

Sport-Event-Volunteering: Chancen und Herausforderungen für das freiwillige Engagement in Deutschland

ZWISCHENBERICHT 2024 (STAND: 28.01.2025)

Projektteam:

Prof. Dr. Holger Preuß

Antonia Hannawacker



Gefördert durch

**Deutsche Stiftung
für Engagement
und Ehrenamt**

Inhalt

1. Zusammenfassung	1
2. Einleitung & Zielsetzung	2
3. Begriffsdefinitionen	3
4. Hintergrund	3
5. Methodik	5
6. Ergebnisse	5
6.1. <i>Gesamtsample</i>	5
6.2. <i>Gruppenspezifische Auswertung</i>	10
7. Diskussion	13
7.1. <i>Interpretation der Ergebnisse</i>	13
7.1.1. <i>Gesamtsample</i>	13
7.1.2. <i>Gruppenspezifische Auswertung</i>	15
7.1.3. <i>Zusammenfassung der Interpretation der Ergebnisse</i>	16
7.2. <i>Handlungsempfehlungen</i>	17
7.3. <i>Limitationen</i>	19
8. Fazit und Ausblick	19
Literaturverzeichnis	21

1. Zusammenfassung

Freiwilliges Engagement ist eine tragende Säule des deutschen Sportsystems. In den letzten Jahren ist jedoch ein besorgniserregender Rückgang zu verzeichnen: Zwischen 2014 und 2019 sank der Anteil der Engagierten in Sportvereinen um fast 10 % (Braun et al., 2022). Gleichzeitig bleibt die Begeisterung für freiwilliges Engagement im Rahmen von Sportgroßveranstaltungen hoch, wie die 146.000 Bewerbungen als Sport-Event-Volunteers für die UEFA EURO 2024 zeigen (UEFA.com, 2024). Diese Diskrepanz wirft die Frage auf, ob und wie der Enthusiasmus für Sport-Event-Volunteering langfristig in freiwilliges Engagement im Sport übertragen werden kann.

Vor diesem Hintergrund untersucht die vorliegende Studie Faktoren, die freiwilliges Engagement über die Dauer einer Sportgroßveranstaltung hinaus fördern können. Dabei werden sowohl event- als auch gruppenspezifische Motive und Wahrnehmungen von Sport-Event-Volunteers analysiert. Der Bericht präsentiert einen aktuellen Zwischenstand des Projekts und basiert auf quantitativen Befragungen von Volunteers bei den Special Olympics World Games 2023 (n = 512), der Handball-Europameisterschaft 2024 (n = 243) und der UEFA EURO 2024 (n = 550).

Die Ergebnisse zeigen, dass die befragten Volunteers der drei untersuchten Sportgroßveranstaltungen insbesondere intrinsische Motive als entscheidend für ihr Engagement erachteten, während extrinsische Belohnungen eine geringere Rolle spielten. Auch eventspezifische Merkmale beeinflussten die Attraktivität des Sport-Event-Volunteering, wobei die „Einmaligkeit des Events“ sowie der „festgelegte Zeitraum“ besonders attraktiv bewertet wurden. Gleichzeitig traten signifikante Unterschiede zwischen den Sportgroßveranstaltungen und den jeweiligen Volunteer-Gruppen auf. Die befragten Volunteers der Special Olympics World Games 2023 bewerteten das Motiv „Ausdruck von Werten“ signifikant höher als die Volunteers der anderen beiden untersuchten Events, während bei der Handball-EM 2024 das Motiv „Liebe zum Sport“ am zutreffendsten empfunden wurde. Darüber hinaus zeigten sich auch Unterschiede hinsichtlich soziodemografischer Merkmale: Männer empfanden patriotische Motive als zutreffender, während Frauen größeren Wert auf persönliche und berufliche Weiterentwicklung legten. Ferner fühlten sich die befragten Volunteers mit niedrigem Bildungsabschluss stärker mit nationalen Werten verbunden und schätzten eine klare Struktur im Volunteer-Management.

Die Erkenntnisse unterstreichen die Notwendigkeit, gezielte Strategien zu entwickeln, die sowohl individuelle als auch eventspezifische Motive berücksichtigen, um Sport-Event-Volunteers für das freiwillige Engagement in Sportvereinen zu gewinnen und langfristig zu binden. Erste Empfehlungen für Sportvereine beinhalten die Schaffung flexibler Engagementmöglichkeiten, die Förderung intrinsischer Motivation sowie eine gezielte, zielgruppenspezifische Ansprache.

Zur Vertiefung der Erkenntnisse sind weitere Befragungen von Volunteers und Interviews mit Volunteer-Koordinator*innen bei Sportgroßveranstaltungen 2025 in Deutschland und beim Deutschen Evangelischen Kirchentag geplant. Die Zusammenarbeit mit Expert*innen aus der Engagementpraxis soll zudem die gewonnenen Erkenntnisse weiter bereichern. Ein zentrales Ziel ist die Entwicklung eines 10-Punkte-Plans für Sportvereine, der darauf abzielt, die langfristige Bindung von Sport-Event-Volunteers an freiwilliges Engagement in Sportvereinen zu fördern und somit eine Volunteering Legacy¹ zu etablieren.

¹ „[A]lle geplanten und ungeplanten, positiven und negativen, materiellen und immateriellen Strukturen, die im Rahmen der Volunteer-Arbeit für und während eines Sport-Events geschaffen werden und über das Event hinaus Bestand haben.“ (In Anlehnung an Preuß, 2007, S. 86)

2. Einleitung & Zielsetzung

„Ohne ehrenamtliches und freiwilliges Engagement wäre unser Sportsystem nicht lebensfähig“ (Alfons Hörmann, ehemaliger Präsident des DOSB). Dieses Zitat unterstreicht die zentrale Bedeutung von freiwilligem Engagement für den deutschen Sport. Dennoch zeigen aktuelle Entwicklungen eine besorgniserregende Tendenz: Laut der Sonderauswertung Sport des „Deutschen Freiwilligensurveys“ von 2014-2019 ist der Anteil der freiwillig engagierten Personen in Sportvereinen in diesem Zeitraum um fast 10 % gesunken (Braun et al., 2022). Dieser Rückgang spiegelt sich auch in den Berichten von Sportvereinen wider, die zunehmend mit existenzbedrohenden Herausforderungen bei der Rekrutierung und langfristigen Bindung von Trainer*innen und Übungsleiter*innen konfrontiert sind (Breuer & Feiler, 2022).

Gleichzeitig erfreut sich freiwilliges Engagement im Rahmen von Sportgroßveranstaltungen großer Beliebtheit. So waren bei den Olympischen und Paralympischen Spielen 2024 in Paris 45.000 Volunteers im Einsatz, während im Rahmen der UEFA EURO 2024 rund 16.000 Volunteers aktiv waren (Beau, 2024; UEFA.com, 2024). Besonders bemerkenswert ist das enorme Interesse: Allein für die UEFA EURO 2024 gingen 146.000 Bewerbungen als Sport-Event-Volunteers ein (UEFA.com, 2024). Diese hohe Nachfrage verdeutlicht sowohl den Enthusiasmus für das freiwillige Engagement bei Sportgroßveranstaltungen als auch deren Potenzial zur Aktivierung freiwilliger Helfer*innen.

Diese Diskrepanz zwischen dem Rückgang des freiwilligen Engagements in Sportvereinen und der großen Beteiligung im Rahmen von Sportgroßveranstaltungen wirft eine zentrale Frage auf: Inwiefern kann die Begeisterung für Sport-Event-Volunteering genutzt werden, um nachhaltige Strukturen für langfristiges freiwilliges Engagement im Sport zu schaffen?

In diesem Zusammenhang wird zunehmend diskutiert, welche Potenziale sich aus der Verschiebung von langfristigen, strukturierten Engagementformen hin zu episodischen und flexiblen Beteiligungsmöglichkeiten ergeben – insbesondere, wenn Sportgroßveranstaltungen kurzfristig eine große Zahl an freiwilligen Helfer*innen mobilisieren (Braun et al., 2022). Allerdings ist bislang noch wenig darüber bekannt, welche Faktoren die Motivation, Rekrutierung und langfristige Bindung von Sport-Event-Volunteers beeinflussen (Braun et al., 2022; Hallmann & Harms, 2012; Werkmann, 2014).

