielgruppen und als Anhänge an Newsletter. Sie stehen allen Interessierten (unter Angabe der Quelle) gerne zur weiteren Verwendung zur Verfügung.

Nr. 57 / Dezember 2016: Die Nürnberger „Corporate Volunteering“-Tage in den Jahren 2013, 2014, 2015 und 2016 (Janika Brunner, Birgit Kretz, Ramona Löffler, Annegret Schiemann, Chiara Welter)

Nr. 56 / Dezember 2016: Die Quellen des Guten oder warum ist Bürgerschaftliches Engagement so attraktiv? (Dr. Thomas Röbke)

Nr. 55 / Dezember 2016: Herausforderungen an eine Jugendhilfe 2020 (Reiner Pröhl)

Nr. 54 / November 2016: Links und Apps für Geflüchtete und Helfende: 2., überarbeitete Fassung, arabische Übersetzung (Yasmin Abdin)

Nr. 53 / September 2016: Links und Apps für Geflüchtete und Helfende: 2., überarbeitete Fassung (Yasmin Abdin, Eva Beyer, Paloma Lang, Mona Pfister, Ann-Katrin Rückel, Nadine Burschil)

Nr. 52 / August 2016: Dr. Ulrich Maly „Flüchtlinge im Betrieb“ Grußwort zur Auftaktveranstaltung Projekt „Enter“

Nr. 51 / Juni 2016: Unterbringung, Leistungsgewährung, Integration – Aktivitäten des Geschäftsbereichs Jugend, Familie und Soziales in der Flüchtlingsarbeit

Nr. 49 / April 2016: Die Bedeutung des Ehrenamtes in der Integrationsarbeit (Dr. Thomas Röbke)

Nr. 47 / April 2016: Elemente einer kommunalen Engagementstrategie: Am Beispiel der Stadt Nürnberg (Nadine Burschil, Dr. Uli Glaser)

Nr. 45 / März 2016: Hinweise für ehrenamtlich Tätige in der Flüchtlingshilfe (Ann-Katrin Rückel, Julia Leisner, Patricia Paiva, Paul Kaltenegger)

Nr. 44 / Januar 2016: Bildungs- und Sprachangebote: Kompendium für Sozialarbeiter und Ehrenamtliche in der Flüchtlingshilfe (Sebastian-Manuel Schmidt)

Nr. 43 / Dezember 2015: Flucht, Asyl, Flüchtlingshilfe: Hintergründe und Fakten (Dr. Uli Glaser)

Nr. 42 / Dezember 2015: Die Bedeutung von Bürgerschaftlichem Engagement und Zivilcourage – am Beispiel der Flüchtlingsarbeit (Reiner Pröhl)

Nr. 41 / Dezember 2015: Unternehmensengagement: CSR / CC (Dr. Uli Glaser, Carolina Fraebel)

Nr. 40 / Dezember 2015: Die Nürnberger Freiwilligenbörse/ Freiwilligenmesse: Erfahrungen aus fünf Jahren (Thomas Jennemann, Alexandra Weber, Andreas Mittelmeier, Sabine Thiel, Bastian Sauer, Jonas Köhler)

Nr. 39 / Dezember 2015: Überarbeitete Hinweise für ehrenamtlich Tätige in der Flüchtlingshilfe Stand November 2015 (Julia Leisner, Paul Kaltenegger & Patricia Paiva)

Nr. 38 / Juni 2015: Hinweise für ehrenamtlich Tätige in der Flüchtlingsarbeit (Paul Kaltenegger & Patricia Paiva)

Nr. 37 / Mai 2015: Bürgerschaftliches Engagement in Nürnberg in Zahlen. Auswertung der repräsentativen Wohnungs- und Haushaltserhebung „Leben in Nürnberg“ von 2013 (Patricia Paiva)

Nr. 36 / April 2015: Internet und Social Media (im Sozialreferat der Stadt Nürnberg) (Solveig Grunow, Patricia Paiva)

Nr. 35 / März 2015: „Bürgerstiftungen sind ein wichtiger Faktor für die Zivilgesellschaft“ (Dr. Ulrich Maly)

Nr. 34 / März 2015: Kindermitbringtag: Ein Leitfaden für Unternehmen und Verwaltung (Carolin Bartenschlager, Doris Reinecke)

Nr. 33 / Januar 2015: Thema Flüchtlinge und Asyl: Der aktuelle Rahmen (Thorsten Bach, Jonas Köhler, Martina Mittenhuber)

Nr. 32 / Januar 2015: Anerkennungskultur: Ein Blick zurück nach vorn (Dr. Thomas Röbke)

Nr. 31 / Oktober 2014: Die Nürnberger „Corporate Volunteering“ Tage (Birgit Kretz, Ramona Löffler, Annegret Schiemann)

Nr. 30 / September 2014: Vier Jahre Stifter-Initiative Nürnberg: Eine Zwischenbilanz (Harald Riedel)

Nr. 29 / Juni 2014: Kulturfreunde : Ein Ehrenamtsprojekt zur kulturellen Teilhabe von Kindern aus Kindertageseinrichtungen strukturschwacher Stadtteile in Nürnberg (Ramona Löffler, Ingrid Wild-Kreuch)

Nr. 28 / Mai 2014: „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“ (Dr. Uli Glaser, Julia Kares, Thorsten Bach)

Nr. 27 / April 2014: Die Nürnberger Freiwilligenbörse/ Freiwilligenmesse: Erfahrungen aus vier Jahren (Sabine Thiel, Bastian Sauer, Andreas Mittelmeier & Alexandra Weber)

Nr. 26 / März 2014: Fundraising vor Ort – Checkliste für Fundraising-Bemühungen (Dr. Uli Glaser, Alina Alexandrow)

Nr. 25 / Februar 2014: Stiftungs Kooperationen: Das Beispiel „Stifterverbund MUBIKIN“ (Kirsti Ramming)

Nr. 24 / Februar 2014: 1. Jugend-Engagement-Tage Nürnberg 2013: Umfrage-Ergebnisse (Elke Lindemayr)

Nr. 23 / Oktober 2013: Drei Jahre Stifter-Initiative Nürnberg – Artikel und Veröffentlichungen (Dr. Uli Glaser, Michaela Smolka)

Nr. 22 / September 2013: Alleinerziehende in Nürnberg – Lokale Ansätze (Andreas Kummer, Doris Reinecke)

Nr. 21 / September 2013: Wandel der ehrenamtlichen Arbeit in Wohlfahrtsverbänden (Tabea Simone Häusler)

Nr. 20 / September 2013: Corporate Urban Responsibility: Unternehmens Engagement und Stadtteilpatenschaften (Julia Roggenkamp)

Nr. 19 / September 2013: Zum bürgerschaftlichen Engagement junger Menschen (Esther Meyer, Bastian Sauer)

Nr. 18 / Juli 2013: Stadtteilpatenschaften in Nürnberg: Voraussetzungen und Erfahrungen (Dr. Uli Glaser, Bastian Sauer, Sigurd Weiß)

Nr. 17 / Juni 2013: Bürgerschaftliches Engagement und sozialstaatliche Daseinsvorsorge (Dr. Thomas Röbke)

Nr. 16 / Mai 2013: Kultur für alle? Nürnbergerinnen und Nürnberger mit niedrigem Einkommen und Kulturläden (Peter Hautmann)

Nr. 15 / Mai 2013: Die Nürnberger Freiwilligenbörse Erfahrungen aus drei Jahren (Andreas Mittelmeier, Bastian Sauer & Alexandra Weber)

Nr. 14 / Mai 2013: Die Initiative familienbewusste Personalpolitik (Thomas Etterer, Doris Reinecke)

Nr. 13 / März 2013: Die Keimzelle der Demokratie: Chancen und Grenzen kommunaler Bürgerbeteiligung (Dr. Ulrich Maly)

Nr. 12 / November 2012: Die Nürnberger Freiwilligenbörse: Erfahrungen aus zwei Jahren (Andreas Mittelmeier & Alexandra Weber)

Nr. 11 / November 2012: Kulturfreunde: Ein Ehrenamtsprojekt zur kulturellen Teilhabe von Kindern aus Kindertageseinrichtungen strukturschwacher Stadtteile in Nürnberg (Ingrid Wild-Kreuch)

Nr. 10 / November 2012: Familie als kommunalpolitische Entwicklungsaufgabe (Reiner Pröhl)

Nr. 9 / November 2012: Soziale Infrastruktur, Mehrgenerationenhäuser, Bürgerschaftliches Engagement (Reiner Pröhl)

Nr. 8 / Juli 2012: Nürnberg und das Stiftungswesen (Karin Eisgruber, Dr. Uli Glaser, Elmar Reuter)

Nr. 7 / Juli 2012: Unternehmen Ehrensache: Das „Corporate Volunteering“ Netzwerk in Nürnberg (Elisabeth Fuchsloch)

Nr. 6 / Juli 2012: Engagementförderung und Freiwilligenmanagement im kommunalen Aufgabenfeld (Dr. Uli Glaser)

Nr. 5 / Juli 2012: Repräsentativbefragung zu Kultureller Bildung und Kinderkultur (2009/2010): Die Ergebnisse im Überblick (Dr. Hermann Burkhard, Dr. Uli Glaser, Simon Reif, Daniela Schuldes, Ingrid Wild-Kreuch)

Nr. 4 / Mai 2012: Beispiele Nürnberger Projekte Kultureller Teilhabe (Marco Puschner)

Nr. 3 / Mai 2012: Mythos Kultur für alle? Kulturelle Teilhabe als unerfülltes Programm (Dr. Uli Glaser)

Nr. 2 / Mai 2012: Bürgerschaftliches Engagement in Nürnberg (Dr. Uli Glaser & Alexandra Weber)

Nr. 1 / Mai 2012: Die Stadtteilpatenschaft (Heinz Brenner, Alexander Brochier, Dr. Uli Glaser & Reiner Pröhl)

Autoren:

Carolina Fraebel studierte B.A. Sozialökonomik an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg und war 2015 Praktikantin und Honorarmitarbeiterin im Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg. Sie organisierte 2016 die Freiwilligenbörse.

An den früheren Fassungen dieses Arbeitspapiers waren beteiligt: **Alexandra Weber** (Studium des Sozialrechts in Kassel, 2011 Praktikantin und freie Mitarbeiterin im Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg), **Andreas Mittelmeier** (Studium der Politikwissenschaft an der FAU Erlangen-Nürnberg, 2012 Praktikant im Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg und nun wissenschaftlicher Mitarbeiter), **Sabine Thiel** (Studium „Medien – Ethik – Religion“ an der FAU Erlangen-Nürnberg, 2014 Projektmanagerin der Nürnberger Freiwilligenbörse), **Bastian Sauer** (2014 Praktikant und Honorarmitarbeiter im Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg), **Jonas Köhler** (2014/2015 Praktikant und Honorarmitarbeiter im Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg), **Thomas Jennemann** (Studium des Gesundheits- und Sozialmanagements an der Wilhelm-Löhe Hochschule in Fürth, 2015 Praktikant und Honorarmitarbeiter im Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg).

Die Nürnberger Freiwilligenbörse:

Erfahrungen aus sechs Jahren

Der vorliegende Beitrag gibt einen Rückblick auf die bisherigen Freiwilligenbörsen 2011 - 2016 und auf die alle zwei Jahre veranstalteten Freiwilligenmessen 2013 und 2015 im Historischen Rathaussaal im Rahmen des Tags der Offenen Tür der Stadt Nürnberg. Die Basis dieses Arbeitspapiers bilden die im Rahmen der Veranstaltungen durchgeführten Aussteller- und Besucherbefragungen.

Seit 2011 organisiert die Stadt Nürnberg gemeinsam mit dem Zentrum Aktiver Bürger (ZAB) und dem „Nürnberger Netzwerk Engagementförderung“ als ideellen Träger eine im jährlichen Turnus stattfindende Freiwilligenbörse auf dem Gelände der NürnbergMesse. Die Veranstaltung dient zum einen an der Aufnahme eines ehrenamtlichen Engagements interessierten Bürgerinnen und Bürgern als Informationsort, zum anderen Vereinen, Organisationen und Initiativen als Forum, um sich der Bevölkerung vorzustellen, neue Freiwillige anzuwerben und sich mit anderen Ehrenamtlichen zu vernetzen.

Das Thema „Engagementförderung“ hat für die Stadt Nürnberg und ihre Partner im Netzwerk eine große Bedeutung: Angesichts von 98.000 Ehrenamtlichen in Nürnberg und weiteren 160.000, die nach repräsentativen Umfragen potentiell zu gewinnen wären, geht es dabei auch immer wieder um die Kommunikation des Angebots an ehrenamtlichen Aktivitäten. Auch der bundesweite Freiwilligen-survey hat die Wichtigkeit von derlei Informationsangeboten bestätigt.

Das hier vorliegende Arbeitspapier ersetzt die bisherigen Arbeitspapiere Nr. 12, Nr. 15, Nr. 27 und Nr. 40, deren Inhalt sich auf die Auswertung der Freiwilligenbörsen 2011-2014 und der Freiwilligenmesse 2015 fokussierte.

Die Nürnberger Freiwilligenbörse 2011-2016

Nach dem Vorbild anderer Kommunen entschied sich die Stadt Nürnberg, gemeinsam mit dem Zentrum Aktiver Bürger (ZAB) und dem „Nürnberger Netzwerk Engagementförderung“ als ideellen Träger, 2011 eine Freiwilligenbörse zu initiieren. Mit Unterstützung der NürnbergMesse und des Amts für Senioren und Generationenfragen (Seniorenamt der Stadt Nürnberg) fand diese am 18./ 19. März 2011 erstmals im Rahmen der Messe „inviva – Die Messe für das Leben ab 50“ statt. Anders als bei vergleichbaren Veranstaltungen in Deutschland ist die Freiwilligenbörse an eine andere Publikumsveranstaltung angeschlossen.

Organisationen, Vereine und Initiativen aus der Stadt Nürnberg und der ganzen Region erhielten die Möglichkeit, sich dem Messepublikum vorzustellen, auf diese Weise neue Ehrenamtliche zu gewinnen und sich untereinander zu vernetzen. Das Angebot wurde sowohl von Seiten der Anbieter als auch von den Besuchern der „inviva“ erfreulich gut angenommen.

Nach der geglückten Erstauflage waren sich die Organisatoren einig, dass die Freiwilligenbörse eine jährlich im Rahmen der „inviva“ stattfindende Institution werden soll.

Die Freiwilligenböse auf einen Blick:

Name	Freiwilligenbörse Nürnberg
Durchführung	seit 2011 im Rahmen der Freizeit-Messe „inviva“
Wo?	NürnbergMesse
Wie lange?	2 Tage (9:30 – 18 Uhr)
Veranstalter	Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg; ideeller Träger: „Nürnberger Netzwerk Engagementförderung“
Vorbereitungsteam	Stadt Nürnberg, Referat für Jugend, Familie und Soziales - Stabsstelle "Bürgerschaftliches Engagement und 'Corporate Citizenship'" und Zentrum Aktiver Bürger (ZAB)
Zahl der Aussteller	59 Organisationen (2011) 52 Organisationen (2012) 34 Organisationen (2013) 56 Organisationen (2014) 40 Organisationen (2015) 36 Organisationen (2016)
Bereiche	Große Vielfalt von Angeboten aus den sozialen, kulturellen und ökologischen Bereichen, darunter Ortsverbände diakonischer Träger ,großer gemeinnütziger Organisationen, kleine Initiativen, lokale Verbände und Freiwilligenvermittlungsagenturen aus Nürnberg und dem Umland
Zahl der Kontakte an den Ständen	6296 (2011) – davon 1437 konkrete Interessentengespräche 6054 (2012) – davon 1366 konkrete Interessentengespräche 3476 (2013) – davon 763 konkrete Interessentengespräche 5448 (2014) – davon 1099 konkrete Interessentengespräche 3643 (2015) – davon 1153 konkrete Interessentengespräche 2352 (2016) - davon 1199 konkrete Interessentengespräche
Rahmenprogramm	• „Fortbildungscafé“ (2011) • Fachvorträge im Rahmen der „inviva“ (2012) • Aktionsbühne (2013) • Themenstände (2014 – 2016)
Zielgruppe	Besucher der „inviva“ (Menschen ab 50 Jahren), Schüler- und Studentengruppen, Personen auf der Suche nach bürgerschaftlichem Engagement allgemein
Besonderheiten	• Kurzer Sektempfang für die Aussteller vor der Eröffnung • Maskottchen „Ich&Du“ (benannt nach Publikumswettbewerb 2013) • Prämierung des gelungensten Ausstellerstandes • Besucherbefragung mit Gewinnspiel • keine Standgebühr für die Aussteller und Freikarten für möglichst viele Ehrenamtliche • Eintritt für die Besucher (2016: erstmals 11,50 Euro inkl. Besuch der „inviva“ und der „Freizeit“)

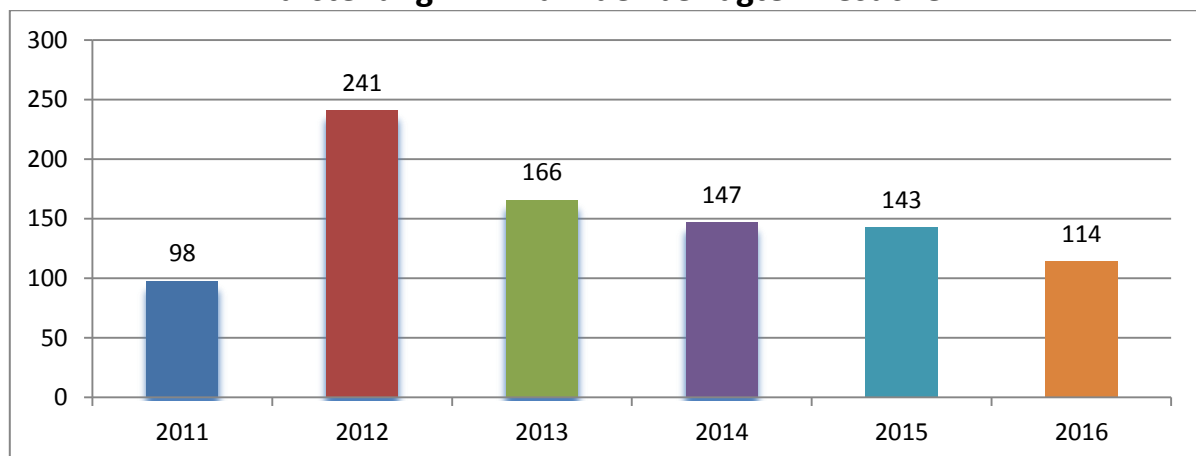
Auswertung der durchgeführten Befragungen

Auf jeder Freiwilligenbörse wurde eine Befragung der Besucher und der Aussteller durchgeführt. Im Folgenden werden die Ergebnisse in textlich und grafisch aufbereiteter Form vorgestellt, mit den Vorjahren, sofern Zahlen vorhanden, verglichen und die von Seiten der Veranstalter daraus gezogenen Schlüsse erörtert.

