

# Ehrenamtsmanagement: Mehr Engagement oder Verdrängungseffekte?

Eine haushaltstheoretische Evaluationsstudie mit Daten des Sozio-oekonomischen Panels

*Lutz Thieme*<sup>1</sup>

**Zusammenfassung:** Ehrenamtliches Engagement wird vor allem in Non-Profit-Organisationen zu einer kritischen Ressource, Ehrenamtsmanagement dort zu einem zentralen Bestandteil von Führung und Personalmanagement. Ehrenamtsmanagement soll die Summe der von ehrenamtlich Engagierten erbrachten Leistungen und das Matching zwischen Engagementbereiten und nachfragenden Organisationen erhöhen. Um zu ermitteln, ob dies gelungen ist, werden die Annahmen der mikroökonomischen Haushaltstheorie genutzt. Mit Hilfe von Daten des Sozio-oekonomischen Panels (SOEP) wird geprüft, ob bei Veränderungen in den Budgetrestriktionen Entscheidungen von Individuen über Aufnahme, Aus- oder Abbau ehrenamtlichen Engagements systematisch beeinflusst werden. Die Ergebnisse lassen lediglich auf einen geringen Einfluss unterhalb eines kleinen Effektes schließen.

**Schlagwörter:** Ehrenamt, Non-Profit-Organisation, Ehrenamtsmanagement, Haushaltstheorie

# Volunteer Management: Increasing Commitment or Crowding Out?

A Consumer Choice Based Evaluation with Data from the German Socio-Economic Panel

**Abstract:** Especially in Non-Profit-Organisations, voluntary work is a critical resource and volunteer management is a central part of the human resource management. Volunteer management is intended to increase the sum of services provided by volunteers and to improve the matching between the volunteers and the organisation. To determine whether this has been successful, the assumptions of microeconomic household theory are used. Data from the German Socio-Economic Panel (SOEP) is applied to test if a change in budget constraints systematically influences the initiation, increase or decrease of voluntary commitment. The findings in this paper contain very small evidence of this on a macroscopic level.

**Keywords:** Volunteer Labour, Non-Profit-Organisation, Volunteer Management, Consumer Choice Theory

---

1 Hochschule Koblenz/RheinAhrCampus Remagen; Universität des Saarlandes