Vor diesem Hintergrund verfolgt die Studie drei zentrale Ziele:

1. Analyse der langfristigen Motivation: Wie kann das Engagement von Sport-Event-Volunteers in eine nachhaltige Motivation für langfristiges freiwilliges Engagement überführt und dauerhaft gefördert werden?
2. Förderung des langfristigen Engagements: Wie können Sportgroßveranstaltungen langfristiges freiwilliges Engagement für Sportvereine und andere gesellschaftliche Bereiche anregen?
3. Beitrag zur Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen: Inwiefern trägt Sport-Event-Volunteering zur Umsetzung der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen des Bundesministeriums des Innern und für Heimat (BMI), insbesondere hinsichtlich des Ziels, „Events zu nutzen, um nachhaltig ein soziales Engagement im Sport zu schaffen“ bei (BMI & DOSB, 2021)?

Zur Beantwortung dieser Fragen werden verschiedene Sportgroßveranstaltungen in Deutschland untersucht, um zentrale Faktoren für langfristiges Engagement zu identifizieren. Dabei werden

sowohl event- als auch gruppenspezifische Unterschiede analysiert. Die Studie folgt einem Mixed-Methods-Ansatz, der quantitative Befragungen von Sport-Event-Volunteers mit qualitativen Interviews von Volunteer-Koordinator*innen kombiniert. Dies ermöglicht tiefe und differenzierte Einblicke in die Beweggründe und Strukturen des Sport-Event-Volunteering. Die Ergebnisse dienen als Grundlage für die Entwicklung praxisorientierter Empfehlungen für Sportvereine und -organisationen zur langfristigen Gewinnung und Bindung von Sport-Event-Volunteers. Der vorliegende Bericht stellt einen Zwischenstand des Forschungsprojekts dar und umfasst die Auswertung der quantitativen Befragungen von Volunteers bei den Special Olympics World Games 2023, der Handball-Europameisterschaft 2024 sowie der UEFA EURO 2024. Die Auswertung der qualitativen Interviews mit den Volunteer-Koordinator*innen ist noch nicht Teil dieses Berichts, wird jedoch im weiteren Projektverlauf integriert.

3. Begriffsdefinitionen

In der wissenschaftlichen Literatur existieren zahlreiche Definitionen des Begriffs *Ehrenamt* (Werkmann, 2014). In dieser Studie wird jedoch der Begriff *freiwilliges Engagement* für freiwillige und ehrenamtliche Tätigkeiten verwendet, basierend auf der Definition des Fünften Deutschen Freiwilligensurveys. Dieser beschreibt freiwilliges Engagement als Tätigkeiten, „[...] die freiwillig und gemeinschaftsbezogen ausgeübt werden, im öffentlichen Raum stattfinden und nicht auf materiellen Gewinn ausgerichtet sind“ (Simonson et al., 2021, S. 6). Weitere Differenzierungen werden nicht vorgenommen, da sie für das Ziel dieser Studie nicht relevant sind.

Der Begriff *Volunteering* wird in Deutschland vor allem im Kontext von Sportgroßveranstaltungen verwendet. Eine einheitliche deutsche Definition des Begriffs existiert bislang nicht (Werkmann, 2014). Das International Labour Office (2011, S. 13) definiert *Volunteering* als “unpaid, non-compulsory work where individuals contribute time without remuneration to activities either organized by an entity or directly for the benefit of others outside their own household.“ Diese Definition beschreibt Volunteering als eine Form der freiwilligen Tätigkeit, bei der Personen unentgeltlich ihre Zeit in Aktivitäten investieren, die entweder von einer Organisation koordiniert werden oder unmittelbar dem Wohl Dritter außerhalb des eigenen Haushalts dienen.

Beide Begriffsdefinitionen, freiwilliges Engagement und Volunteering, betonen demnach den freiwilligen Charakter, den gesellschaftlichen Nutzen sowie den Verzicht auf finanzielle Entschädigung. Zur besseren Verständlichkeit wird im Rahmen dieses Berichts daher Volunteering bzw. Volunteer(s) ausschließlich für Engagement im Sport-Eventkontext verwendet, während freiwilliges Engagement alle freiwilligen und ehrenamtlichen Tätigkeiten außerhalb von Sport-Events bezeichnet.

Ein weiterer zentraler Begriff in der vorliegenden Studie ist *Volunteering Legacy*. Dieser Begriff, der sich an der von Preuss (2007, S. 86) dargelegten Definition von Legacy orientiert, umfasst: „[A]lle geplanten und ungeplanten, positiven und negativen, materiellen und immateriellen Strukturen, die im Rahmen der Volunteer-Arbeit für und während eines Sport-Events geschaffen werden und über das Event hinaus Bestand haben.“

4. Hintergrund

Freiwilliges Engagement spielt in Deutschland eine zentrale Rolle für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Laut dem Fünften Deutschen Freiwilligensurvey engagieren sich etwa 29

Millionen Menschen in Deutschland, wobei der Sportbereich das größte Engagementfeld darstellt (Simonson et al., 2021; Braun et al., 2022). Hauptmotive für das Engagement sind Freude an der Tätigkeit und der Wunsch, einen positiven Beitrag zu leisten (Braun et al., 2022). Allerdings zeigt sich, dass nicht alle gesellschaftlichen Gruppen gleichermaßen am freiwilligen Engagement beteiligt sind (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2024). Menschen mit höherem Bildungsniveau engagieren sich beispielsweise anteilig häufiger, während die Beteiligung von Menschen mit niedriger Bildung auf einem niedrigen Niveau stagniert (Simonson et al., 2021). Zudem sind geschlechtsspezifische Unterschiede erkennbar: Frauen engagieren sich verstärkt in sozialen oder familienbezogenen Bereichen, während Männer anteilig häufiger in Bereichen wie Politik oder der Feuerwehr tätig sind (Simonson et al., 2021). Auch im Sportbereich manifestieren sich bildungs- und geschlechtsbezogene Unterschiede. So ist beispielsweise ein Rückgang der Engagementquote von Männern zwischen 2014 und 2019 zu verzeichnen, während die der Frauen konstant blieb (Braun et al., 2022). Freiwilliges Engagement ist demnach ein wesentlicher Bestandteil des gesellschaftlichen Lebens in Deutschland, insbesondere im Kontext des Sports, und wird von einer Vielzahl an Motiven sowie soziodemografischen Unterschieden geprägt.

Ein spezieller Bereich des freiwilligen Engagements ist das Sport-Event-Volunteering. Die überwiegend englischsprachige Forschung dazu untersucht insbesondere, welche Personen sich im Rahmen von Sportgroßveranstaltungen engagieren und welche Motive sie antreiben. Eine systematische Literaturübersicht von Angosto et al. (2021) identifizierte beispielsweise den Ausdruck von Werten und die Liebe zum Sport als zentrale Motive für das Engagement bei Sportgroßveranstaltungen, während extrinsische Belohnungen eine weniger relevante Rolle spielen. Bei den Olympischen Spielen 2016 in Rio de Janeiro stellten Teixeira et al. (2023) fest, dass Freude, Begeisterung für die Spiele und die Liebe zum Sport die Hauptmotive waren. Bei Sportgroßveranstaltungen für Menschen mit Beeinträchtigungen, insbesondere den Special Olympics, zeigte sich, dass viele Volunteers persönliche Beziehungen zu den Athlet*innen haben, beispielsweise als Familienangehörige oder Freunde (Long & Goldenberg, 2010). Langjährige Volunteers, häufig Eltern von Teilnehmenden, schätzten dabei die Förderung von Wettbewerb, sozialer Interaktion und Unabhängigkeit sowie die gesundheitlichen und persönlichen Vorteile für die Sportler*innen und sich selbst. Die Studienlage verdeutlicht somit, dass intrinsische Motive wie der Ausdruck von Werten häufig die Motivation für das Engagement von Volunteers bestimmen, jedoch auch stark vom spezifischen Eventkontext abhängen.