Die folgenden Diagramme zeigen die Auswertung der Besucher- und der Ausstellerbefragungen im Vergleich der Jahre. Fehlt ein Jahr, so wurden in diesem Jahr keine Daten in diesem Bereich erhoben. Die Kommentare beziehen sich vor allem auf die aktuellen Befragungsergebnisse aus dem Jahr 2016.

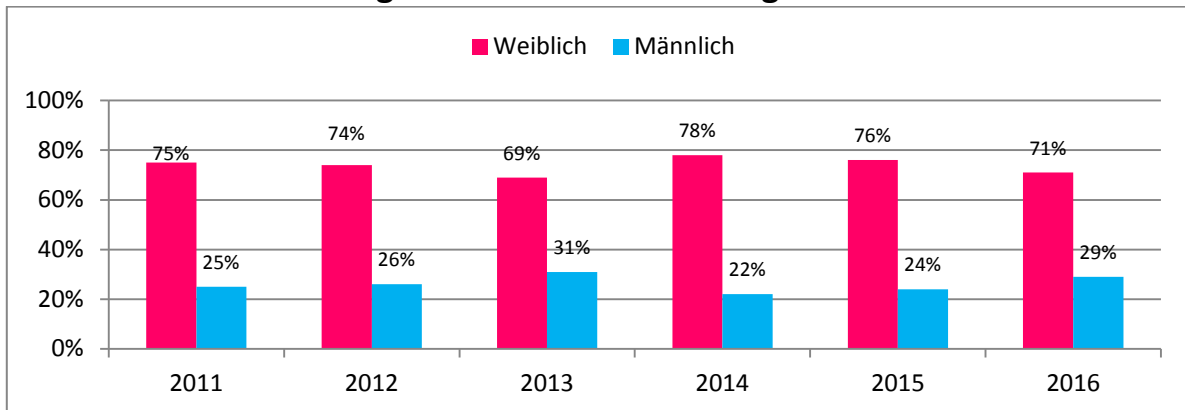
Auswertung Besucherbefragung

Darstellung 1: Anzahl der befragten Besucher



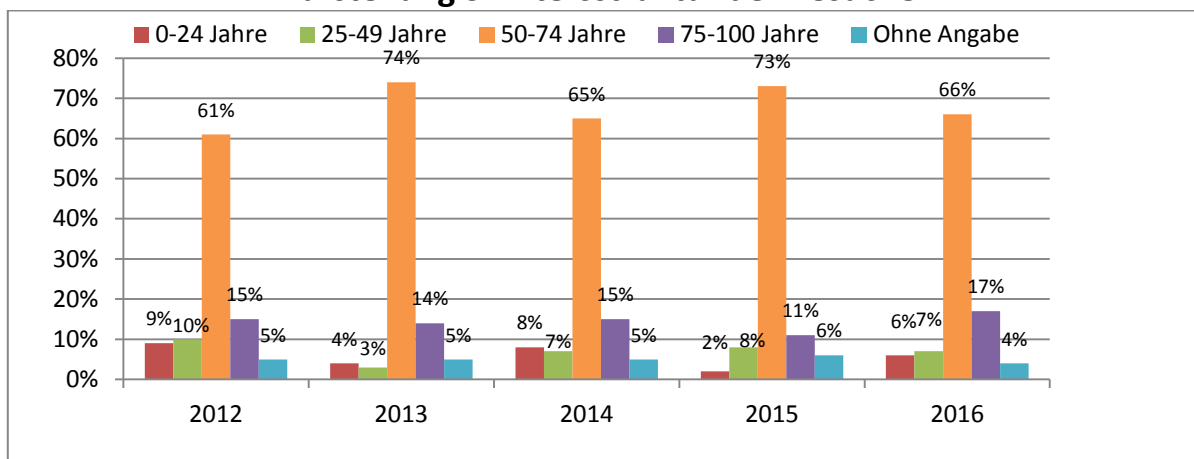
Durch persönliche Interviews wurden am Rande der Ausstellungsfläche Besucherinnen und Besucher gebeten, ihre Eindrücke vom Besuch der Freiwilligenbörse zu schildern. 2016 beteiligten sich an der Besucherbefragung 114 Personen. Die Tendenz ist damit fallend. Grund hierfür könnte die Einbettung der Börse in die Messe in den letzten Jahren sein, sodass weniger bewusst an der Freiwilligenbörse interessierte BesucherInnen bereit zur Befragung waren. Die Besucherzahl der inviva stieg allerdings kontinuierlich an (15.156 Besucher im Jahr 2013, 13.500 Besucher im Jahr 2014, 18.000 Besucher im Jahr 2016).

Darstellung 2: Geschlecht der befragten Besucher



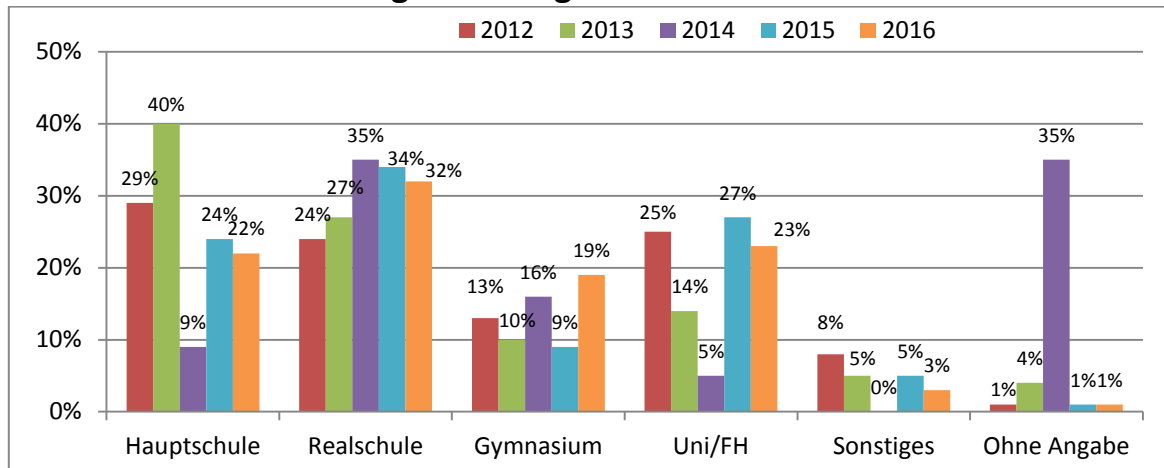
Wie in den Vorjahren besuchten auch 2016 deutlich mehr Frauen als Männer die Freiwilligenbörse. Es zeigt sich, dass das Thema des ehrenamtlichen Engagements bei Frauen stärker präsent ist als bei Männern und sie größeres Interesse an Veranstaltungen wie der Freiwilligenbörse haben.

Darstellung 3: Altersstruktur der Besucher



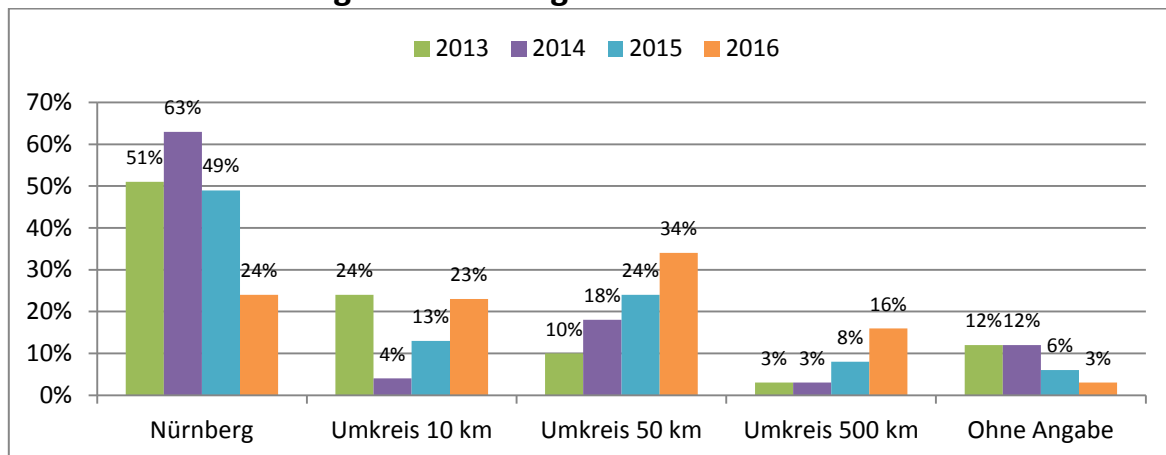
Die Besucher im Alter über 50 Jahren machen seit Beginn der Besucherbefragungen konstant die große Mehrheit aus. Die Altersstruktur ergibt sich zwangsläufig daraus, dass die Freiwilligenbörse im Rahmen der Seniorenmesse „inviva“ stattfindet, die sich unter dem Slogan „Mitten im Leben“ explizit an Personen ab dem 50. Lebensjahr richtet. Diese Altersgruppe ist jedoch angesichts der demografischen Entwicklung und des starken Trends, die Jahre nach Ende des Erwerbslebens aktiv zu gestalten, für die Engagementförderung von besonderer Bedeutung und daher für die Börse eine attraktive Zielgruppe.

Darstellung 4: Bildungsabschluss der Besucher



Im Vergleich zu den Vorjahren stieg 2014 der Anteil der Besucher mit Realschulabschluss oder Abitur. Der Anteil der Besucher mit Hauptschulabschluss fiel von 40 % im Jahr 2013 auf nur 9 % im Jahr 2014. Allerdings machten mit 35% im Jahr 2014 ein Drittel der befragten Besucher keine Angabe über ihren Bildungsabschluss. Die Zahl der Akademiker mit Uni/FH-Abschluss ging in den Jahren bis 2015 immer weiter zurück. Besucher mit Realschulabschluss stellen 2016 die Mehrheit dar. Die Zahl der Akademiker und der Anteil der Besucher mit Hauptschulabschluss sind 2016 fast gleich, wobei sich letzterer gegenüber dem Tief 2014 fast verdreifacht hat. Auch der Anteil der Akademiker stieg um mehr als das Vierfache gegenüber 2014.

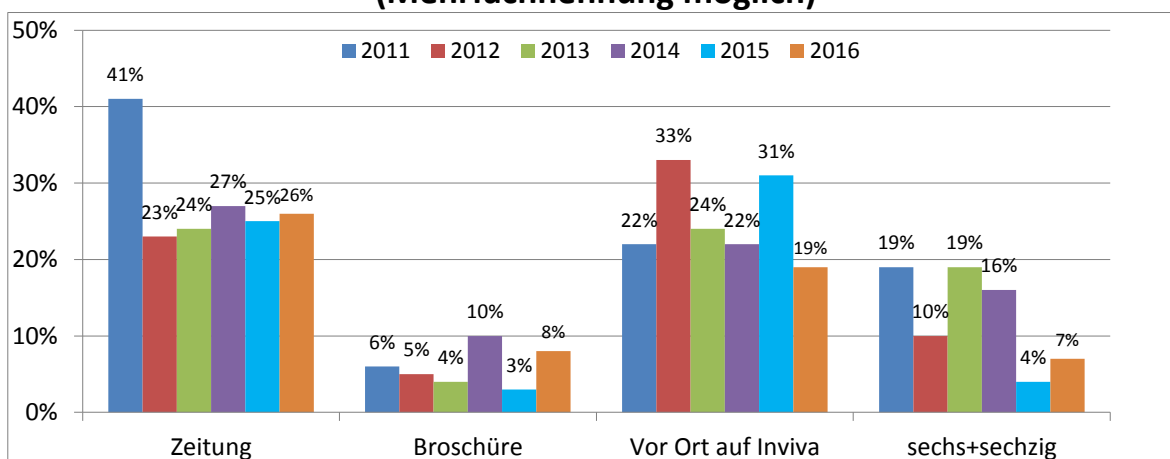
Darstellung 5: Herkunftsgebiet der Besucher seit 2013



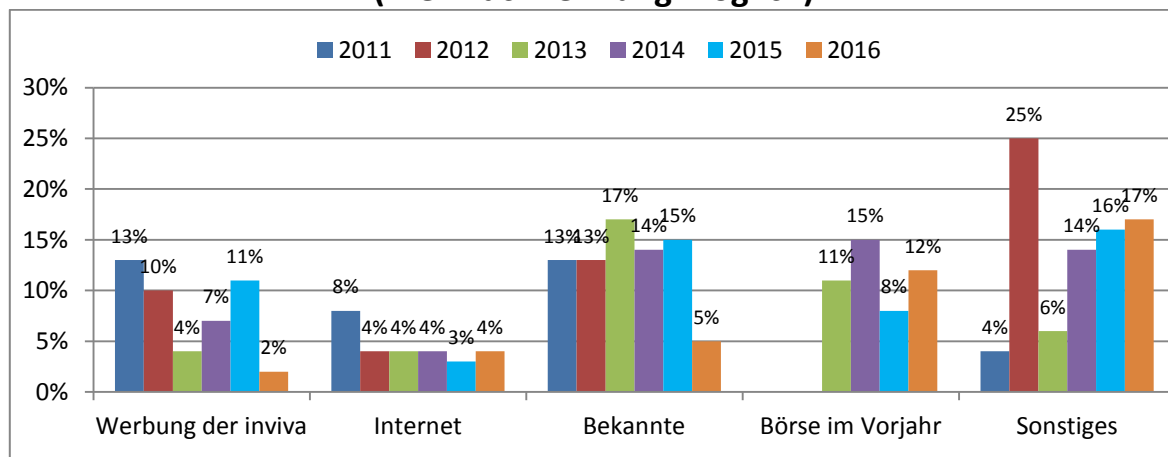
Die Statistik zeigt, dass ein Viertel der befragten Besucher ihren Wohnsitz direkt in Nürnberg oder der unmittelbaren Umgebung haben. Mit 24 % ist die Zahl der Besucher aus dem Nürnberger Umland bis zu einem Umkreis von 50 km 2015 im Vergleich zu 2013 um fast das Doppelte gestiegen. Zur letzten Börse 2016 stieg sie erneut um 10 Prozent an. Als möglicher Grund kann die gezielte Ansprache der Freiwilligenagenturen in der Region identifiziert werden, die 2014 erstmals mit einem eigenen

Themenstand vertreten waren¹. Generell ist die Nürnberger Freiwilligenbörse kein überregionales Format, sondern wird zum Großteil von Menschen aus der Umgebung besucht. Eine Ursache ist, dass die meisten Aussteller im Raum Nürnberg beheimatet sind und die überregionalen Organisationen meist durch ihre Nürnberger Zweigstellen vertreten waren.

**Darstellung 6.1: Informationsquellen der Besucher
(Mehrfachnennung möglich)**



**Darstellung 6.2 Informationsquellen der Besucher
(Mehrfachnennung möglich)**



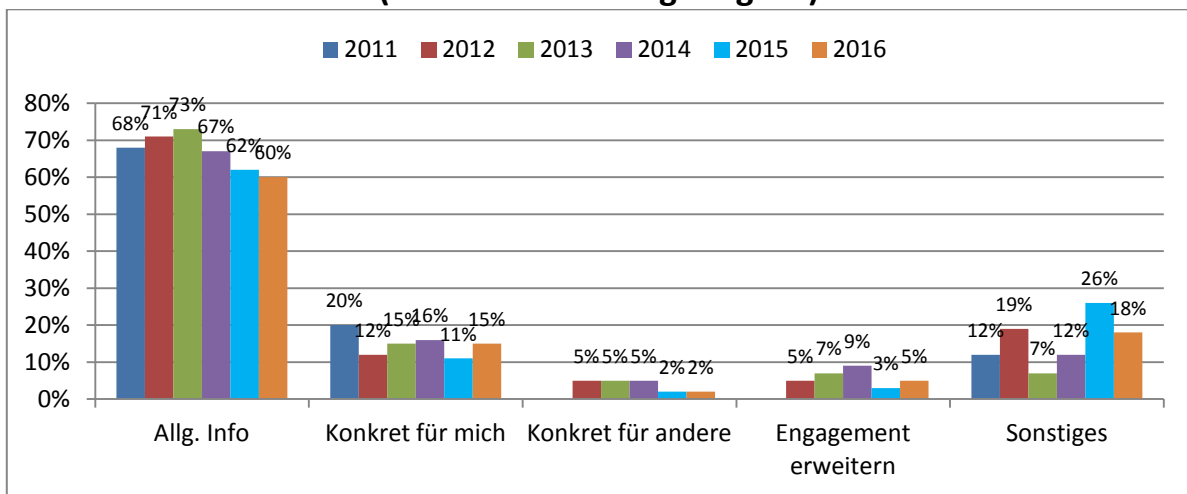
Knapp ein Drittel der Besucher wurde 2016 durch die Zeitung auf die 6. Freiwilligenbörse in Nürnberg aufmerksam, gefolgt von vor Ort bei der „inviva“ (19 %) (siehe 6.1) und durch „Sonstiges“ (17 %) (siehe 6.2) wie zum Beispiel den Arbeitgeber. Dahingegen hat die erzielte Werbung durch das Magazin „sechs+sechzig“ stark abgenommen (siehe 6.1). Dabei ist jedoch anzumerken, dass vermutlich für

¹ In den beiden Vorjahren war dieser Punkt auf dem Fragebogen nicht enthalten, daher gibt es dazu keine Vergleichswerte.

viele Besucher „Zeitung“ und „sechs+sechzig“ Synonyme darstellen, da das Seniorenmagazin als Beilage der Gesamtauflage von „Nürnberger Nachrichten“, „Nürnberger Zeitung“ und anderen Lokalausgaben in ganz Mittelfranken vertrieben wird. Wenige Menschen wurden, ähnlich wie in den Vorjahren, durch das Internet oder durch Werbung der „inviva“ zum Besuch animiert. Die Veranstalter der „inviva“ weisen die Freiwilligenbörse zwar als Rahmenprogramm auf ihrer Webseite, jedoch nicht auf ihren Plakaten oder gedruckten Publikationen aus.

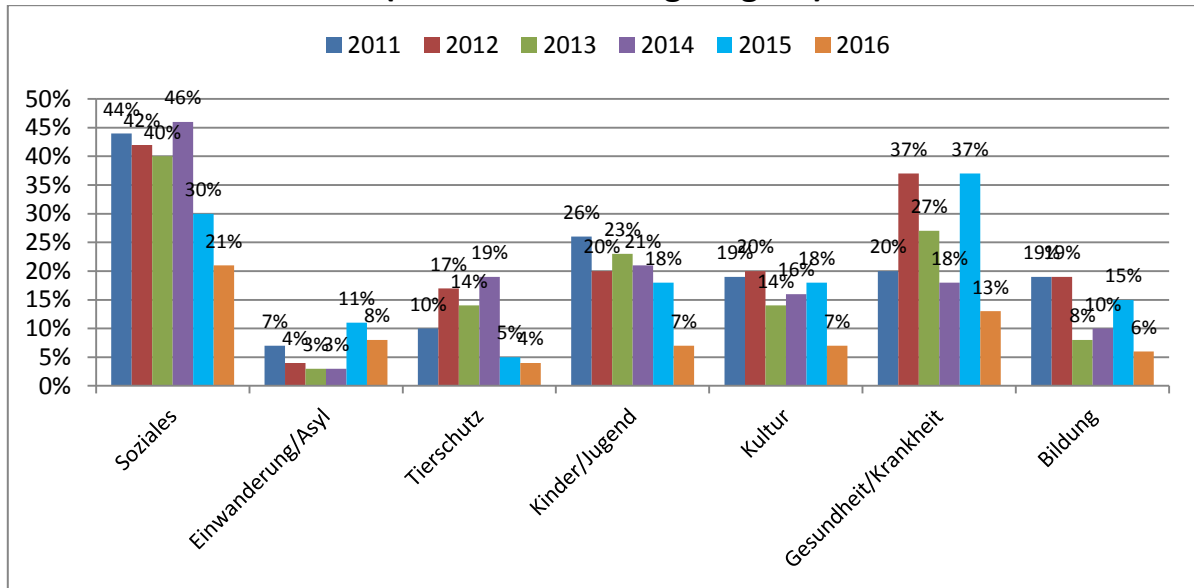
Der Anteil der Besucher, die durch die Börse im Vorjahr auf die Veranstaltung aufmerksam wurden, stieg von 8 % im Vorjahr auf 12 %. Damit kommen Besucher vermehrt auch im Folgejahr wieder (siehe 6.2).

**Darstellung 7: Erwartungen der Besucher
(Mehrfachnennung möglich)**

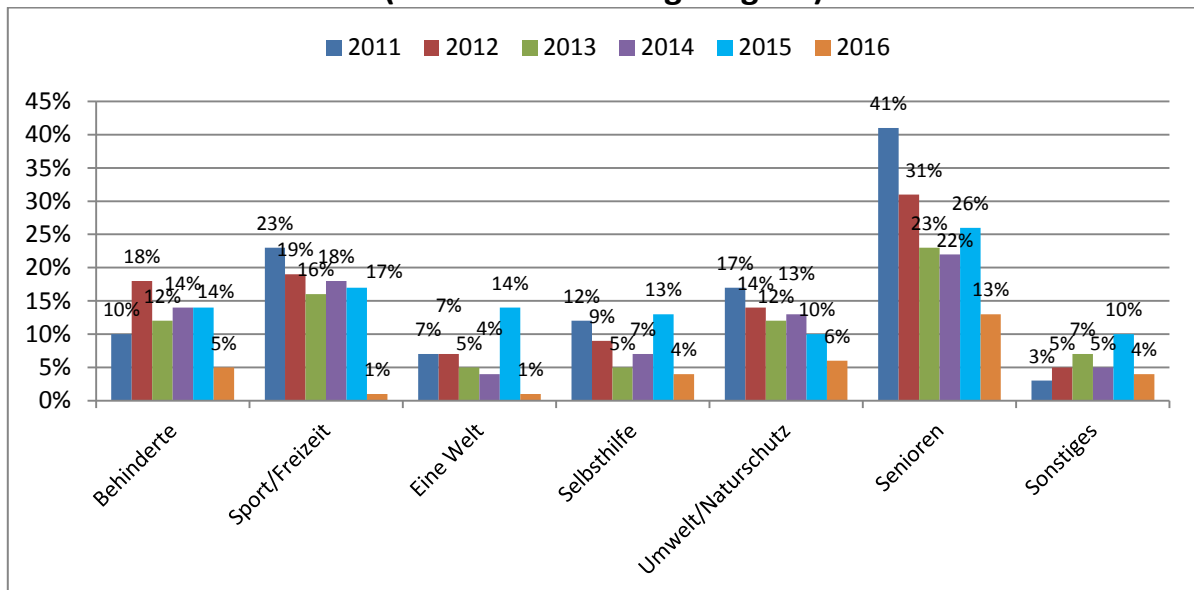


Obwohl die Anzahl der Spontanbesucher niedriger war als im Vorjahr, blieb die Zahl derer, die sich zunächst nur unverbindlich und allgemein über das Thema Ehrenamt informieren wollten, 2016 mit 60 % hoch. Der Großteil der Besucher will sich über das breite Angebot der Möglichkeiten zuerst einmal einen Überblick verschaffen. 15 % gaben 2016 an, konkret nach ehrenamtlichen Einsatzmöglichkeiten für sich selbst zu suchen. Diese Zahl ist vergleichbar mit der in den Vorjahren. Etwas gesunken ist die Zahl der Besucher, die ihr ehrenamtliches Engagement erweitern wollen.

**Darstellung 8.1: Interessensbereiche der Besucher
(Mehrfachnennung möglich)**



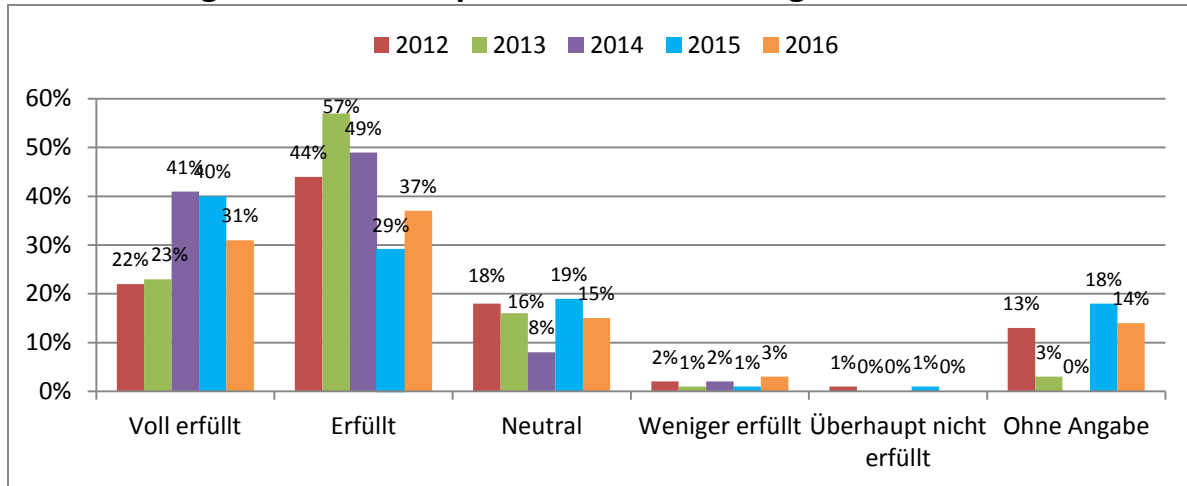
**Darstellung 8.2: Interessensbereiche der Besucher
(Mehrfachnennung möglich)**



Die Besucher der Freiwilligenbörse 2016 waren vor allem am Bereich „Soziales“ (siehe 8.1) interessiert, welcher bis auf eine Ausnahme im Jahr 2015 durchwegs Spitzenwerte zu verzeichnen hatte. Weiterhin bestand großes Interesse an den Bereichen „Gesundheit/Krankheit“ mit 13 % (siehe 8.1) und Senioren mit ebenfalls 13 % (siehe 8.2), wobei Letzterer sich im Vergleich zum Vorjahr um die Hälfte verringert hat. Grund hierfür könnte die „inviva“ sein, die ihre Angebote bewusst an ihrer Zielgruppe ausrichtet. Auch stiegen die Interessen an den Bereichen „Einwanderung/Asyl“ von 3 % im Jahr 2014 auf 8 % im Jahr 2016 (siehe 8.1) an. Ein Grund hierfür ist, dass dem gegenwärtig so präsenten Thema 2016 erstmals ein eigener Themenstand zur Verfügung gestellt wurde, um sowohl für das

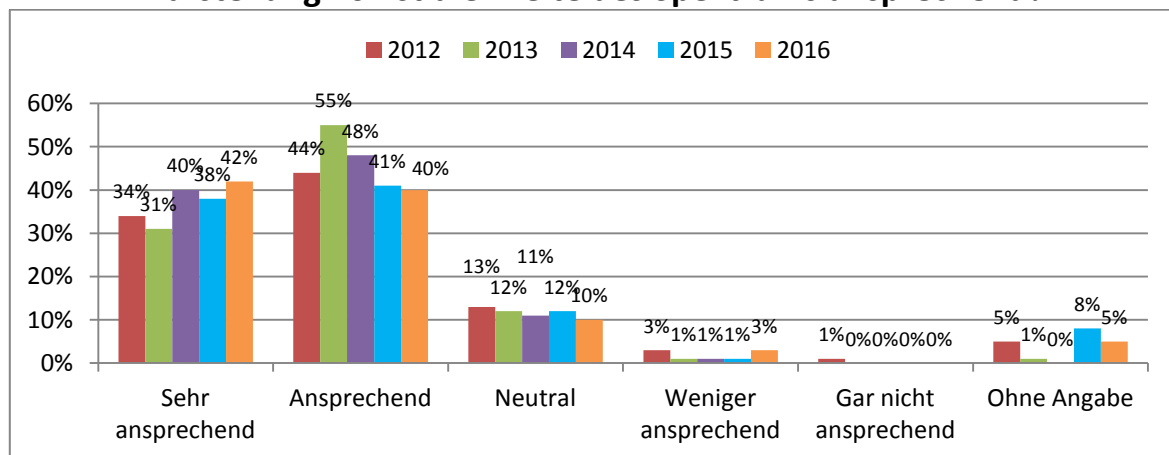
Thema zu sensibilisieren, als auch dem hohen Interesse der Besucher aus dem Jahr 2015 (11 %) Rechnung zu tragen. Am wenigsten waren die Besucher 2016 an den Bereichen „Sport/Freizeit“ (1%) (siehe 8.2), „Eine Welt“ (1%) (siehe 8.2), „Selbsthilfe“ (4%) (siehe 8.2) und „Tierschutz“ (4%) (siehe 8.1) interessiert.

Darstellung 9: Wurden die persönliche Erwartungen der Besucher erfüllt?



Positiv ist auch im Jahr 2016 die allgemeine Zufriedenheit der Besucher. Zur Verbesserung der Besucherzufriedenheit wurden 2016 im Vorfeld Informationsmaterialien verteilt, die eine Auflistung aller teilnehmenden Aussteller sowie der Themenschwerpunkte enthielt.

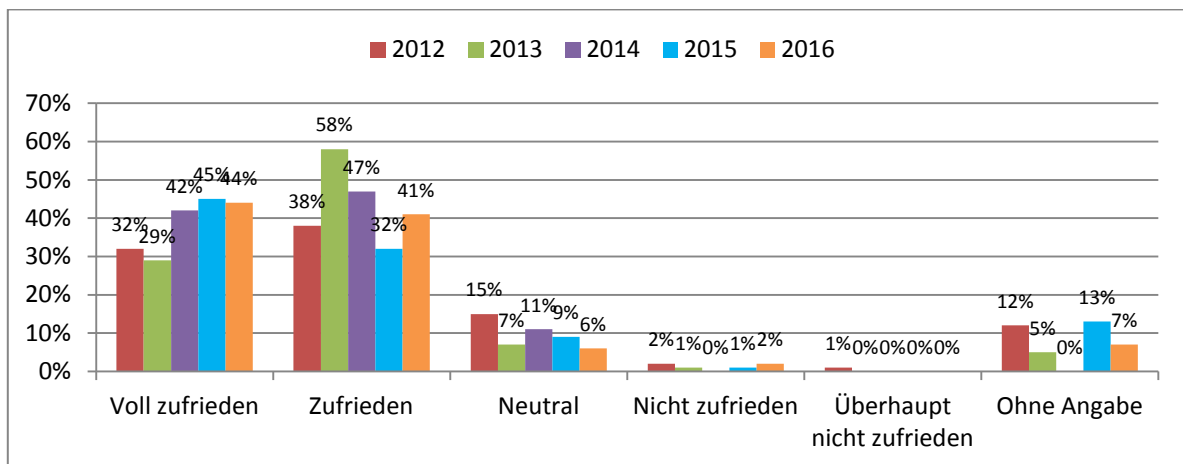
Darstellung 10: Ist die Breite des Spektrums ansprechend?



Die Breite des Spektrums reichte auch 2016 von Engagement-Möglichkeiten bei den großen Sozialverbänden bis zu kleinen regionalen Initiativen.

Vielfach positiv wurde auch der Rahmen der Freiwilligenbörse 2016 bewertet. So beschrieben die Besucher das Ambiente als: „einladend/freundlich“, „übersichtlich/ansprechend“, „von allem etwas“, „weitläufig/großzügig“ und „offen/hell“.

Darstellung 11: Zufriedenheit mit der Qualität der Informationen



Sehr erfreulich ist für die Veranstalter, dass ein Großteil der Besucher sowohl die persönlichen Erwartungen an die Freiwilligenbörse 2016 erfüllt sah als auch die Breite des Spektrums ansprechend fanden und mit der Qualität der Informationen zufrieden war. 2013 bis 2016 gab niemand an, überhaupt nicht zufrieden zu sein.

Die Befragten vermissten 2013 zum Teil Angebote zum ehrenamtlichen Engagement von Einrichtungen außerhalb Nürnbergs. Diesem Wunsch wurde 2014 mit dem Angebot eines Themenstandes der Freiwilligenvermittlungsagenturen aus dem Umland entsprochen. Neu hinzu kam der Wunsch nach der Präsentation kleinerer Vereine und Verbände.