Das Internationale Olympische Komitee (IOC) hebt zudem das Potenzial von Sportgroßveranstaltungen hervor, eine Kultur des freiwilligen Engagements zu fördern (International Olympic Committee, 2012). Auch die Forschung widmet sich diesem Thema zunehmend. So belegen Studien wie die von Koutrou und Pappous (2016) zu den Olympischen Spielen 2012 in London, dass Volunteers, deren Motivation durch zwischenmenschliche Kontakte geprägt war, eine höhere Bereitschaft zur Fortsetzung ihres Engagements zeigten. Dickson et al. (2024) stellten bei den Olympischen Spielen 2016 in Rio de Janeiro fest, dass insbesondere Volunteers ohne Vorerfahrungen eine größere Bereitschaft zur Fortsetzung ihres Engagements aufwiesen. Trotz des wachsenden Interesses an der Schaffung einer Volunteering Legacy bleibt weiterhin Forschungsbedarf. Dieser bezieht sich insbesondere auf die Rekrutierung und langfristige Bindung von Sport-Event-Volunteers über Sportgroßveranstaltungen hinaus. Zudem

ist die Berücksichtigung der Diversität und der spezifischen Motivationen verschiedener Volunteer-Gruppen von Relevanz.

5. Methodik

Die Datenerhebung erfolgte mittels eines strukturierten Online-Fragebogens, der von den Organisationskomitees der jeweiligen Sportgroßveranstaltungen an die beteiligten Volunteers verschickt wurde. Um die langfristigen Auswirkungen des Engagements realistisch erfassen zu können, wurde die Erhebung gezielt vier bis fünf Monate nach den jeweiligen Sportgroßveranstaltungen durchgeführt. Bisher wurden die Special Olympics World Games 2023 (SOWG 2023), die Handball-Europameisterschaft 2024 (Handball-EM 2024) sowie die UEFA EURO 2024 (EURO 2024) befragt. Aufgrund organisatorischer Gegebenheiten bei der EURO 2024 konnte der übliche fünfmonatige Befragungszeitraum jedoch nicht eingehalten werden, sodass die Befragung der Volunteers etwa zwei Monate nach dem Event durchgeführt wurde. Diese zeitliche Abweichung wird in der Diskussion des vorliegenden Berichts berücksichtigt.

Der Online-Fragebogen wurde mit der Umfragesoftware Unipark erstellt und in mehrere thematische Abschnitte unterteilt. Er umfasste Fragen zur Erwartungshaltung und Zufriedenheit der Volunteers, ihren Motiven, ihrem bisherigen freiwilligen Engagement außerhalb von Sportgroßveranstaltungen, der Intention, sich nach dem Event weiterhin zu engagieren, der Attraktivität von Sport-Event-Charakteristika sowie zu soziodemografischen Merkmalen. Bei der sprachlichen Gestaltung des Fragebogens wurde vor allem auf die Begriffe *ehrenamtliches Engagement* und *Ehrenamtseinsatz* für freiwillige und ehrenamtliche Tätigkeiten zurückgegriffen, da angenommen wurde, dass diese Begriffe den meisten Befragten vertraut sind. Nach der ersten Datenerhebung bei den SOWG 2023 wurde der Fragebogen optimiert: Engagementbereiche mit geringer Beteiligung, wie beispielsweise die Freiwillige Feuerwehr oder die Telefonseelsorge, wurden zusammengefasst, und es wurden zusätzliche Fragen zu Themen wie dem Aufgeben früherer ehrenamtlicher Tätigkeiten zugunsten der Event-Volunteer-Tätigkeit, der Wohnortgröße und dem Bundesland aufgenommen.

Die erhobenen Daten wurden mit der Software IBM SPSS Statistics 27 ausgewertet. Zunächst wurden für jedes einzelne Event Gesamtanalysen sowie Vergleiche zwischen den Events mithilfe von Kruskal-Wallis-Tests durchgeführt. Anschließend wurden Post-hoc-Tests durchgeführt, um spezifische Unterschiede zu identifizieren. Im nächsten Schritt erfolgte eine gruppenspezifische Analyse, bei der die Befragten anhand soziodemografischer Variablen kategorisiert wurden, um differenzierte Erkenntnisse zu gewinnen. Signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen wurden mittels Mann-Whitney-U-Tests überprüft.

6. Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse präsentiert. Zunächst erfolgt eine Analyse des Gesamtsamples der jeweiligen Events sowie eine eventübergreifende Betrachtung. Anschließend werden die Resultate der gruppenspezifischen Auswertung dargestellt.

6.1. Gesamtsample

Soziodemografische Merkmale der Befragten

Die Analyse der soziodemografischen Merkmale der Volunteers der SOWG 2023 ($n = 512$) zeigt, dass der Großteil der Befragten weiblich (62,1 %) und zum Erhebungszeitpunkt verheiratet war oder in einer eingetragenen Lebenspartnerschaft lebte (56 %). Mehr als die Hälfte der Teilnehmenden hatte keine Kinder (51,2 %) und verfügte über einen (Fach-)Hochschulabschluss oder eine höhere Qualifikation (56,1 %). Hinsichtlich des freiwilligen Engagements der Eltern berichteten 53,5 % der Befragten, dass diese nicht freiwillig engagiert gewesen waren, während 91 % angaben, selbst bereits außerhalb von Sport-Events freiwillig engagiert gewesen zu sein. Das Durchschnittsalter der Teilnehmenden lag bei 47,4 Jahren, wobei das Alter zwischen einem Minimum (*Min*) von 16 Jahren und einem Maximum (*Max*) von 80 Jahren variierte.

Bei den Volunteers der Handball-EM 2024 ($n = 243$) zeigte sich ein ähnliches Bild. Der Anteil der weiblichen Befragten belief sich auf 51,4 %, und 51,9 % waren verheiratet oder lebten in einer eingetragenen Partnerschaft. Ferner hatten 60,9 % der Befragten keine Kinder, und 46,5 % hatten einen (Fach-)Hochschulabschluss oder eine höhere Qualifikation. 53,5 % der Befragten gaben an, dass ihre Eltern kein freiwilliges Engagement ausgeübt hatten, während 96 % selbst bereits außerhalb von Sport-Events freiwillig engagiert gewesen waren. Das durchschnittliche Alter dieser Gruppe lag bei 44,3 Jahren (*Min* = 19; *Max* = 75). Die Ergebnisse der nach den SOWG 2023 hinzugefügten Fragen zu Bundesland und Größe des derzeitigen Wohnorts zeigten, dass 23 % der Befragten aus Nordrhein-Westfalen stammten – dem höchsten Anteil unter den Regionen. Zudem lebten 45,7 % in Großstädten mit über 100.000 Einwohner*innen, während 7 % in Dörfern mit weniger als 2.000 Einwohner*innen ansässig waren.

Auch die Ergebnisse der befragten EURO 2024 Volunteers ($n = 550$) bestätigen vergleichbare demografische Trends. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten war weiblich (51,8 %), und 59,1 % waren verheiratete oder lebten in einer eingetragenen Partnerschaft. 50,9 % hatten keine Kinder, und 53,3 % verfügten über einen (Fach-)Hochschulabschluss oder eine höhere Qualifikation. Im Unterschied zu den vorherigen Gruppen berichteten hier 56,2 % der Befragten, dass ihre Eltern freiwillig engagiert gewesen waren. Zudem gaben 94,2 % an, selbst bereits freiwillig außerhalb von Sport-Events engagiert gewesen zu sein. Das Durchschnittsalter dieser Gruppe lag bei 49,8 Jahren (*Min* = 19; *Max* = 81). Regional betrachtet, stammten 36,9 % der Befragten aus Nordrhein-Westfalen. In Bezug auf die Größe des Wohnorts lebten 49,6 % in Großstädten mit mehr als 100.000 Einwohner*innen, während 8 % in Dörfern mit weniger als 2.000 Einwohner*innen ansässig waren.