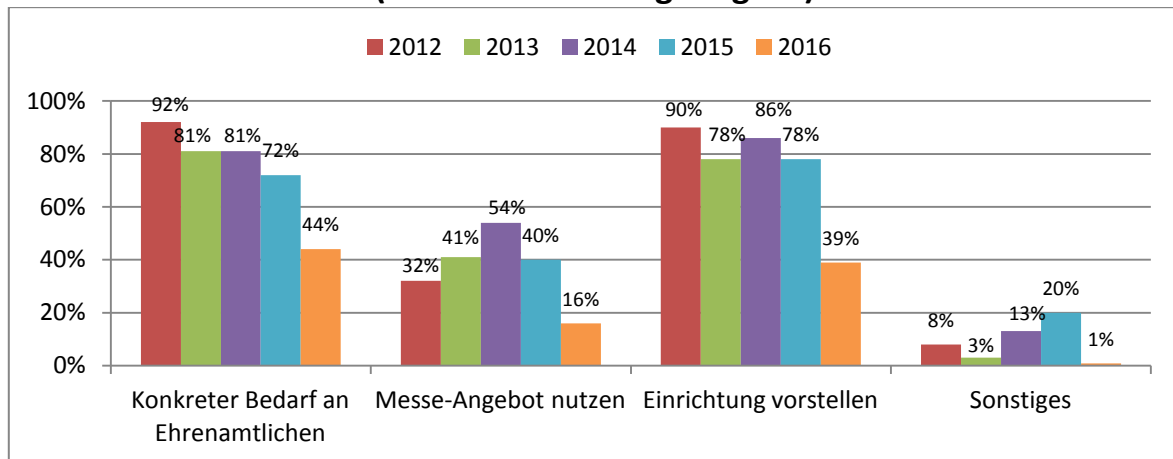
Inhaltlich wünschen sich die Besucher vor allem Literatur und Prospekte. Sie freuen sich aber auch über die persönlichen Gespräche mit den Standbetreibern und die Beratung vor Ort. Die Form der Börse, die viele Engagement-Möglichkeiten an einem Ort bündelt, wurde auf 19 Fragebögen zusätzlich lobend erwähnt.

Auswertung Ausstellerbefragung

An der 6. Nürnberger Freiwilligenbörse 2016 beteiligten sich 36 Organisationen. 2015 gab es eine etwas geringere Zahl an Ausstellern – vermutlich, weil im Herbst auch die „Schwesterveranstaltung“ Freiwilligenmesse angekündigt war. Am Themenstand der „Freiwilligenvermittlung in der Region“ nahmen 2016 fünf Freiwilligenagenturen aus dem Nürnberger Umland zu unterschiedlichen Uhrzeiten teil. Ein neuer Themenstand im gleichen Jahr war „Asyl/ Flüchtlinge“, den die Stadt in Kooperation mit der AWO Nürnberg e.V. betrieb, und zu Beratungsgesprächen am Stand vertreten war.

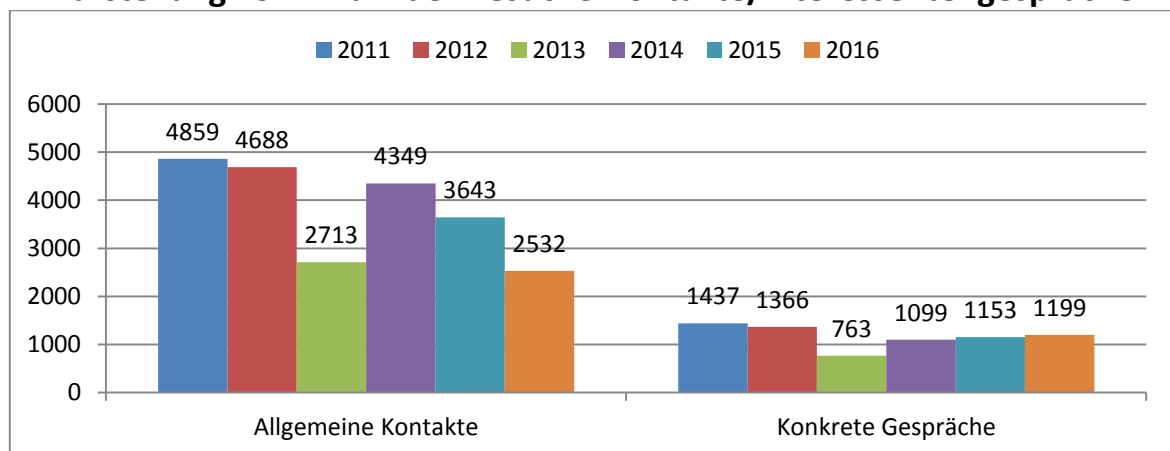
Von 36 Organisationen füllten 29 einen Fragebogen für die Auswertung aus. Vier davon waren nur an einem der beiden Ausstellungstage auf der Freiwilligenbörse vertreten. Fast 95% der Aussteller 2016 nahmen bereits an einer der früheren Freiwilligenbörsen teil.

**Darstellung 12: Beweggründe für die Teilnahme
(Mehrfachnennung möglich)**

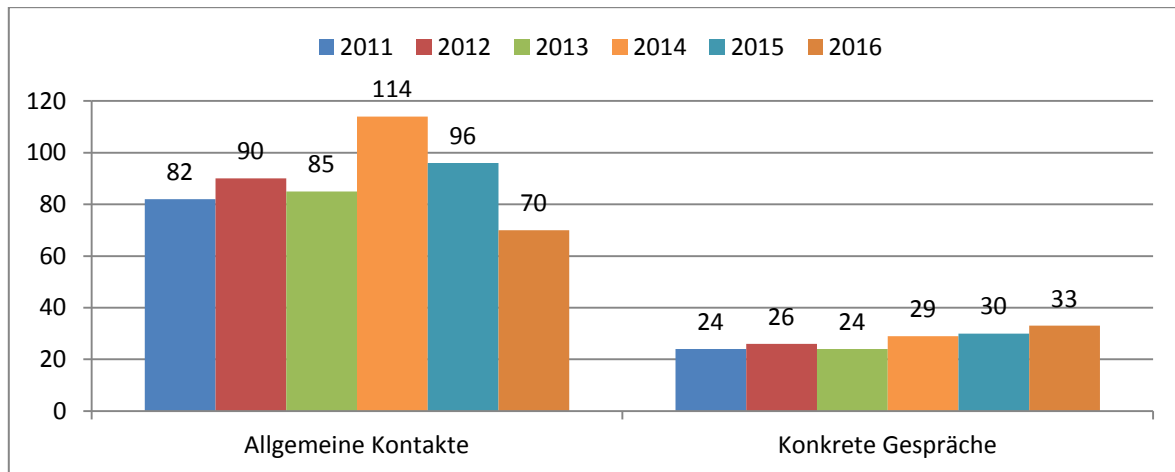


Die wesentlichen Motive für die Teilnahme an der Freiwilligenbörse waren auch 2016 wie bereits in den Vorjahren der konkrete Bedarf an neuen Ehrenamtlichen und die Möglichkeit, die eigene Einrichtung vorstellen zu können. Für 16 % der Aussteller war 2016 die kostenlose Nutzung der Messeinfrastruktur ein zusätzlicher Anreiz zur Teilnahme.

Darstellung 13: Anzahl der Besucherkontakte/Interessentengespräche

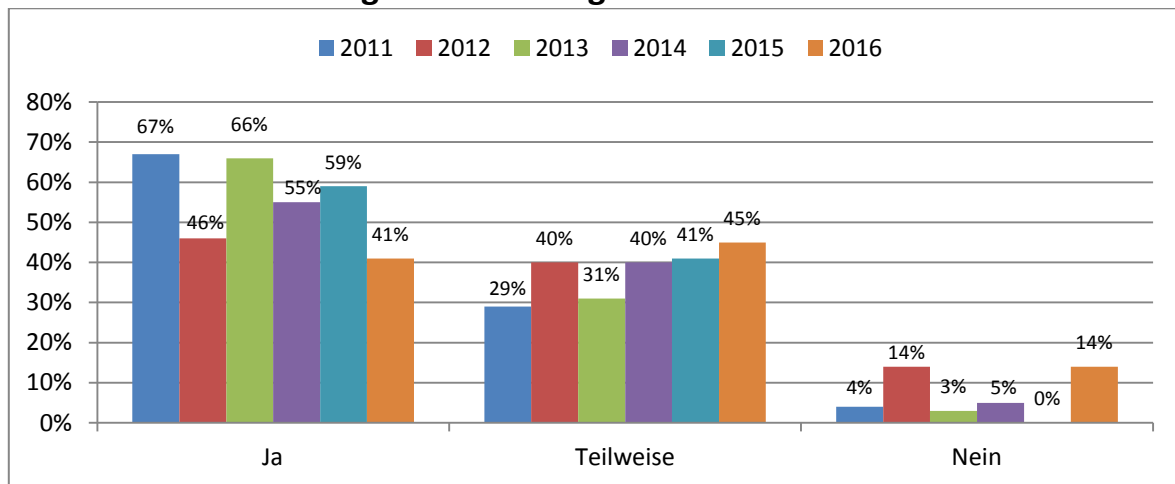


Darstellung 14: Durchschnitt Besucherkontakte/Interessentengespräche pro Aussteller



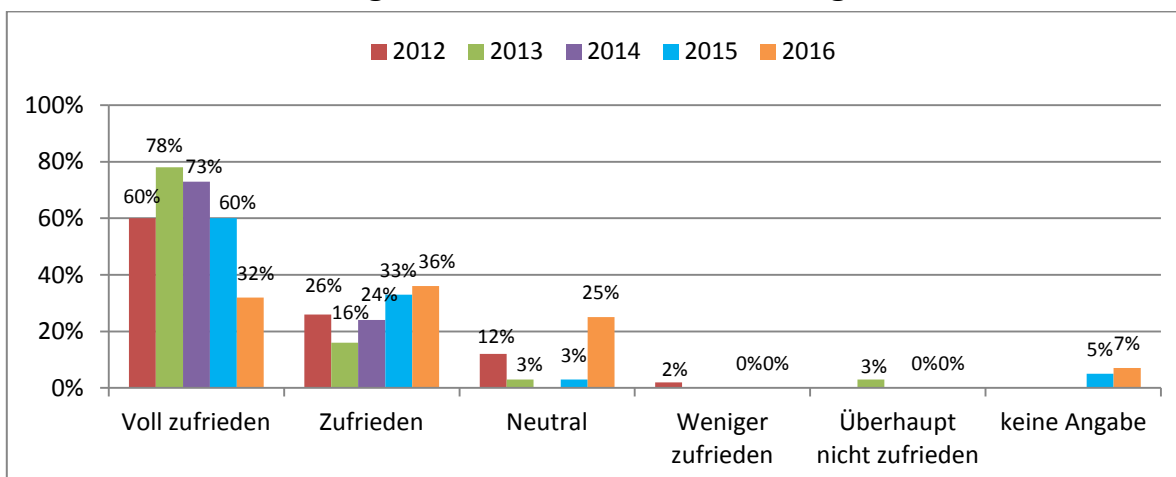
Da die Anzahl der Stände rückläufig war, ist 2016 auch die Anzahl der allgemeinen Kontakte leicht zurückgegangen. Konkrete Gespräche nahmen dabei etwas zu und lagen damit etwas über dem Niveau der Vorjahre.

Darstellung 15: Erwartungen der Aussteller erfüllt?

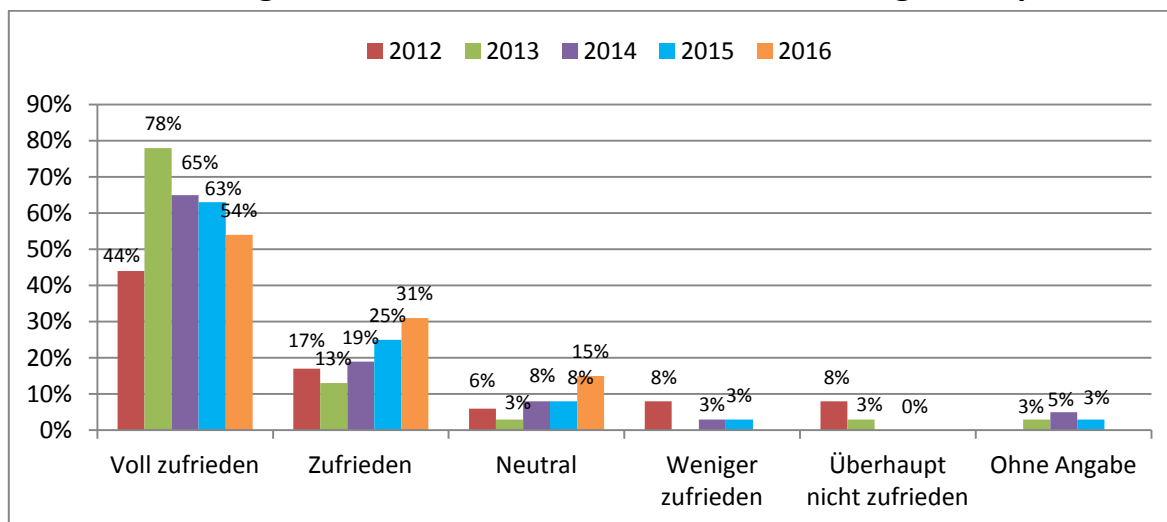


2014 und 2015 erfüllten sich die Erwartungen der Aussteller größtenteils. 2016 war eine Trendwende zu beobachten: Bei 45 % der Befragten wurden die Erwartungen nur teilweise erfüllt. Auch gaben viele Aussteller an, dass sich ihre Erwartungen nicht erfüllt haben: 2016 stieg der Wert erstmals wieder seit 2012 auf 14 % an. Die Gründe dafür müssen im Einzelnen beleuchtet werden.

Darstellung 16: Zufriedenheit mit der Organisation

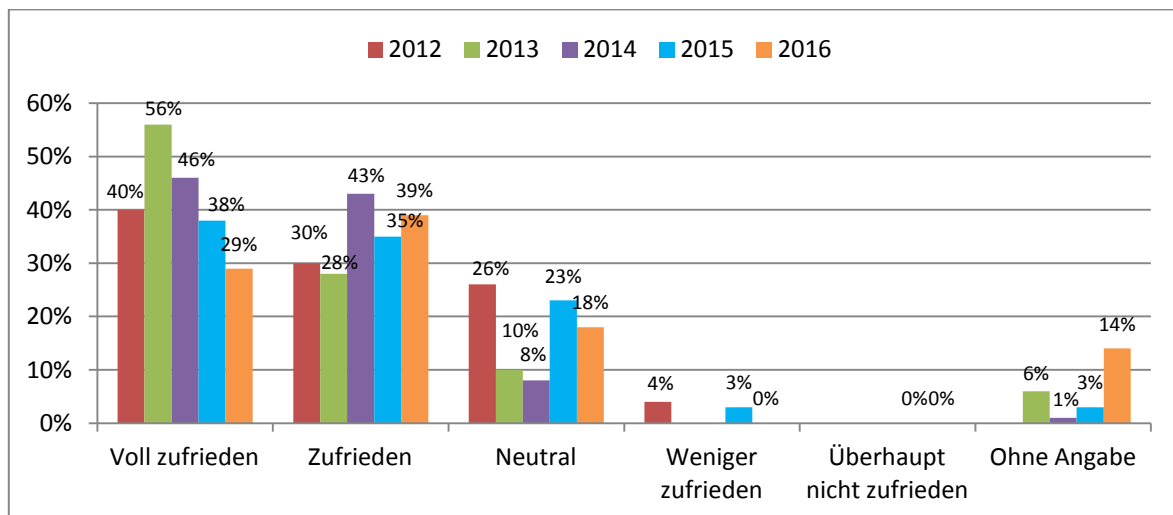


Darstellung 17: Zufriedenheit mit Standvorbereitung/Standplatz



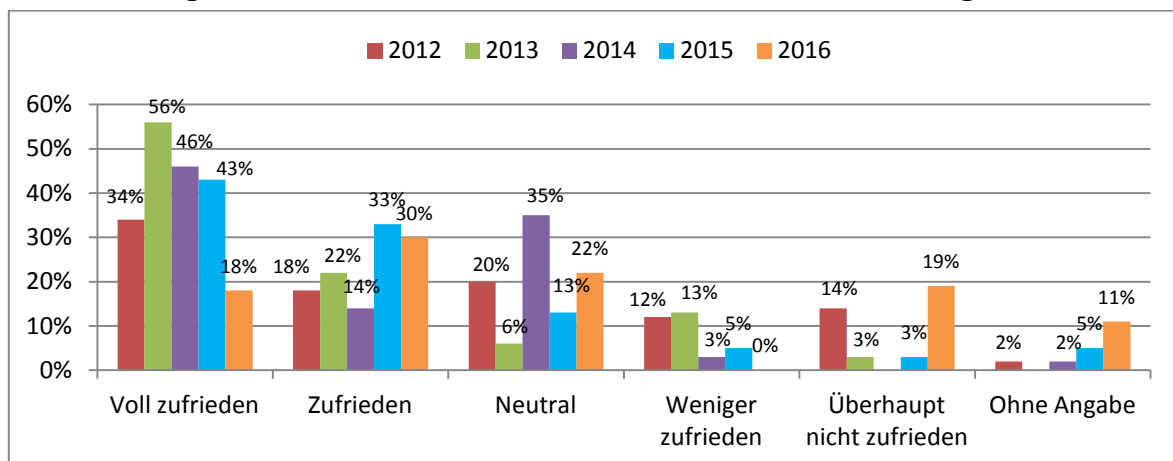
Ein Großteil der Aussteller bewertete die Organisation der Freiwilligenbörse sowie die zur Verfügung gestellte Standausrüstung und ihren Standplatz mit sehr gut oder gut. Im Vergleich zu 2015 nahm die volle Zufriedenheit mit dem Standplatz etwas ab, was vermutlich mit der räumlich etwas ungünstigen Positionierung mancher Stände zu tun hatte. Positiv äußerten sich einzelne Vereine über die Platzierung zu ihren Nachbarn. So bemerkten Einrichtungen zum Tierschutz, dass sie sich neben thematisch nicht gleichen Ständen wohlfühlten. Allgemein wurde die Atmosphäre von den Ausstellern als gut und einladend bezeichnet. Vor allem die kostenlose Standnutzung und die Räumlichkeiten im Foyer der Messe wurden gelobt.