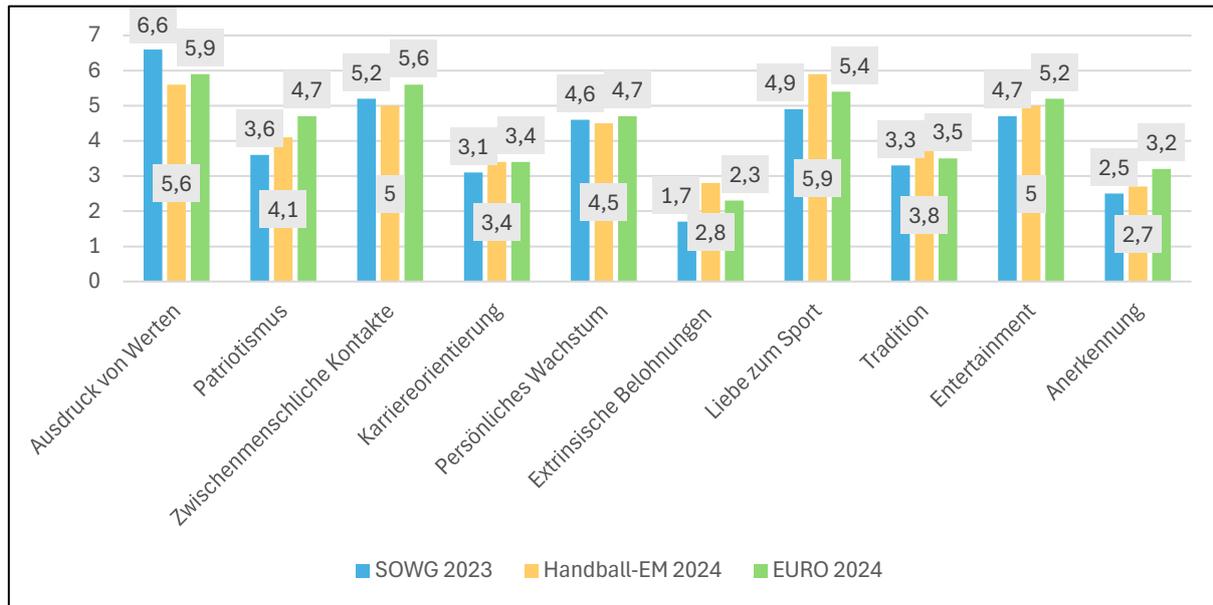
Motive für das Engagement als Sport-Event-Volunteer

In Abbildung 1 werden die arithmetischen Mittelwerte (*M*) und Standardabweichungen (*SD*) der Motive für das Engagement der Sport-Event-Volunteers für die drei untersuchten Events dargestellt. Die Bewertung der Events erfolgte auf einer siebenstufigen Likert-Skala (1 = „trifft überhaupt nicht zu“ bis 7 = „trifft voll und ganz zu“).

Das Motiv „Ausdruck von Werten“ wurde von den Befragten der SOWG 2023 ($M = 6,64$; $SD = 0,81$) und der EURO 2024 ($M = 5,92$; $SD = 0,94$) als am zutreffendsten bewertet. Es umfasste Items wie: „*Ich habe mich als Sport-Event-Volunteer engagiert, weil freiwilliges Engagement eine bessere Gesellschaft schafft.*“ Auch die Befragten der Handball-EM 2024 bewerteten dieses Motiv hoch ($M = 5,76$; $SD = 0,99$), jedoch wurde in dieser Gruppe „Liebe zum Sport“ als am zutreffendsten empfunden ($M = 5,93$; $SD = 0,99$). Dieses Motiv beinhaltete Items wie: „*Ich engagiere mich als*

Sport-Event-Volunteer, weil ich alle Veranstaltungen rund um den Sport bzw. die Sportarten dieses Events mag.“

Extrinsischen Anreizen wurde hingegen geringere Bedeutung beigemessen. So bewerteten die befragten Volunteers der SOWG 2023 ($M = 1,74$; $SD = 0,97$) und der EURO 2024 ($M = 2,27$; $SD = 1,19$) das Motiv „Extrinsische Belohnungen“ mit Items wie *„Ich habe mich als Sport-Event-Volunteer engagiert, weil ich bei dem Event kostenloses Essen erhalten wollte“*, als am wenigsten zutreffend. Bei der Handball-EM 2024 wurde das Motiv „Anerkennung“ mit dem niedrigsten Mittelwert bewertet ($M = 2,74$; $SD = 1,53$). Dieses Motiv bezog sich auf Items wie: *„Ich habe mich*



als Sport-Event-Volunteer engagiert, weil ich Anerkennung für meine freiwillige Tätigkeit erhalten

Abb. 1: Arithmetisches Mittel der Motive für das Engagement der befragten Volunteers der SOWG 2023, Handball-EM 2024 & EURO 2024, gemessen auf einer Likert-Skala von 1 „trifft überhaupt nicht zu“ bis 7 „trifft voll und ganz zu“ (Quelle: Eigene Darstellung).

wollte.“

Attraktivität von Sport-Event-Charakteristika

Die wahrgenommene Attraktivität der Sport-Event-Charakteristika wurde ebenfalls auf einer siebenstufigen Likert-Skala (1 = „stimme überhaupt nicht zu“ bis 7 = „stimme voll und ganz zu“) gemessen.

Die Ergebnisse zeigen, dass die „Einmaligkeit des Events“ von den Volunteers der SOWG 2023 ($M = 5,79$; $SD = 1,49$) und der Handball-EM 2024 ($M = 6,13$; $SD = 1,09$) als besonders attraktiv wahrgenommen wurde (siehe Abb. 2). Die Volunteers der EURO 2024 empfanden hingegen das Merkmal „Teil der Volunteer-Community zu sein“ als am ansprechendsten ($M = 5,65$; $SD = 1,45$). Am wenigsten attraktiv war für alle drei Gruppen „das Erhalten von anerkannten Zertifikaten“ (s. Abb. 2), mit den niedrigsten Bewertungen bei den befragten Volunteers der SOWG 2023 ($M = 2,93$; $SD = 1,96$), der Handball-EM 2024 ($M = 3,05$; $SD = 1,84$) und der EURO 2024 ($M = 3,38$; $SD = 2,02$).

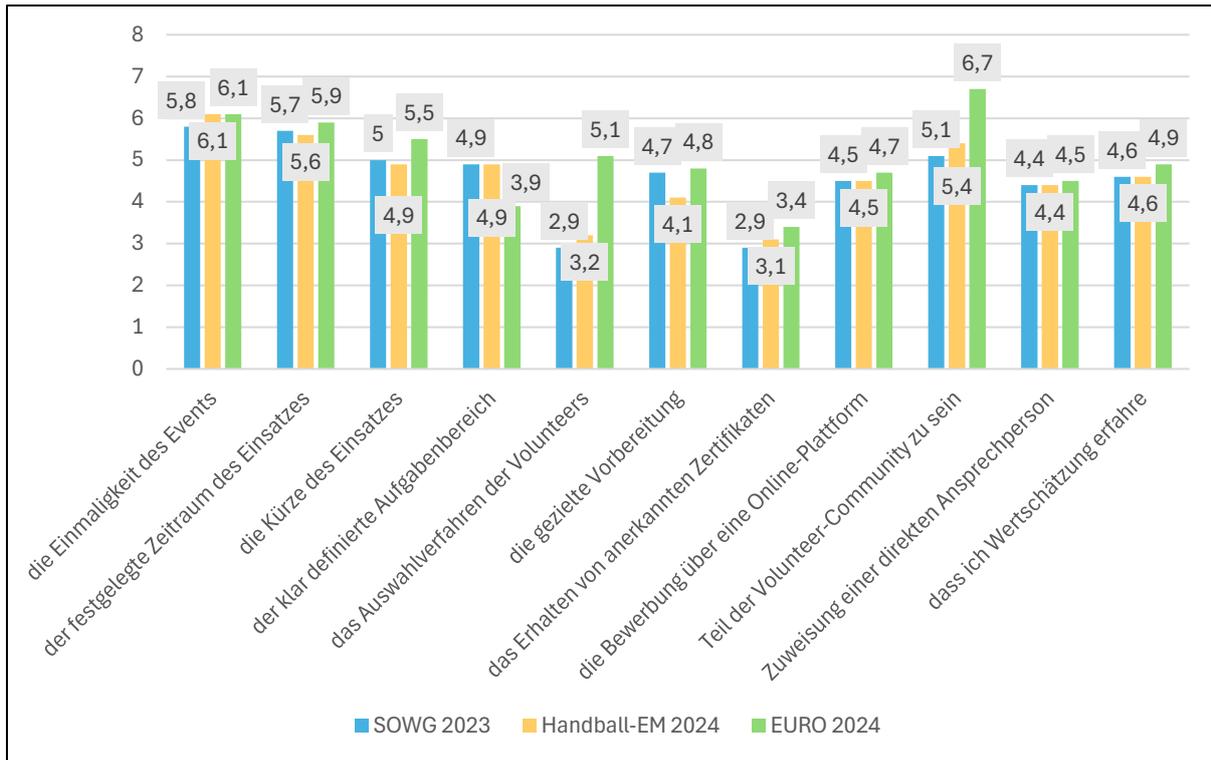


Abb. 2: Arithmetisches Mittel der Wahrnehmung von Sport-Event-Charakteristika der befragten Volunteers der SOWG 2023, Handball-EM 2024 & EURO 2024, gemessen auf einer Likert-Skala von 1 „stimme überhaupt nicht zu“ bis 7 „stimme voll und ganz zu“ (Quelle: Eigene Darstellung).