Darstellung 18: Zufriedenheit mit dem Kontakt zu den anderen Ausstellern



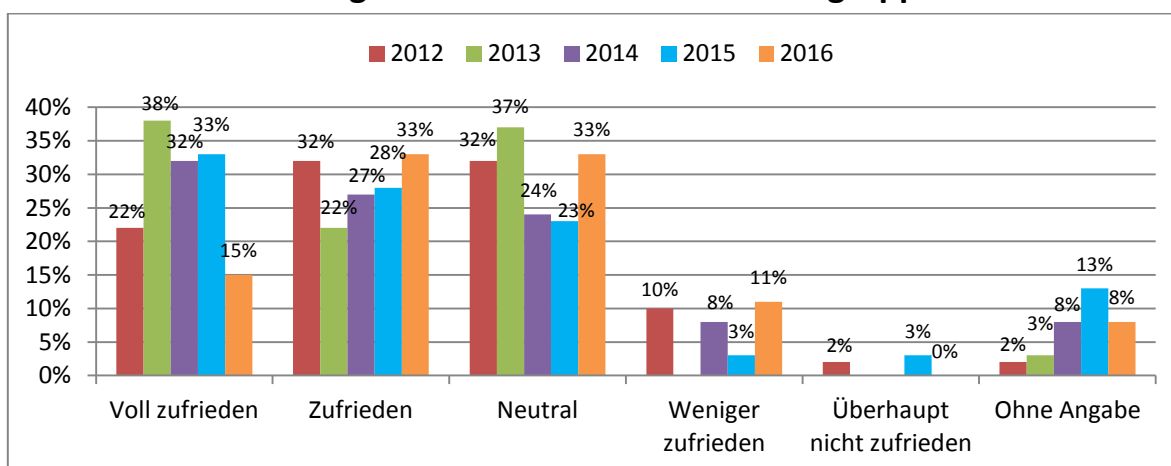
Die Möglichkeit, zu anderen Einrichtungen auf der Freiwilligenbörse Kontakt aufzunehmen und sich mit diesen zu vernetzen, ist 2016 wieder positiv beurteilt worden, allerdings nahm die volle Zufriedenheit ab. In Einzelfällen wurden von Vertretern der Organisationen Projekte mit neuen Partnern oder gemeinsam Ideen mit anderen Ausstellern entwickelt, im Großen und Ganzen kann die Kommunikation untereinander trotzdem noch weiter angeregt werden.

Darstellung 19: Zufriedenheit mit der räumlichen Abtrennung zur „inviva“



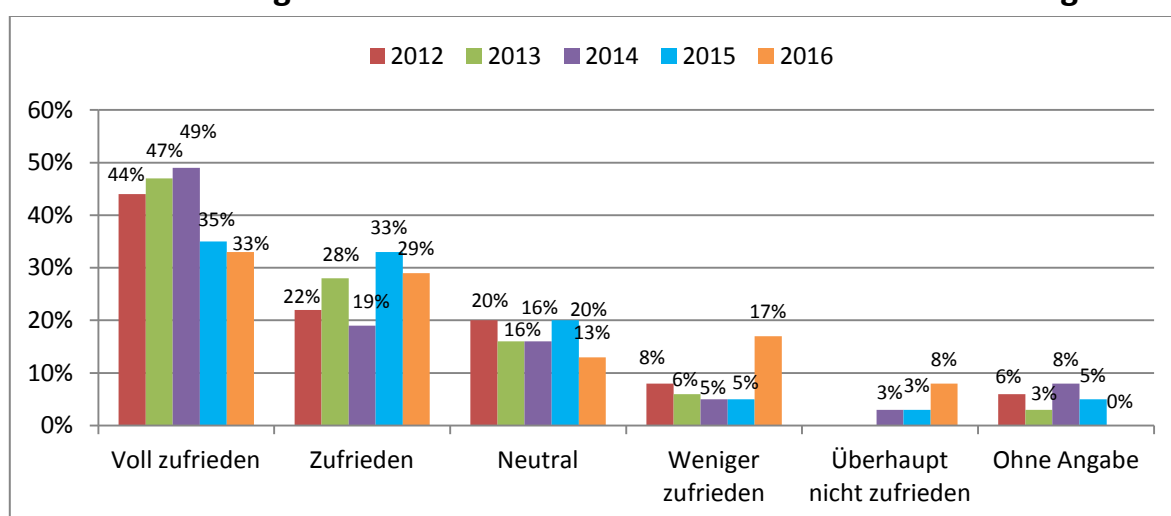
Die 2012 vollzogene räumliche Abtrennung zur Messehalle der „inviva“ wurde 2015 wieder aufgehoben und ein eigenes Börsen-Areal in der „inviva“-Halle geschaffen, was bei den Ausstellern positiv aufgenommen wurde. 2016 äußerten sich wiederum vergleichsweise viele Aussteller negativ darüber (19 %), dass die räumliche Abtrennung zu „inviva“ nicht klar genug ausgewiesen und die Freiwilligenbörse nicht eigens gekennzeichnet wurde.

Darstellung 20: Zufriedenheit mit der Zielgruppe 50+



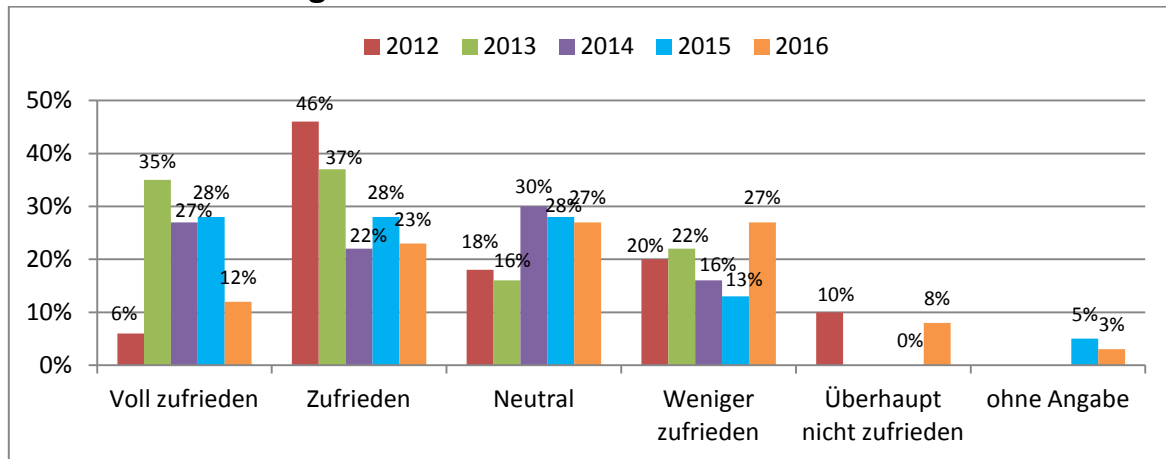
Der sich durch die Zielgruppe der „inviva“ ergebende Schwerpunkt auf die Altersgruppe über 50 Jahren führte 2016 nicht zu Unzufriedenheit bei den Ausstellern, die sich im sechsten Jahr der Freiwilligenbörse offensichtlich auf die Zielgruppe eingestellt hatten. Fast zwei Drittel waren zufrieden, der Rest zeigte sich zumindest einverstanden. Während sich 2013 noch niemand negativ über diese Fokussierung äußerte, stieg 2016 die Zahl derer, die eher unzufrieden waren, auf 11 %.

Darstellung 21: Zufriedenheit mit der Dauer der Veranstaltung



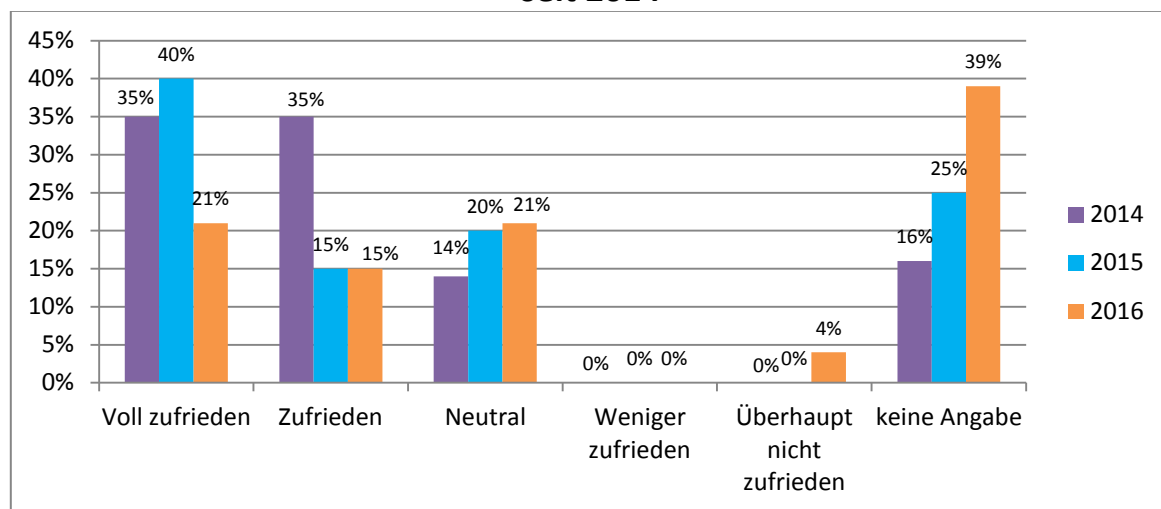
Die an die „inviva“ gekoppelte Dauer der Veranstaltung (2 Tage bzw. 16 Stunden) wurde zum großen Teil positiv beurteilt. Gut ein Drittel der Aussteller war damit voll zufrieden. Für die Zufriedenheit könnte die Einrichtung von Themenständen seit 2014 mit verantwortlich sein: Dort konnten sich Organisationen, die personell keinen Stand an zwei Tagen besetzen wollten, stundenweise präsentieren. Allerdings stieg 2016 die allgemeine Unzufriedenheit, was mit den verlängerten Öffnungszeiten der „inviva“ und der „Freizeit“ zu tun haben könnte.

Darstellung 22: Zufriedenheit mit dem Besucherinteresse



Die Zufriedenheit mit dem Besucherinteresse sank 2016 gegenüber den Vorjahren stark ab. Die Aussteller waren – laut einzelner Rückmeldungen – unzufrieden über viele Besucher, die nur zum Einsammeln von Geschenken die Stände besuchten.

Darstellung 23: Zufriedenheit mit der Einrichtung von Themenständen seit 2014



Die differierendsten Umfragewerte wurden 2013 im Bezug auf die sogenannte „Aktionsfläche“ erzielt. Nach einem „Café“ mit inhaltlichen Inputs (2011) und Vorträgen in den Seminarräumen der „inviva“ (2012) war dies der dritte Versuch, inhaltliche Inputs von 15 bis 30 Minuten in den Messebetrieb der Freiwilligenbörse zu integrieren. Die Versuche, solche Treffpunkte mit inhaltlichen Inputs zu gestalten, wurde ab 2014 durch die bereits mehrfach erwähnten Themenstände ersetzt: 2014 waren dies: 1) Umwelt-, Natur- und Tierschutz, 2) Stifter-Initiative, 3) Freiwilligenvermittlung in der Region. 2015 kam noch das Thema Kultur dazu, 2016 war erstmals der Themenstand „Asyl/Flüchtlinge“ vertreten.

Welche Organisation zu welcher Uhrzeit an den jeweiligen Ständen anzutreffen war, wurde im Vorfeld im Programm veröffentlicht. Die Organisationen wurden im Programmheft neben den anderen Ausstellern aufgeführt.

Beispiele der Titelseiten der Publikationen zur Freiwilligenbörse:



Die Freiwilligenmesse Nürnberg als Schwesterveranstaltung

Als Reaktion auf den 2011 und 2012 vielfach geäußerten Wunsch nach einer Auslagerung der Freiwilligenbörse aus der „inviva“, veranstaltete das „Nürnberger Netzwerk Engagementförderung“ als ideeller Träger im Oktober 2013 zusätzlich die „1. Freiwilligenmesse Nürnberg“ in der Nürnberger Innenstadt. Im Rahmen des stadtweiten „Tags der offenen Tür“ erhielten Verbände, Organisationen, Vereine und Initiativen im Historischen Rathaussaal die gleichen Möglichkeiten der Ansprache und Beratung von Interessenten wie bei der Freiwilligenbörse. Allerdings war die Dauer dieser Veranstaltung auf einen Tag begrenzt.

Die Freiwilligenmesse auf einen Blick:

Name	Freiwilligenmesse Nürnberg
Durchführung	Erstmals 2013 und auch 2015: Parallel zum „Tag der offenen Tür“ der Stadt Nürnberg
Wo	Historischer Rathaussaal im Alten Nürnberger Rathaus
Wie lange	1 Tag (10-17 Uhr)
Veranstalter	Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg; Ideeller Träger: „Nürnberger Netzwerk Engagementförderung“
Vorbereitungsteam	Stadt Nürnberg, Referat für Jugend, Familie und Soziales - Stabsstelle "Bürgerschaftliches Engagement und 'Corporate Citizenship'" und Zentrum Aktiver Bürger (ZAB)
Zahl der Aussteller	53 Organisationen (2013) 49 Organisationen (2015)
Bereiche	Breites Spektrum aus dem sozialen, kulturellen und ökologischen Bereich. Von großen Wohlfahrtsverbänden mit ihren Ortsgruppen zu Nürnberg-spezifischen-Engagement-Angeboten in allen Bereichen von Jugend bis Alter.
Zahl der Kontakte an den Ständen	2834 (2013) – davon 1038 konkrete Interessentengespräche 1201 (2015) – davon 674 konkrete Interessentengespräche
Rahmenprogramm	• Kultur- und Informationsprogramm der Kulturläden des Amts für Kultur und Freizeit im Innenhof des Rathauses (2013) • Stand von NürnbergStift in der Ehrenhalle (2015)
Zielgruppe	Nürnbergerinnen und Nürnberger jeden Alters
Besonderheiten	• Kurzer Sektempfang für die Aussteller vor Eröffnung (2013) • Besucherbefragung mit Gewinnspiel (2013, 2015) • Prämierung „Schönster Stand“ (2015)

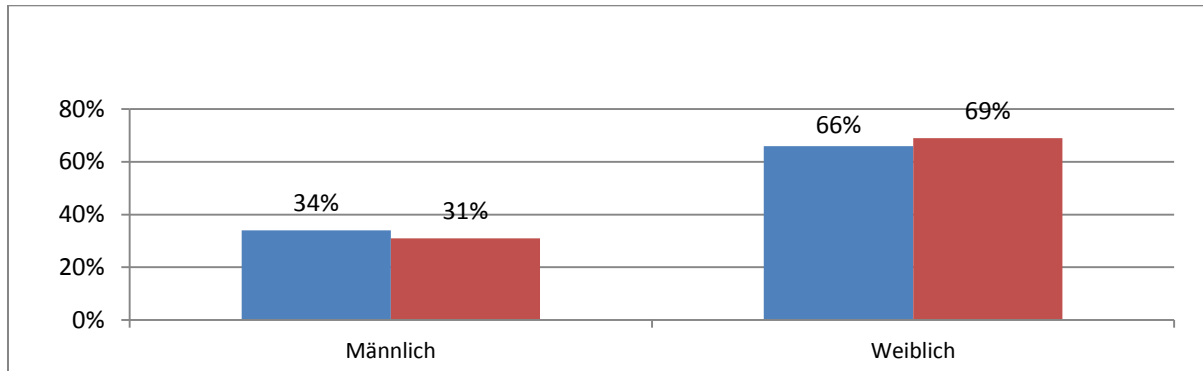
Für Menschen, die an der Aufnahme einer ehrenamtlichen Tätigkeit interessiert sind, andere in ihrem Engagement unterstützen oder einfach nur mehr über den Themenbereich Ehrenamt und Bürgerschaftliches Engagement erfahren wollen, wird mit der Freiwilligenmesse ein zusätzliches attraktives Informationsangebot geschaffen.

Die Trägerkonstellation bei der Freiwilligenmesse ist identisch mit den bisherigen Freiwilligenbörsen.