Freiwilliges Engagement vor und nach dem Event

Die Analyse der individuellen Engagement-Historie außerhalb von Sportgroßveranstaltungen zeigt, dass die Befragten sowohl vor der Sportgroßveranstaltung (SOWG 2023: 25 %; Handball-EM 2024: 46,1 %; EURO 2024: 30,7 %) als auch zum Befragungszeitpunkt (SOWG 2023: 22,5 %; Handball-EM 2024: 39,9 %; EURO 2024: 24,9 %) bei allen drei Events überwiegend in Sportvereinen aktiv waren. Obwohl in den meisten Bereichen ein Rückgang oder eine Stagnation des Engagements im Vergleich zum Zeitpunkt vor dem Event zu verzeichnen war, konnte in einzelnen Bereichen eine Zunahme des freiwilligen Engagements festgestellt werden. In diesem Zusammenhang ist insbesondere der Anstieg des freiwilligen Engagements im Bereich „Arbeit mit Menschen mit Behinderungen“ von 13,5 % auf 15 % nach den SOWG 2023 von besonderem Interesse. Diese Veränderungen, sowohl die Zunahmen als auch die Rückgänge des Engagements, waren jedoch nicht signifikant. Die hinzugefügte Frage, ob eine ehrenamtliche Tätigkeit aufgrund des Event-Engagements aufgegeben wurde, verneinten 98,4 % der befragten Volunteers der Handball-EM 2024 und 96,5 % der befragten Volunteers der EURO 2024.

Eventübergreifende Vergleiche des Gesamtsamples

Die Analyse mittels Kruskal-Wallis-Tests ergab signifikante Unterschiede hinsichtlich der Motive für das Engagement im Rahmen der drei Events, die in Tabelle (Tab.) 1 dargestellt sind. Anschließend durchgeführte Post-hoc-Tests zeigen, dass die befragten Volunteers der SOWG 2023 das Motiv „Ausdruck von Werten“ signifikant zutreffender bewerteten als die Befragten der anderen beiden Events, während „Karriereorientierung“ signifikant weniger zutreffend eingestuft wurde. Im Gegensatz dazu bewerteten die befragten Volunteers der Handball-EM 2024 die Motive „Liebe zum Sport“ und „Tradition“ signifikant zutreffender. Die Volunteers der EURO 2024 stuften hingegen die Motive „Patriotismus“, „Zwischenmenschliche Kontakte“, „Entertainment“ und

„Anerkennung“ signifikant zutreffender ein als die Befragten der anderen beiden Sportgroßveranstaltungen.

Tab. 1: Signifikante Unterschiede in den Motiven für das Engagement zwischen den befragten Sportgroßveranstaltungen (Quelle: Eigene Darstellung).

Motiv	H(2)	p-Wert	M _{rang} SOWG 2023 (n = 512)	M _{rang} Handball- EM 2024 (n = 243)	M _{rang} EURO 2024 (n = 550)	Signifikante Gruppenpaare (Post-hoc)
Ausdruck von Werten	65,78	< 0,001	753,7	543,6	607,4	SOWG vs. Handball-EM (p < 0,001, r = 0,26); SOWG vs. EURO (p < 0,001, r = 0,20)
Patriotismus	99,95	< 0,001	536,9	638,3	767,6	SOWG vs. Handball-EM (p = 0,002, r = 0,13); SOWG vs. EURO (p < 0,001, r = 0,31); Handball-EM vs. EURO (p < 0,001, r = 0,16)
Zwischenmenschliche Kontakte	32,55	< 0,001	628,8	560,3	716,4	SOWG vs. EURO (p < 0,001, r = 0,12); Handball-EM vs. EURO (p < 0,001, r = 0,19)
Karriereorientierung	12,93	0,002	606,4	687,3	681,2	SOWG vs. Handball-EM (p = 0,018, r = 0,10); SOWG vs. EURO (p = 0,004, r = 0,10)
Liebe zum Sport	78,98	< 0,001	554,3	808,4	676,3	SOWG vs. Handball-EM (p < 0,001, r = 0,32); SOWG vs. EURO (p < 0,001, r = 0,16); Handball-EM vs. EURO (p < 0,001, r = 0,16)
Tradition	38,34	< 0,001	695,6	778,0	650,3	SOWG vs. Handball-EM (p < 0,001, r = 0,23); Handball-EM vs. EURO (p < 0,001, r = 0,16)
Entertainment	73,18	< 0,001	549,8	658,5	746,7	SOWG vs. Handball-EM (p = 0,001, r = 0,14); SOWG vs. EURO (p < 0,001, r = 0,26); Handball-EM vs. EURO (p = 0,007, r = 0,11)
Anerkennung	58,2	< 0,001	564,5	644,6	739,1	SOWG vs. Handball-EM (p = 0,018, r = 0,10); SOWG vs. EURO (p < 0,001, r = 0,23); Handball-EM vs. EURO (p = 0,03, r = 0,12)

Hinsichtlich der wahrgenommenen Attraktivität der Sport-Event-Charakteristika zeigten die Ergebnisse der Kruskal-Wallis-Tests ebenfalls signifikante Unterschiede zwischen den drei Sportgroßveranstaltungen. Die Post-hoc-Analysen offenbarten, dass die Befragten der EURO 2024 zahlreiche Merkmale signifikant attraktiver bewerteten als die Befragten mindestens einer der anderen beiden Sportgroßveranstaltungen (siehe Tab. 2).

Tab. 2: Signifikante Unterschiede in der wahrgenommenen Attraktivität von Sport-Event-Charakteristika zwischen den befragten Sportgroßveranstaltungen (Quelle: Eigene Darstellung).

Sport-Event-Charakteristik	H(2)	p-Wert	M _{rang} SOWG 2023 (n = 512)	M _{rang} Handball- EM 2024 (n = 243)	M _{rang} EURO 2024 (n = 550)	Signifikante Gruppenpaare (Post-hoc)
Einmaligkeit des Events	15,93	< 0,001	606,8	666,4	690,8	SOWG vs. EURO (p < 0,001, r = 0,12)
Festgelegter Zeitraum	10,79	0,005	637,6	604,5	688,8	Handball-EM vs. EURO (p = 0,007, r = 0,11)
Dauer des Einsatzes	37,08	< 0,001	607,7	585,1	725,2	SOWG vs. EURO (p < 0,001, r = 0,16); Handball-EM vs. EURO (p < 0,001, r = 0,18)
Auswahlverfahren der Volunteers	68,90	< 0,001	566,5	614,0	750,8	SOWG vs. EURO (p < 0,001, r = 0,25); Handball-EM vs. EURO (p < 0,001, r = 0,17)
Gezielte Vorbereitung	28,10	< 0,001	668,5	540,7	688,2	SOWG vs. Handball-EM (p < 0,001, r = 0,16); Handball-EM vs. EURO (p < 0,001, r = 0,18)
Erhalt von anerkannten Zertifikaten	14,27	< 0,001	611,9	640,9	696,6	SOWG vs. EURO (p < 0,001, r = 0,11)
Teil der Volunteer- Community	26,41	< 0,001	598,2	634,6	712,2	SOWG vs. EURO (p < 0,001, r = 0,16); Handball-EM vs. EURO (p = 0,018, r = 0,10)
Wertschätzung erfahren	11,78	0,003	621,9	625,1	694,3	SOWG vs. EURO (p = 0,004, r = 0,10)

6.2. Gruppenspezifische Auswertung

Im Folgenden werden die signifikanten gruppenspezifischen Unterschiede in Bezug auf Geschlecht und Bildungsniveau bei den befragten Volunteers der SOWG 2023, der Handball-EM 2024 sowie der EURO 2024 dargestellt. Die Unterschiede wurden mithilfe von Mann-Whitney-U-Tests analysiert. Dabei ist zu beachten, dass Personen, die sich als „divers“ oder mit „keiner Angabe“ zur Geschlechtsidentität identifizierten, aufgrund einer zu kleinen Stichprobengröße aus dieser Analyse ausgeschlossen wurden. Die Kategorie „niedriger Bildungsabschluss“ umfasst Personen ohne Abschluss sowie mit Hauptschul- oder Realschulabschluss, während die Kategorie „hoher Bildungsabschluss“ Personen mit (Fach-)Abitur, Hochschulabschluss oder höherem Abschluss einschließt.