Auswertung Besucherbefragung Freiwilligenmesse 2013 und 2015

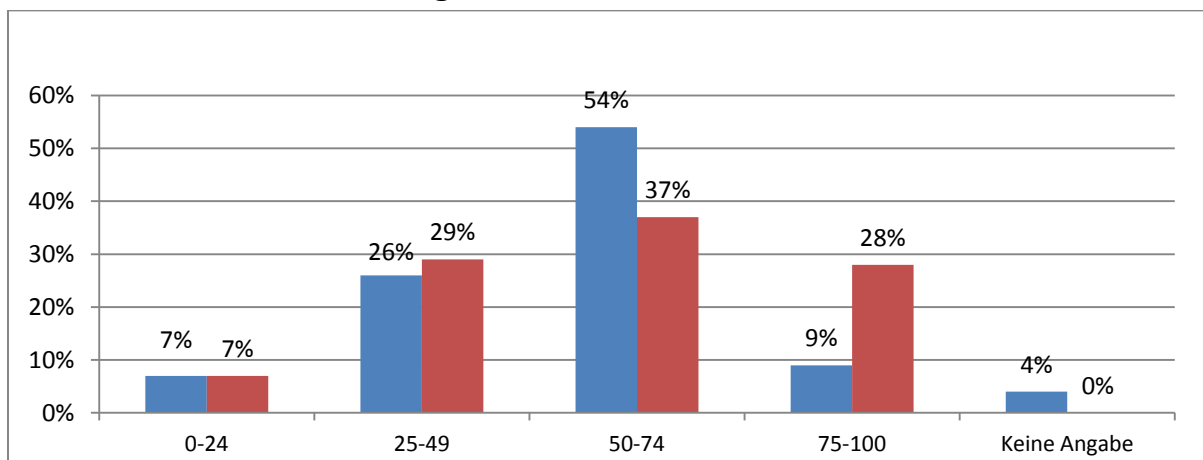
2013 wurden insgesamt 164 Fragebögen ausgefüllt, 2015 waren es 101. Der Rückgang der Teilnehmerbefragung ist damit begründbar, dass 2015 etwas weniger Besucher auf der Messe waren. Im Folgenden wird die Farbe blau 2013 und die Farbe rot 2015 wiedergeben.

Darstellung 24: Geschlecht der befragten Besucher



Der weibliche Anteil ist bei der Messe 2015 im Vergleich zur Messe 2013 noch einmal leicht angestiegen.

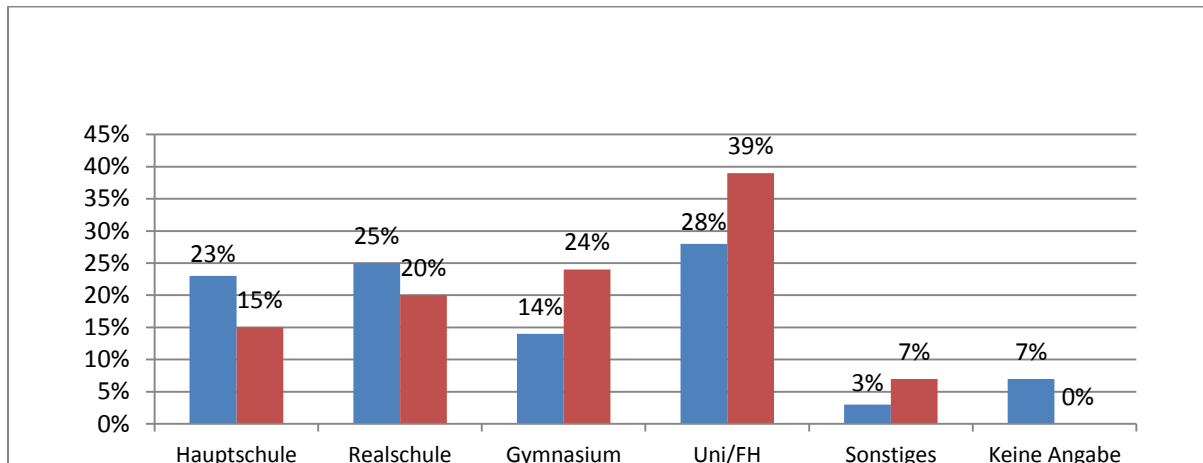
Darstellung 25: Altersstruktur der Besucher



Anders als bei der Freiwilligenbörse, die sich durch die Miteinbeziehung der inviva auf eine Zielgruppe ab 50 Jahren fokussiert, soll die Freiwilligenmesse stärker von Teilnehmern jüngerer Altersgruppen besucht werden, was ansatzweise gelingt.

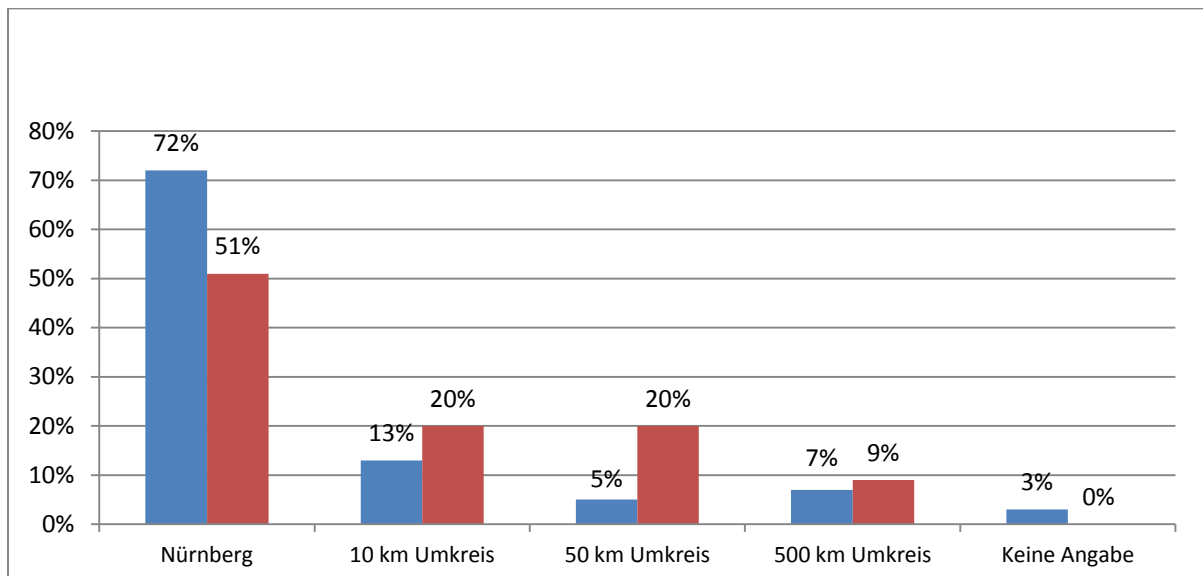
Im Vergleich zu 2013 ist der Anteil der 25- bis 49-Jährigen leicht gestiegen, die Gruppe der 50- bis 74-Jährigen (-17 %) ist hingegen rückgängig. Interessant ist der stark gestiegene Anteil der über 75-Jährigen.

Darstellung 26: Bildungsabschluss der Besucher



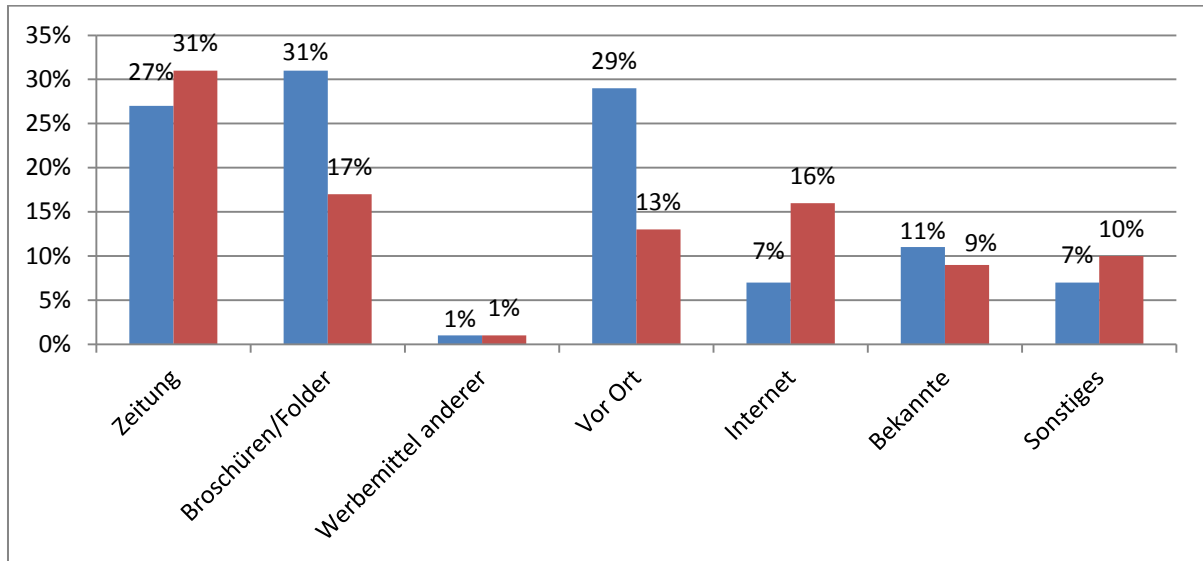
Das Interesse für bürgerschaftliches Engagement ist vor allem im höher gebildeten Personenkreis ausgeprägt – mit einer nochmaligen Steigerung im Jahr 2015. Dies wird auch durch den Freiwilligen-survey auf Bundesebene (1999-2004-2009) und die Besucherbefragung der Freiwilligenbörse unterstrichen.

Darstellung 27: Herkunftsgebiet der befragten Besucher



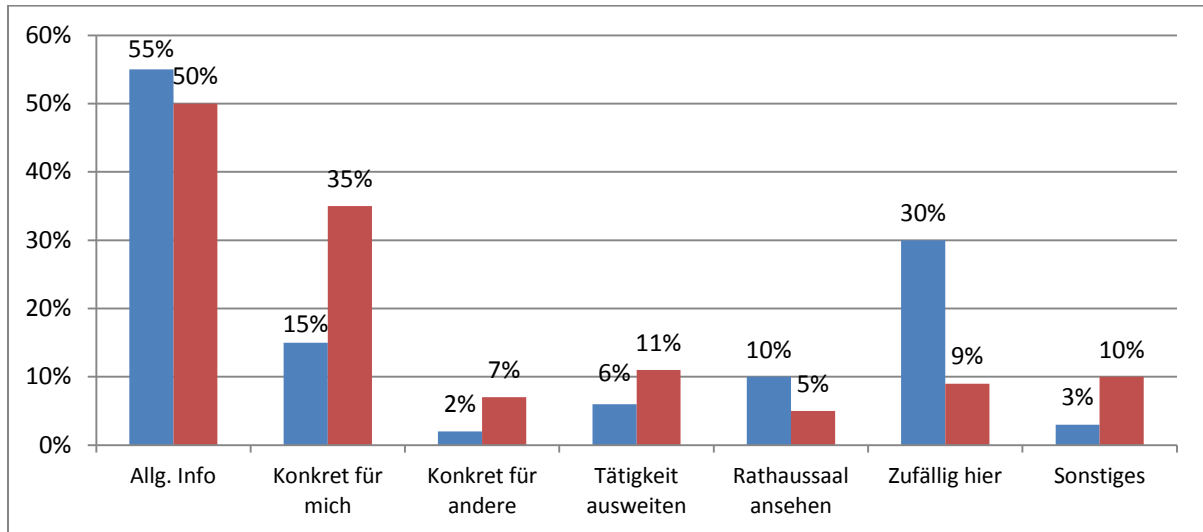
Das Einzugsgebiet der Freiwilligenmesse ist stark durch die Stadt und die Metropolregion geprägt. Interessant ist, dass der Anteil der Nürnberger 2015 gegenüber 2013 um 20 % gesunken ist.

Darstellung 28: Informationsquellen der Besucher
(Mehrfachnennung möglich)



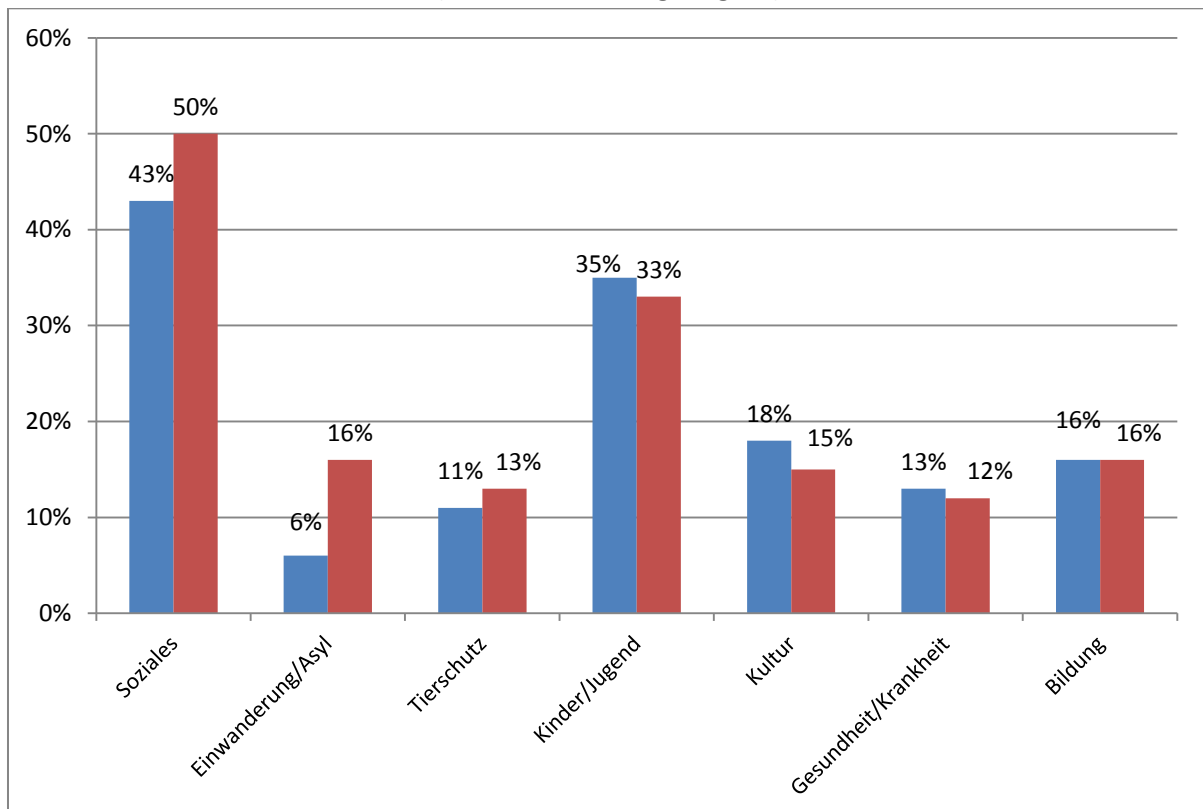
Auf der Messe wurden 2013 die meisten Besucher durch die Broschüren und Folder (31 %) aufmerksam, gefolgt von dem Besuch vor Ort (29 %) im Rahmen des „Tags der offenen Tür“. Bei der Freiwilligenmesse 2015 sank der Anteil derer, die über die Broschüren auf die Messe aufmerksam geworden sind, signifikant auf 17 % ab. Auch kamen weniger Besucher direkt über den Tag der offenen Tür vor Ort auf die Freiwilligenmesse (13 %) im Vergleich zu 2013. Die Aufmerksamkeit durch Internet/Social Media stieg deutlich an, sie wurde durch den Facebook-Auftritt „NürnbergEngagiert“ intensiv beworben.

Darstellung 29: Erwartungen der Besucher
(Mehrfachnennung möglich)

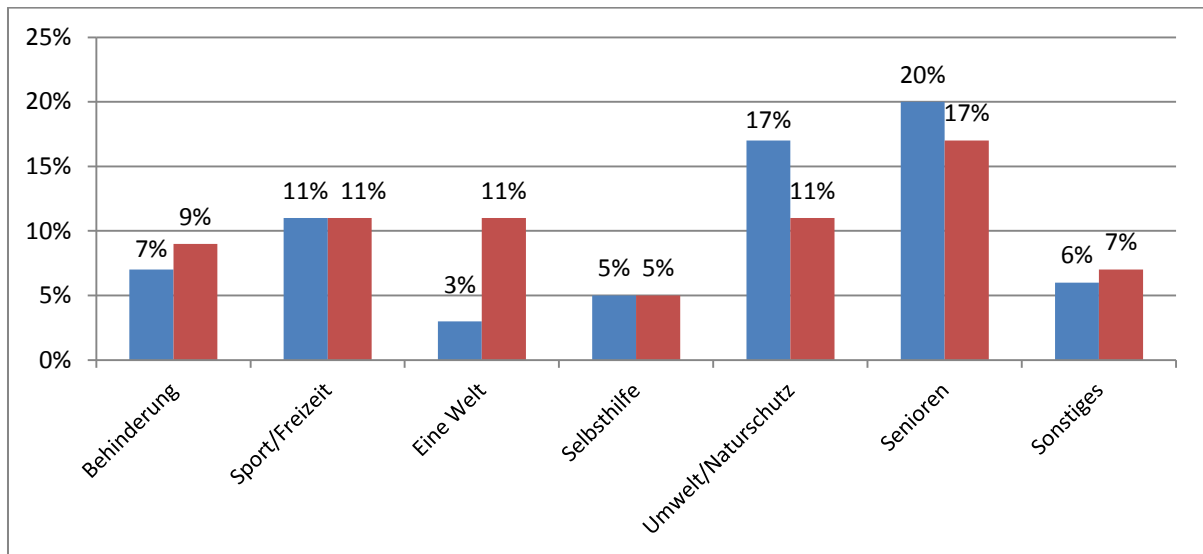


Die Erwartungen der Besucher unterscheiden sich in den zwei Veranstaltungsjahren. So fällt auf, dass sich konkrete Erwartungen für die eigene Person 2015 mit 35 % zu 2013 mit 15 % in den Vordergrund schob. Auch ist der Anteil derer, die rein zufällig die Messe besuchten, um 21 % auf 9 % im Jahr 2015 gesunken.

Darstellung 30.1: Interessensbereiche der Besucher
(Mehrfachnennung möglich)

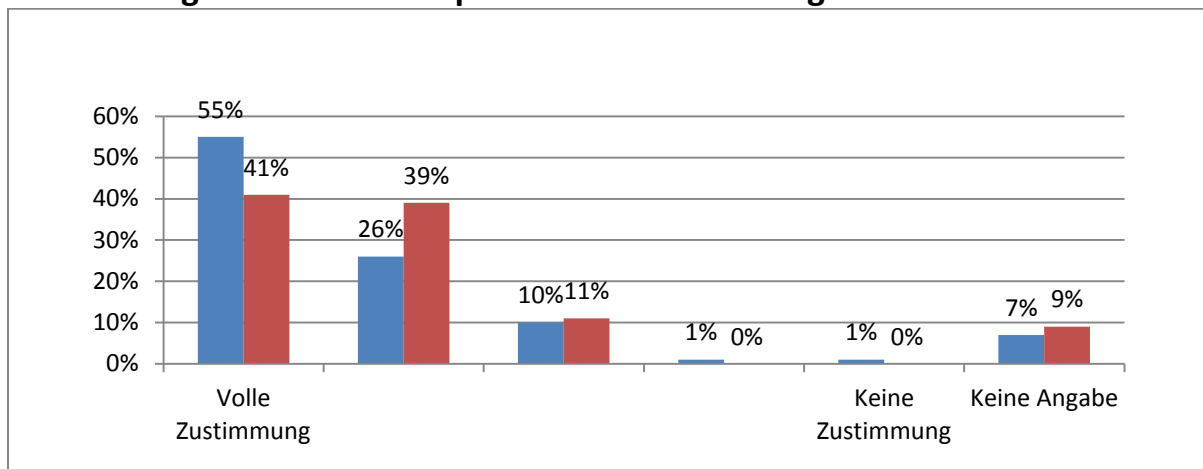


Darstellung 30.2: Interessensbereiche der Besucher
(Mehrfachnennung möglich)



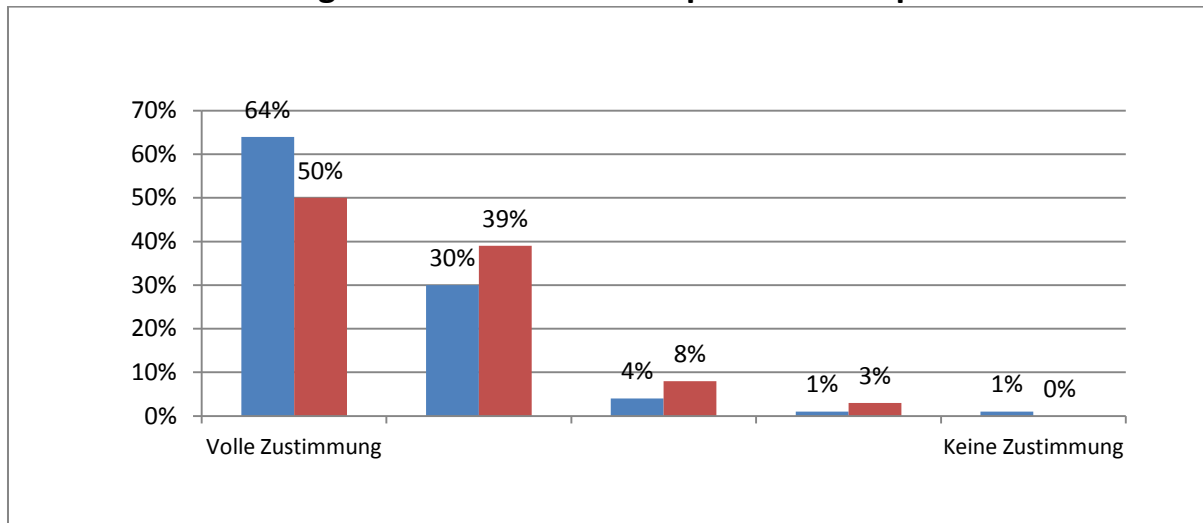
Bei den Interessensbereichen sind keine wesentlichen Änderungen zu 2015 wahrnehmbar. Lediglich die Bereiche Asyl und „Eine Welt“ war aufgrund der aktuellen Flüchtlingssituation gestiegen.

Darstellung 31: Wurden die persönlichen Erwartungen der Besucher erfüllt?



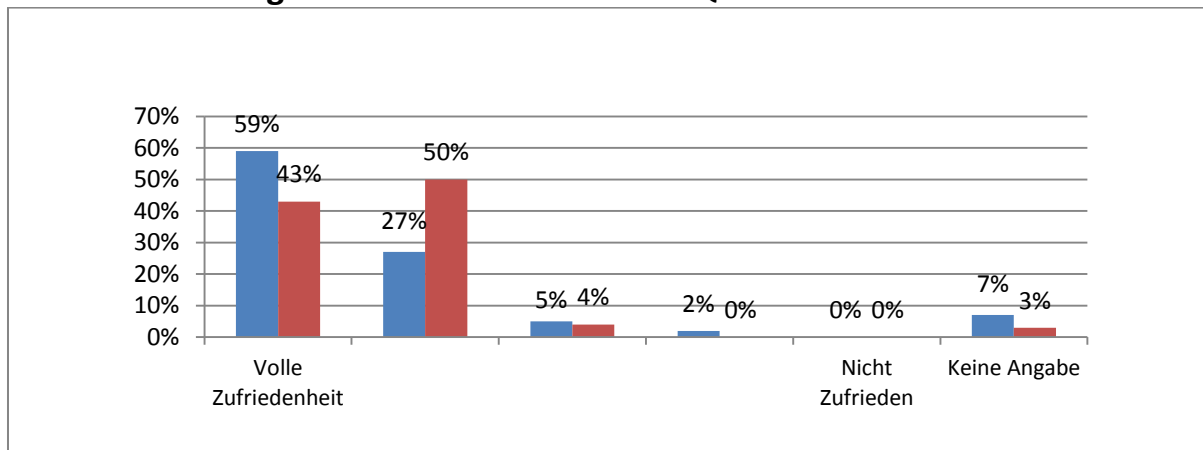
Wie 2013 gab es größtenteils vollste Zufriedenheit hinsichtlich der Erwartungserfüllung bei den Besuchern.

Darstellung 32: Ist die Breite des Spektrums ansprechend?



Auch die Frage ob das Angebot der Anbieter ansprechend war, ist sowohl 2013 als auch 2015 positiv beantwortet worden, allerdings mit einem Abfall bei der vollsten Zustimmung. Sehr häufig gab es den Wunsch nach mehr Anbietern zum Thema Flucht und Asyl.

Darstellung 33: Zufriedenheit mit der Qualität der Informationen

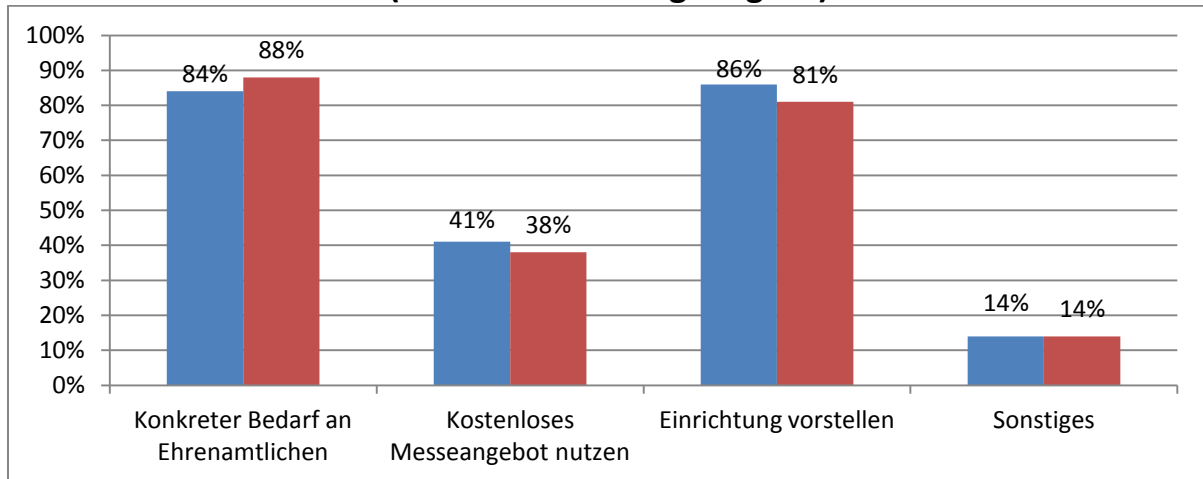


Mit der Qualität der Informationen der Anbieter waren die Besucher bei beiden Messen zufrieden. Erfreulich dabei ist, dass die Anzahl derjenigen, welche mit der Information weniger zufrieden waren, auf null Prozent gesunken ist.

Auswertung Ausstellerbefragung Freiwilligenmesse 2013 und 2015

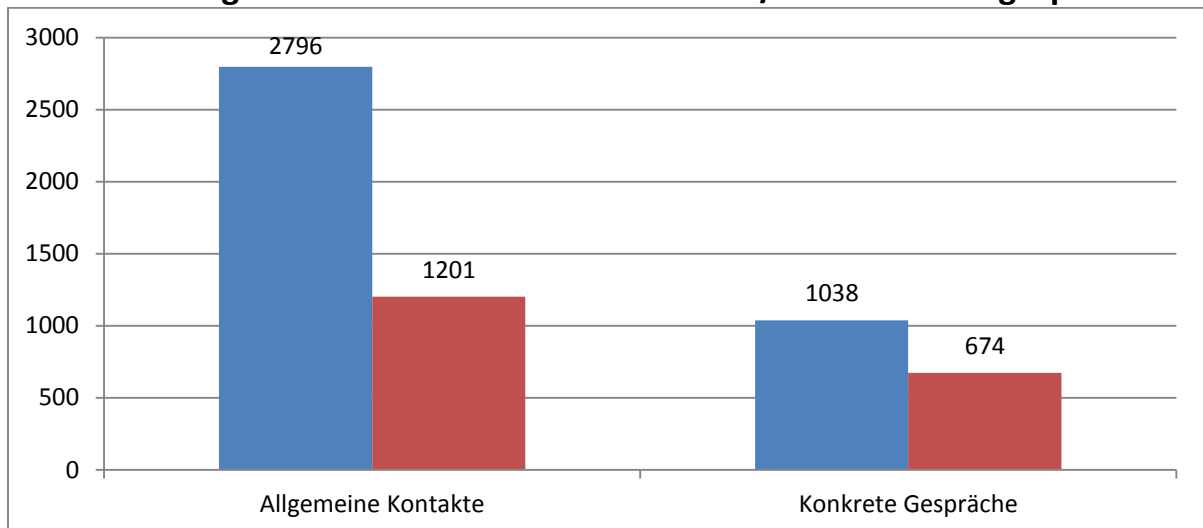
2013 haben 49 Aussteller und 2015 40 Aussteller den Fragebogen ausgefüllt und abgegeben.

**Darstellung 34: Beweggründe für die Teilnahme
(Mehrfachnennung möglich)**



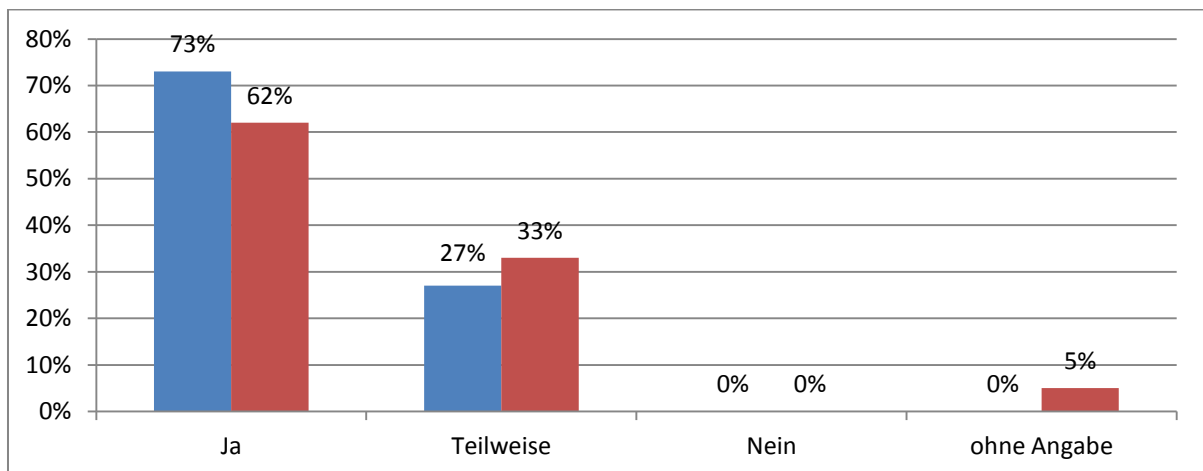
88 % der Aussteller beteiligen sich an der Freiwilligenmesse, weil die Organisationen einen konkreten Bedarf an Freiwilligen in Organisationen haben und sie ihre Einrichtung vorstellen wollen.

Darstellung 35: Anzahl der Besucherkontakte/ Interessentengespräche



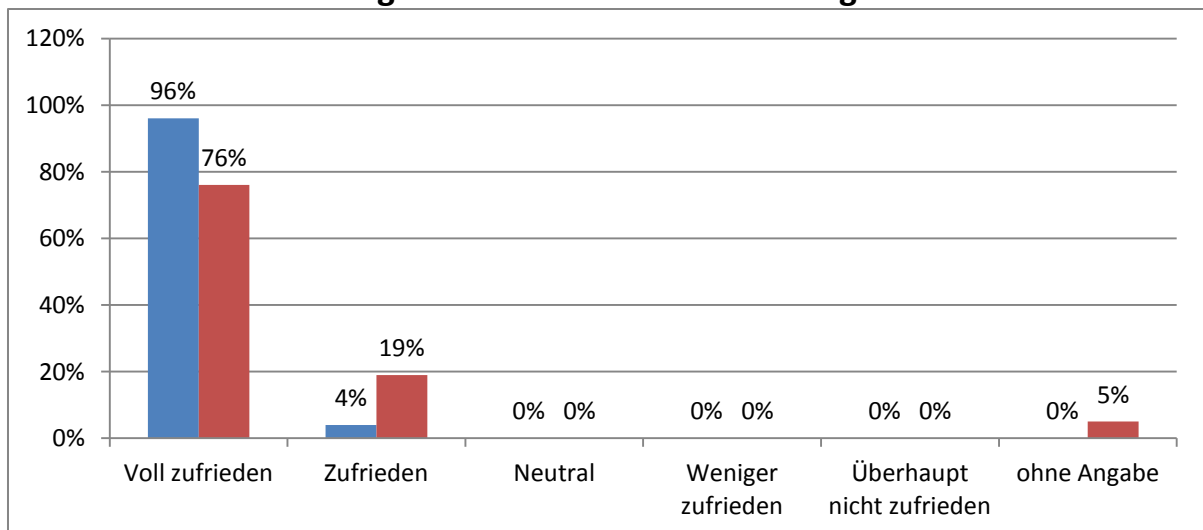
Im Vergleich zu 2013 hatten die Aussteller wesentlich weniger allgemeine Kontakte zu Besuchern, was sich aus dem insgesamt geringeren Besucherzuspruch ergibt. Das Verhältnis der konkreten Gespräche zum Thema Ehrenamt hat sich jedoch im Verhältnis zu den allgemeinen Kontakten verbessert.

Darstellung 36: Erwartungen der Aussteller erfüllt?