Geschlecht

Die in Tab. 3 dargestellten signifikanten Unterschiede zwischen den befragten Männern (n = 318) und den befragten Frauen (n = 183) der SOWG 2023 zeigen, dass die befragten Männer das Motiv „Patriotismus“ signifikant zutreffender bewerteten, während die befragten Frauen stärker durch individuelle Entwicklungsmöglichkeiten motiviert waren. Zudem empfanden Frauen strukturelle, soziale und wertschätzende Aspekte, darunter den „festgelegten Zeitraum des Einsatzes“ und „das Erhalten anerkannter Zertifikate“, signifikant attraktiver.

Tab. 3: Signifikante Unterschiede in Motiven und Sport-Event-Charakteristika nach Geschlechtern (SWOG 2023), $n = 501$ (Quelle: Eigene Darstellung).

Variable	M_{rang} Männer ($n = 318$)	M_{rang} Frauen ($n = 183$)	U	Z	p	Effektgröße (r)
Patriotismus	272,73	238,49	25.119,5	-2,55	0,011	0,11
Karriereorientierung	215,80	271,25	22.656	-4,13	< 0,001	0,18
Persönliches Wachstum	218,50	269,70	23.150	-3,82	< 0,001	0,17
Entertainment	232,97	261,38	25.797	-2,49	0,034	0,10
Einmaligkeit des Events	230,89	262,57	25.417	-2,49	0,018	0,11
Festgelegter Zeitraum	220,63	268,47	23.540,0	-3,72	0,001	0,17
Erhalt von anerkannten Zertifikaten	218,18	269,89	23.091,0	-3,96	0,001	0,18
Teil der Volunteer- Community	233,86	260,86	25.960,0	-2,05	0,045	0,09
Wertschätzung erfahren	225,14	265,88	24.364	-3,08	0,002	0,14

Die geschlechtsspezifische Analyse der befragten Volunteers der Handball-EM 2024 ergab, dass das Motiv „Patriotismus“ von den befragten Männern ($n = 117$) höher bewertet wurde, während das Motiv „Liebe zum Sport“ von den befragten Frauen ($n = 125$) als zutreffender empfunden wurde (siehe Tab. 4).

Tab. 4: Signifikante Unterschiede in Motiven und Sport-Event-Charakteristika nach Geschlechtern (Handball-EM 2024), $n = 242$ (Quelle: Eigene Darstellung).

Variable	M_{rang} Männer ($n = 117$)	M_{rang} Frauen ($n = 125$)	U	Z	p	Effektgröße (r)
Patriotismus	141,44	102,84	4.980	-4,29	< 0,001	0,28
Liebe zum Sport	111,63	130,47	6.158	-2,13	0,033	0,14

Die Ergebnisse der geschlechtsspezifischen Unterschiede bei den befragten Volunteers der EURO 2024 zeigen, dass die befragten Männer ($n = 259$) das Motiv „Patriotismus“ als signifikant zutreffender empfanden, während die befragten Frauen ($n = 285$) stärker durch individuelle Entwicklungsmöglichkeiten motiviert waren. Zudem empfanden Frauen das Merkmal „das Erhalten von anerkannten Zertifikaten“ signifikant attraktiver (siehe Tab. 5).

Tab. 5: Signifikante Unterschiede in Motiven und Sport-Event-Charakteristika nach Geschlechtern (EURO 2024), $n = 544$ (Quelle: Eigene Darstellung).

Variable	M_{rang} Männer ($n = 259$)	M_{rang} Frauen ($n = 285$)	U	Z	p	Effektgröße (r)
Patriotismus	287,96	258,45	32.904	-2,19	0,029	0,10
Karriereorientierung	246,30	296,31	30.121,5	-3,71	< 0,001	0,16
Persönliches Wachstum	252,39	290,78	31.698,5	-2,85	0,004	0,12
Erhalt von anerkannten Zertifikaten	253,08	290,15	31.878	-2,80	0,006	0,12

Bildungsabschluss

Die in Tab. 6 dargestellten signifikanten Unterschiede in Bezug auf den Bildungsabschluss der befragten SOWG 2023 Volunteers zeigen, dass die Befragten mit niedrigem Bildungsabschluss ($n = 87$) das Motiv „Patriotismus“ sowie die Sport-Event-Charakteristika im Zusammenhang mit dem Auswahlverfahren und der Gemeinschaft signifikant höher bewerteten als die Befragten mit hohem Bildungsabschluss ($n = 425$).

Tab. 6: Signifikante Unterschiede in Motiven und Sport-Event-Charakteristika nach Bildungsabschluss (SOWG 2023), $n = 512$ (Quelle: Eigene Darstellung).

Variable	M_{rang} Niedrig ($n = 87$)	M_{rang} Hoch ($n = 425$)	U	Z	p	Effektgröße (r)
Patriotismus	317,99	243,91	13.138	-4,26	0,001	0,19
Auswahlverfahren der Volunteers	314,29	244,67	13.459	-4,11	< 0,001	0,18
Bewerbung über eine Online-Plattform	294,68	246,68	15.166	-2,68	0,008	0,12
Teil der Volunteer- Community	293,74	248,88	15.247	-2,63	0,01	0,12

Der Vergleich der Unterschiede zwischen den Befragten der Handball-EM 2024 mit niedrigem Bildungsabschluss ($n = 44$) und hohem Bildungsabschluss ($n = 199$) zeigt, dass Befragte mit niedrigem Bildungsabschluss die Motive „Ausdruck von Werten“ und „Patriotismus“ sowie die Zuweisung einer direkten Ansprechperson signifikant höher bewerteten als die Befragten mit hohem Bildungsabschluss. Demgegenüber wurde das Motiv „Extrinsische Belohnungen“ von denjenigen mit hohem Bildungsabschluss signifikant attraktiver wahrgenommen (siehe Tab. 7).

Tab. 7: Signifikante Unterschiede in Motiven und Sport-Event-Charakteristika nach Bildungsabschluss (Handball-EM 2024), $n = 243$ (Quelle: Eigene Darstellung).

Variable	M_{rang} Niedrig ($n = 44$)	M_{rang} Hoch ($n = 199$)	U	Z	p	Effektgröße (r)
Ausdruck von Werten	151,10	115,57	3.097,5	-3,04	0,002	0,20
Patriotismus	153,09	115,13	3.010	-3,24	0,001	0,43
Extrinsische Belohnungen	102,80	126,25	3.533	-2,01	0,045	0,13
Festgelegter Zeitraum	141,45	117,70	3.522	-2,07	0,043	0,13
Auswahlverfahren der Volunteers	143,14	117,33	3.448	-2,25	0,028	0,14
Direkte Ansprechperson zugewiesen bekommen	149,15	115,99	3.183	-2,87	0,005	0,18

In Bezug auf die EURO 2024 zeigen die Ergebnisse zu den signifikanten Unterschieden nach Bildungsabschluss, dass Befragte mit niedrigem Bildungsabschluss ($n = 103$) die Motive „Ausdruck von Werten“, „Patriotismus“ und „Persönliches Wachstum“ signifikant höher bewerteten als die Befragten mit hohem Bildungsabschluss ($n = 447$). Darüber hinaus bewerteten sie strukturelle und organisatorische Aspekte des Volunteer-Managements, wie z.B. „die Bewerbung über eine Online-Plattform“ signifikant attraktiver (siehe Tab. 8).

Tab. 8: *Signifikante Unterschiede in Motiven und Sport-Event-Charakteristika nach Bildungsabschluss (EURO 2024), n = 550 (Quelle: Eigene Darstellung).*

Variable	M _{rang} Niedrig (n = 103)	M _{rang} Hoch (n = 447)	U	Z	p	Effektgröße (r)
Ausdruck von Werten	319,05	265,47	18.535	-3,10	0,002	0,13
Patriotismus	341,05	260,39	16268,5	-4,65	< 0,001	0,20
Persönliches Wachstum	324,92	264,11	17.930	-3,51	< 0,001	0,15
Klar definierter Aufgabenbereich	311,05	267,31	19.359	-2,57	0,012	0,11
Auswahlverfahren der Volunteers	349,33	258,49	15.416	-5,30	< 0,001	0,23
Gezielte Vorbereitung auf Volunteer-Tätigkeit	312,97	266,87	19.161	-2,70	0,008	0,12
Erhalt von anerkannten Zertifikaten	314,57	266,50	18.996	-2,82	0,006	0,12
Bewerbung über Online- Plattform	316,84	265,97	18.762	-2,98	0,003	0,13
Direkte Ansprechperson zugewiesen bekommen	320,81	265,06	18.353,5	-3,25	0,001	0,14

7. Diskussion

7.1. Interpretation der Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse sowohl auf der Ebene des Gesamtsamples als auch hinsichtlich geschlechts- und bildungsspezifischer Unterschiede interpretiert. Dabei werden zentrale Motive und Wahrnehmungen herausgearbeitet sowie differenzierte Muster und Trends in den verschiedenen Gruppen identifiziert. Diese dienen als Grundlage für praxisorientierte Handlungsempfehlungen.