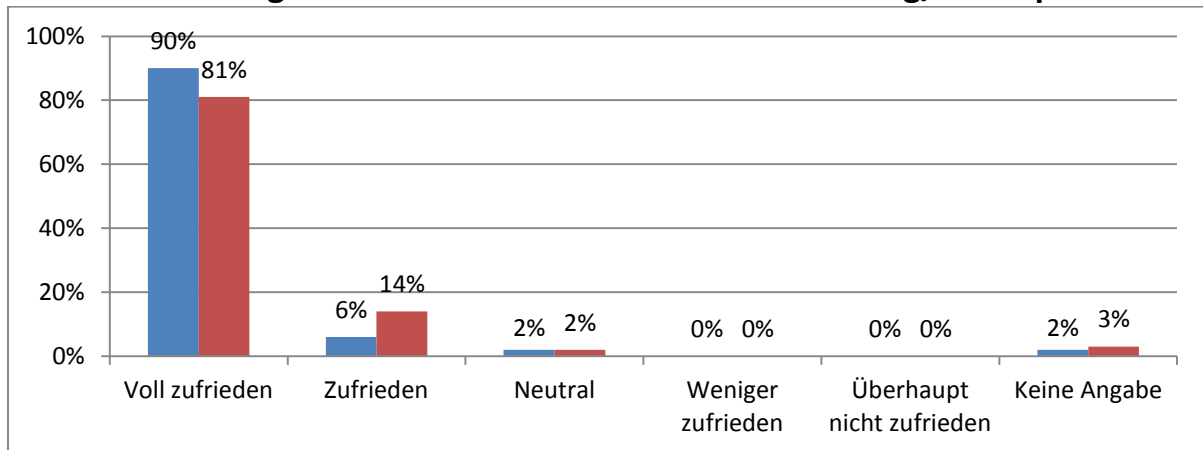
Die Erwartungen der Aussteller konnten in beiden Jahren erfüllt werden – bei einem Rückgang der vollen Zustimmung.

Darstellung 37: Zufriedenheit mit der Organisation



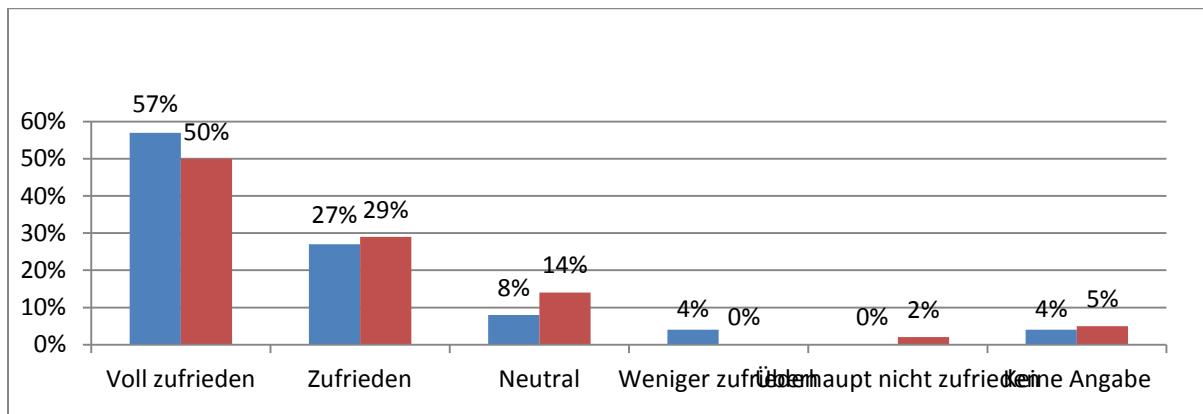
Mit der Organisation waren die Aussteller voll zufrieden bzw. zufrieden. Dennoch ist 2015 ein Rückgang bei der vollen Zufriedenheit zu verzeichnen. 2013 waren 96 % voll zufrieden, 2015 noch 76 %. Von den Ausstellern kam die Kritik, dass der Aufbau am Messetag eine Stunde vor Beginn beendet werden musste und dadurch unnötig Leerlauf für sie entstanden sei. Die Möglichkeit, am Samstag vor der Messe den Stand aufzubauen, wurde vereinzelt genutzt und kam bei den Ausstellern gut an.

Darstellung 38: Zufriedenheit mit Standvorbereitung/ Standplatz



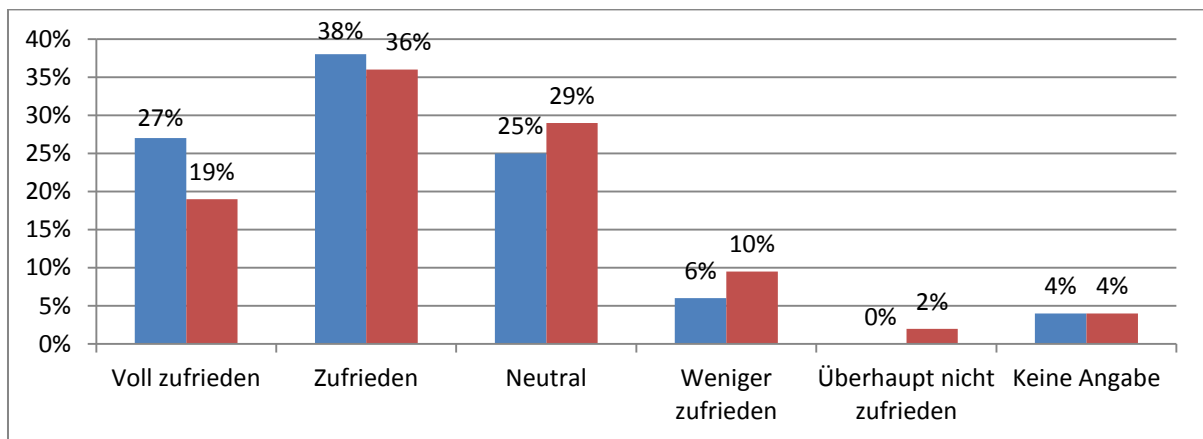
Die Aussteller waren sowohl 2013 als auch 2015 sehr zufrieden mit der Standvorbereitung und ihrem Standplatz. Einige Aussteller monierten, dass ihr Stand im Historischen Rathausaal vom Eingang nicht einzusehen war und dass die Anbringung der Standschilder anfangs für Verwirrung sorgte.

Darstellung 39: Zufriedenheit mit dem Kontakt zu den anderen Ausstellern



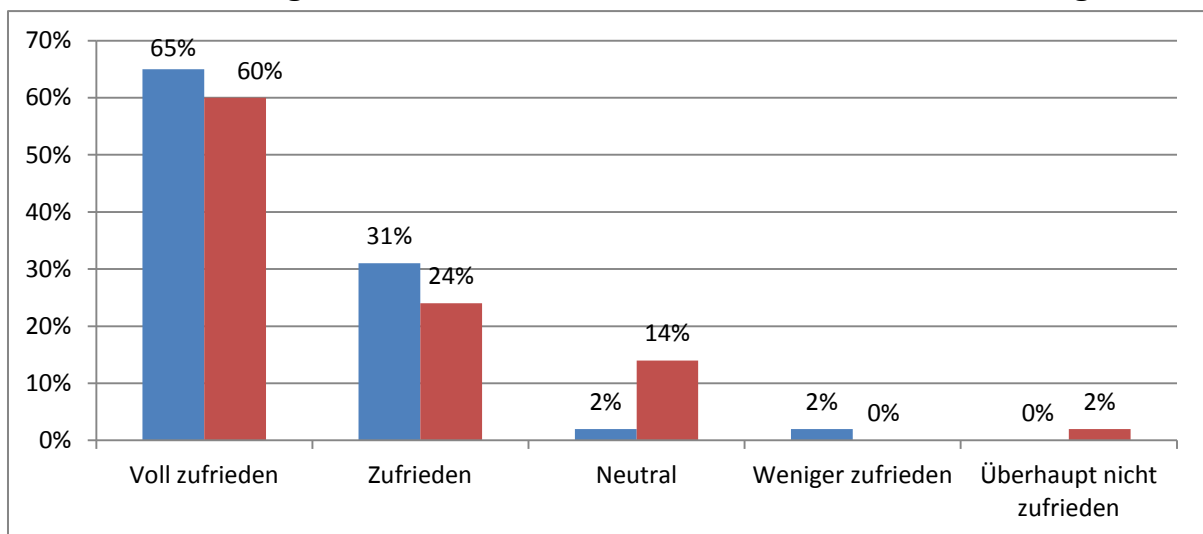
Die Hälfte der Aussteller war bei den zwei Freiwilligenmessen mit den Kontakten zu anderen Ausstellern voll zufrieden.

Darstellung 40: Zufriedenheit mit der Besucherzielgruppe



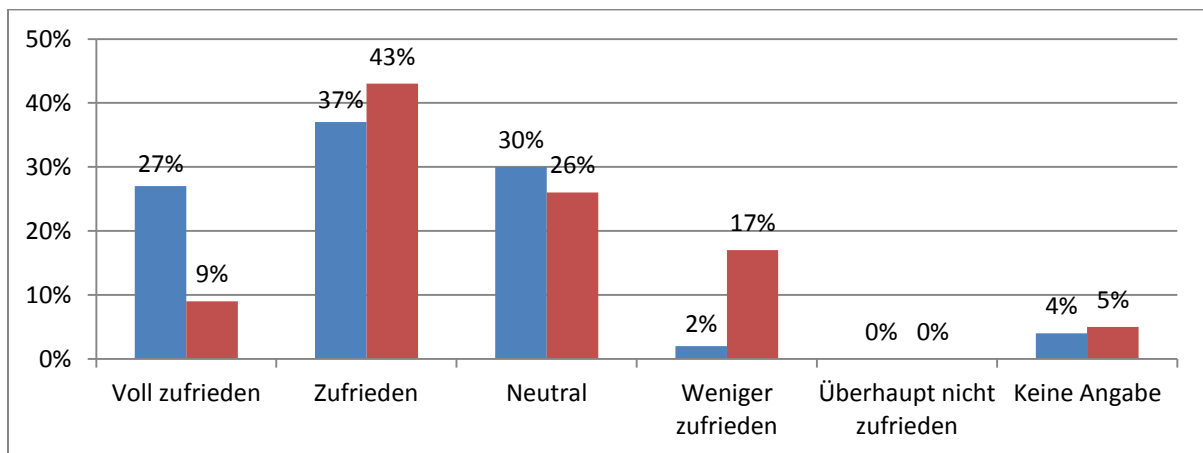
Die Zufriedenheit mit der Besucherzielgruppe ist gemischt: 2013 waren 27 % der Aussteller voll zufrieden, 2015 nur noch 19 %. Auch der Wert der „Zufriedenen“ sank leicht. Auch war eine Person überhaupt nicht zufrieden.

Darstellung 41: Zufriedenheit mit der Dauer der Veranstaltung



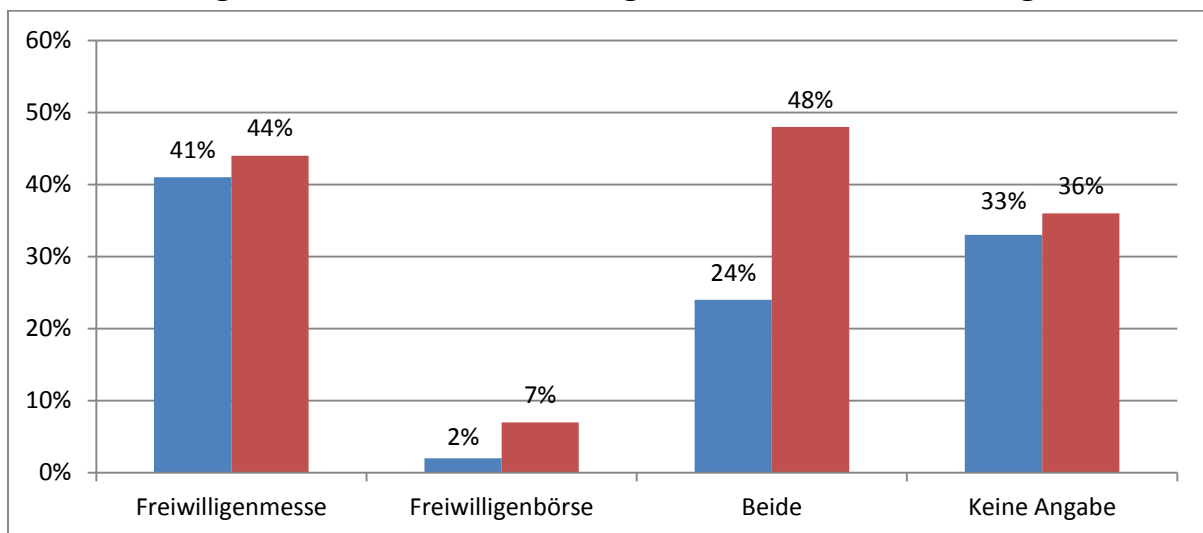
Die Dauer der Veranstaltung findet überwiegend Zustimmung bei den Ausstellern. Eine große Meinungsänderung fand 2015 statt. 14 % der Aussteller empfanden die Dauer der Veranstaltung als angemessen. 2 % sahen die Dauer der Messe 2015 als überhaupt nicht angemessen an. Es wäre zu überlegen, die Öffnungszeiten neu anzusetzen.

Darstellung 42: Zufriedenheit mit dem Besucherinteresse



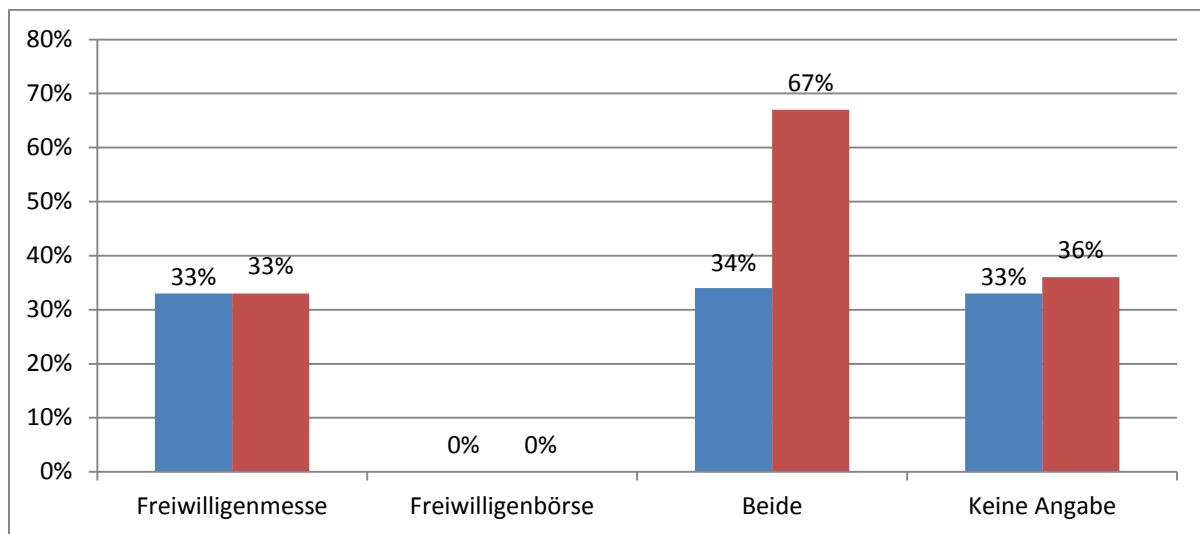
Die Zufriedenheit der Aussteller mit dem Besucherinteresse war insgesamt zufriedenstellend.

Darstellung 43. Welche Veranstaltung erfüllt die Zielvorstellung besser?



Auf die Frage, welche Veranstaltung die Zielvorstellungen der Aussteller besser erfüllte, sprachen sich 2015 48 % sowohl für Messe als auch für Börse aus. Die Freiwilligenmesse wurde 2013 von 41 % der Aussteller als besser empfunden, 2015 stieg der Anteil um wenige Prozentpunkt auf 44 % an. Rund 36 % konnten bzw. wollten keine Angabe dazu abgeben. Ein Grund dafür ist, dass an der Freiwilligenmesse 2015 viele Organisationen dabei waren, die nicht bei der Freiwilligenbörse teilnahmen.

Darstellung 44. Bei welcher Veranstaltung würden Sie das nächste Mal wieder teilnehmen?



Ein Großteil der Teilnehmer der Messe würde auch an der Börse teilnehmen. 33 % der Aussteller von 2013 und 2015 können sich eine Teilnahme rein an der Messe vorstellen. Eine ausschließliche Beteiligung an der Börse konnte sich sowohl 2013 und 2015 keiner der Messeaussteller vorstellen. Allerdings stieg 2015 der Anteil der Aussteller, die sich sowohl an der Börse als auch der Messe einen Stand vorstellen könnten, um fast 100 % an.

Beispiele der Flyer zur Freiwilligenmesse:



Danksagung

Die bisherigen, wie auch die kommenden Freiwilligenbörsen und -messen in Nürnberg, wurden und werden finanziell vor allem durch Spendenmittel ermöglicht.

Die Organisatoren danken an dieser Stelle den großzügigen Unterstützern, die sich auch an anderen Stellen für die Engagementförderung in Nürnberg einsetzen:

- Leihhaus Nürnberg / Altstadtjuwelier (win e.V.), seit 2011
- uniVersa Versicherungen, seit 2012
- Project Life Stiftung, 2011 - 2013
- Auerbach-Stiftung, 2013
- Freistaat Bayern 2013, 2015

Neben den Förderern gilt der NürnbergMesse und dem Seniorenamt sowie den beteiligten ehrenamtlichen Mitarbeiter/-innen und Praktikant/-innen ein besonderer Dank. Hervorzuheben ist hier Thomas Henrich, dem ehrenamtlichen Projektentwickler und -leiter der 1. Freiwilligenbörse und der 1. Freiwilligenmesse, der seitdem als „Senior Advisor“ tätig ist und nicht zuletzt dafür mit dem Deutschen Alterspreis 2015 ausgezeichnet wurde.