7.1.1. Gesamtsample

Soziodemografische Merkmale der Befragten

Die vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass die befragten Volunteers der drei untersuchten Sportgroßveranstaltungen (SOWG 2023, Handball-EM 2024, EURO 2024) ein ähnliches Profil aufweisen. Ein Großteil der Befragten war weiblich, verheiratet oder lebte in einer eingetragenen Partnerschaft, hochgebildet, kinderlos und im Durchschnitt über 44 Jahre alt. Zudem verfügte ein Großteil der Volunteers über Erfahrung im freiwilligen Engagement außerhalb von Sport-Events. Diese Ergebnisse stehen im Einklang mit früheren Studien in diesem Bereich (Dickson et al., 2013; Dickson et al., 2024).

Der hohe Anteil weiblicher Befragter (SOWG 2023: 62,1 %; Handball-EM 2024: 51,4 %; EURO 2024: 51,8 %) lässt eine verstärkte Tendenz von Frauen zum ehrenamtlichen Engagement bei Sportgroßveranstaltungen vermuten, was durch frühere Forschungsergebnisse unterstützt wird (Hallmann et al., 2020; Teixeira et al., 2023).

Das hohe Bildungsniveau der befragten Volunteers (SOWG 2023: 56,1 %; Handball-EM 2024: 46,5 %; EURO 2024: 53,3 %) spiegelt den bereits seit Jahren beobachtbaren Trend der „Akademisierung“ im freiwilligen Engagement im Sport und in anderen sozialen Bereichen wider (Braun et al., 2022, S. 22; Simonson et al., 2021). Dabei zeigt sich eine deutliche Diskrepanz im Engagement zwischen Personen mit niedrigem und hohem Bildungsniveau: Menschen mit

höherer Bildung engagieren sich im Zeitverlauf anteilig häufiger. Diese Dominanz von Personen mit höherem Bildungsabschluss – sowohl im Kontext von Sport-Events als auch darüber hinaus – untermauert die These, dass freiwilliges Engagement soziale Ungleichheiten in der Gesellschaft reproduzieren kann (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2024).

Neben dem Bildungsniveau beeinflusste auch die Wohnortgröße das Engagement. Die Mehrheit der Befragten lebte in Großstädten (Handball-EM 2024: 45,7 %; EURO 2024: 49,6 %). Dies steht im Kontrast zu allgemeinen Freiwilligendaten, die höhere Engagementraten in ländlichen Gebieten zeigen (Simonson et al., 2021). Eine mögliche Erklärung hierfür ist die Nähe der Volunteers zu den Veranstaltungsorten, was die logistischen Hürden verringert.

Motive für das Engagement als Sport-Event-Volunteer

Die Ergebnisse hinsichtlich der Motive für das Engagement als Sport-Event-Volunteer zeigen, dass intrinsische Motive eine zentrale Rolle für das Engagement spielten. Besonders der „Ausdruck von Werten“ wurde von über 82 % der Befragten des jeweiligen Events als zutreffend bewertet. Dies steht im Einklang mit der bestehenden Literatur, die eben dieses Motiv als dominanten Motivator unter Sport-Event-Volunteers hervorhebt (Angosto et al., 2021) und lässt sich mit dem Value-Expression Model (Clary et al., 1998) erklären, wonach freiwilliges Engagement oft Ausdruck persönlicher Werte ist. Auffällig ist, dass bei der Handball-EM die „Liebe zum Sport“ als zutreffendstes Motiv herausgestellt wurde, was die Bedeutung des Eventkontexts unterstreicht. Die Identifikation mit der Sportart könnte eine Schlüsselrolle spielen.

Im Gegensatz dazu spielten „Extrinsische Belohnungen“, wie materielle Anreize, bei den Befragten aller drei untersuchten Sportgroßveranstaltungen nur eine untergeordnete Rolle. Dies wird durch frühere Studien (Angosto et al., 2021) bestätigt, die zeigen, dass materielle Vorteile wie kostenlose Verpflegung selten die Hauptgründe für das Engagement sind. Solche Anreize können jedoch die Zufriedenheit der Volunteers steigern, indem sie ihren Beitrag wertschätzen und ihre Rolle im Event anerkennen (Preuss & Kebernik, 1999).

Attraktivität von Sport-Event-Charakteristika

Die Wahrnehmung der Sport-Event-Charakteristika zeigt, dass die „Einmaligkeit des Events“ und der „festgelegte Zeitraum des Einsatzes (vorab bekanntes Start-/Enddatum)“ als besonders attraktiv wahrgenommen wurden. Diese Aspekte unterstreichen die Möglichkeit für Sport-Event-Volunteers, Teil eines einzigartigen und besonderen Erlebnisses zu werden, das sich deutlich von alltäglichem Engagement abhebt. Studien im Bereich Eventmanagement betonen, dass die Exklusivität und Einzigartigkeit eines Events maßgeblich dessen wahrgenommene Attraktivität beeinflussen können (Bowdin et al., 2024).

Im Gegensatz dazu wurde „das Erhalten von anerkannten Zertifikaten“ bei allen drei befragten Sport-Events als weniger attraktiv empfunden. Diese Ergebnisse stehen im Einklang mit den Ergebnissen in Bezug auf die Motive für das Engagement als Event-Volunteer und unterstreichen die Bedeutung intrinsischer Motivationen (Angosto et al., 2021).

Freiwilliges Engagement vor und nach dem Sport-Event

Hinsichtlich des freiwilligen Engagements vor und nach den Events zeigt sich, dass die Befragten der drei untersuchten Sportgroßveranstaltungen überwiegend in Sportvereinen aktiv waren und dieser Bereich auch nach ihrer Volunteer-Tätigkeit den Kern ihres Engagements darstellte. Insgesamt sind keine signifikanten Veränderungen in den abgefragten Engagementbereichen

festzustellen – weder ein Rückgang noch eine Zunahme. Besonders relevant ist, dass die Mehrheit der Befragten der Handball-EM 2024 und der UEFA EURO 2024 angab, kein freiwilliges Engagement aufgrund der Event-Teilnahme beendet zu haben. Daraus lässt sich ableiten, dass kein kausaler Zusammenhang zwischen der Event-Tätigkeit und einem Rückgang des freiwilligen Engagements zu bestehen scheint.

Hervorzuheben ist jedoch ein Anstieg des Engagements im Bereich „Arbeit mit Menschen mit Behinderungen“ nach den SOWG 2023. Diese Veränderung lässt sich mit dem Eventkontext und der Fokussierung auf Inklusion und die Arbeit mit Menschen mit Behinderungen erklären, was zu einem gesteigerten Interesse und Engagement in diesem Bereich geführt haben könnte.

Eventübergreifende Vergleiche des Gesamtsamples

Die signifikanten Unterschiede hinsichtlich der Motive für das Engagement im Rahmen der drei Sportgroßveranstaltungen zeigen, dass die Befragten der SOWG 2023 das Motiv „Ausdruck von Werten“ signifikant zutreffender bewerteten als die Befragten der anderen beiden Events, während das Motiv „Karriereorientierung“ signifikant weniger zutreffend eingestuft wurde. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Volunteers der SOWG 2023 stärker ideell und weniger karriereorientiert motiviert waren, was den Grundwerten der Special Olympics (Inklusion, Respekt, Gleichberechtigung) entspricht und ihre intrinsische Motivation stärkt, für gesellschaftliche Veränderung zu wirken (Berlin, 2023, 2024).

Die Befragten der Handball-EM 2024 die Motive „Liebe zum Sport“ und „Tradition“ signifikant zutreffender als die Befragten der anderen beiden untersuchten Sportgroßveranstaltungen. Dies unterstreicht die Bedeutung von Sportbegeisterung und traditionellen Werten für die Volunteers dieses Events, deren Motivation vor allem durch eine Leidenschaft für den Sport begründet zu sein scheint.

Die befragten Volunteers der EURO 2024 hingegen bewerteten die Motive „Patriotismus“, „Zwischenmenschliche Kontakte“, „Entertainment“ und „Anerkennung“ signifikant zutreffender, was auf ein starkes Interesse an sozialer Interaktion und das Erleben eines unterhaltsamen Umfelds hinweist.

Die Wahrnehmung der Attraktivität der Sport-Event-Charakteristika zeigte ebenfalls signifikante Unterschiede zwischen den Sportgroßveranstaltungen. Auffällig ist, dass die befragten Volunteers der EURO 2024 die spezifischen Event-Merkmale, wie etwa die „Einmaligkeit des Events“ oder das „Erhalten von anerkannten Zertifikaten“, im Vergleich zu den befragten Volunteers der anderen untersuchten Sportgroßveranstaltungen als attraktiver bewerteten. Diese Unterschiede könnten durch die besondere Bedeutung der EURO 2024 als globales Fußballereignis erklärt werden, da Fußball weltweit eine starke emotionale Bindung hervorruft und somit die Wahrnehmung des Events beeinflussen kann. Ein weiterer erklärender Faktor könnte der kürzere zeitliche Abstand zwischen dem Event und der Befragung sein, wodurch die Erinnerungen der Befragungsteilnehmenden noch präsenter waren. Allerdings sollte die Bedeutung des Fußballs als dominanter Einflussfaktor auf die Ergebnisse nicht unterschätzt werden.

7.1.2. Gruppenspezifische Auswertung

Geschlecht

Die geschlechtsspezifische Analyse zeigt konsistente Muster bei den befragten Volunteers der SOWG 2023, der Handball-EM 2024 und der EURO 2024. Die befragten Männer bewerteten das

Motiv „Patriotismus“ in allen drei Events signifikant zutreffender, was darauf hinweist, dass nationale Identifikation und Stolz für sie eine größere Rolle spielten als für die befragten Frauen. Demgegenüber schätzten Frauen bei den SOWG 2023 und der EURO 2024 die Motive „Persönliches Wachstum“ und „Karriereorientierung“ signifikant höher ein. Ferner bewerteten weibliche Befragte der SOWG 2023 und der EURO 2024 hinsichtlich der Sport-Event-Charakteristika „das Erhalten von anerkannten Zertifikaten“ signifikant höher. Diese Präferenz steht im Einklang mit ihrer höheren Bewertung der Motive „Karriereorientierung“ und „Persönliches Wachstum“ und verdeutlicht die größere Bedeutung beruflicher Entwicklung für die weiblichen befragten Sport-Event-Volunteers.

Bildungsabschluss

Die Analyse der Befragten hinsichtlich ihres Bildungsabschlusses ergab, dass Befragungsteilnehmende mit niedrigerem Bildungsabschluss das Motiv „Patriotismus“ bei allen drei Events signifikant zutreffender bewerteten als Befragte mit hohem Bildungsabschluss. Ähnlich bewerteten sie den „Ausdruck von Werten“ bei der Handball-EM 2024 und der EURO 2024 signifikant höher. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass nationale Identifikation und gesellschaftliche Werte für Personen mit niedrigerem Bildungsabschluss zentrale Motive darstellen.

In Bezug auf die Wahrnehmung der Attraktivität von Sport-Event-Charakteristika bewerteten Befragte mit niedrigem Bildungsabschluss bestimmte Aspekte des Volunteer-Managements signifikant positiver. So wurde das „Auswahlverfahren der Volunteers“ bei allen drei Events von dieser Gruppe signifikant attraktiver eingeschätzt. Darüber hinaus zeigten sich bei der Bewerbung über eine Online-Plattform und der Zuteilung einer direkten Ansprechperson signifikant höhere Attraktivitätswerte bei zwei der drei untersuchten Sportgroßveranstaltungen. Diese Befunde legen nahe, dass strukturierte und transparente Prozesse im Volunteer-Management für Personen mit niedrigerem Bildungsniveau besonders ansprechend sind. Ein nachvollziehbares Auswahlverfahren sowie die Zuteilung einer festen Ansprechperson könnten potenzielle Zugangsbarrieren für freiwilliges Engagement in dieser Gruppe abbauen.

7.1.3. Zusammenfassung der Interpretation der Ergebnisse

Die vorliegenden Zwischenergebnisse zeigen sowohl zentrale Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede zwischen den befragten Sport-Event-Volunteers der drei untersuchten Sportgroßveranstaltungen. Besonders hervorzuheben ist die hohe Bedeutung intrinsischer Motive sowie die attraktive Wahrnehmung der „Einmaligkeit des Events“ als gemeinsame Merkmale. Gleichzeitig wird deutlich, dass die Motive und Wahrnehmungen der befragten Volunteers nicht isoliert betrachtet werden können, sondern maßgeblich durch verschiedene Einflussfaktoren wie den spezifischen Eventkontext und individuelle soziodemografische Merkmale geprägt sind.

Hinsichtlich der Forschungsfragen – wie das Engagement von Sport-Event-Volunteers in eine nachhaltige Motivation für langfristiges freiwilliges Engagement überführt werden kann, wie Sportgroßveranstaltungen langfristiges Engagement fördern können und welchen Beitrag Sport-Event-Volunteering zur Umsetzung der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen leistet – bieten die Zwischenergebnisse erste Antwortansätze. Es lässt sich festhalten, dass für eine nachhaltige Förderung des freiwilligen Engagements differenzierte und anpassungsfähige Rekrutierungsstrategien erforderlich sind, die sowohl die individuellen Motive der Sport-Event-Volunteers als auch den jeweiligen Eventkontext berücksichtigen. Nur so kann das Interesse an

freiwilligem Engagement über Sportgroßveranstaltungen hinaus geweckt und die Motivation langfristig gesichert werden. Darüber hinaus zeigen die Ergebnisse, dass Sportgroßveranstaltungen grundsätzlich das Potenzial besitzen, freiwilliges Engagement über den Eventzeitraum hinaus zu verstärken. Ein anschauliches Beispiel hierfür sind die SOWG 2023, bei denen das Engagement im Bereich der „Arbeit mit Menschen mit Behinderung“ nach dem Event angestiegen ist. Es wird jedoch deutlich, dass dieses Potenzial bisher nur in Ansätzen genutzt wurde. Um eine nachhaltige Volunteering-Legacy zu entwickeln und so einen Beitrag zur Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen zu leisten – insbesondere im Hinblick auf das Ziel, „Events zu nutzen, um nachhaltig ein soziales Engagement im Sport zu schaffen“ – sind daher ergänzende Maßnahmen erforderlich.

Auf Grundlage dieser vorläufigen Erkenntnisse wird im folgenden Kapitel die Entwicklung erster praxisorientierter Handlungsempfehlungen für Sportvereine vorgestellt. Die Empfehlungen zielen darauf ab, langfristiges freiwilliges Engagement von Sport-Event-Volunteers zu fördern und dabei gezielt auf die identifizierten Bedürfnisse und Motive der Volunteers einzugehen.

7.2. Handlungsempfehlungen

Die nachfolgenden Handlungsempfehlungen basieren auf den bisherigen Ergebnissen und Interpretationen und stellen erste Ansätze dar. Ihre Validität wird durch weitere Befragungen von Sportgroßveranstaltungen und dem Deutschen Evangelischen Kirchentag im Laufe dieses Jahres überprüft, um ihre Wirksamkeit und Übertragbarkeit zu bestätigen. Diese Empfehlungen dienen als erster Schritt, um Sportvereine bei der Gewinnung und langfristigen Bindung von Sport-Event-Volunteers zu unterstützen. Es ist geplant, sie kontinuierlich zu evaluieren, anzupassen und weiterzuentwickeln, um sowohl den Bedürfnissen der freiwillig Engagierten als auch den praktischen Anforderungen gerecht zu werden.

1. Gezielte Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen

Empfehlung: Sportvereine sollten ihre Ansprache und Angebote an die unterschiedlichen Motive und Wahrnehmungen von Sport-Event-Volunteers anpassen, insbesondere unter Berücksichtigung soziodemografischer Merkmale.

Hintergrund & Umsetzung: Die Ergebnisse zeigen, dass die befragten Frauen ein stärkeres Interesse an persönlicher und beruflicher Weiterentwicklung äußerten als die befragten Männer. Sportvereine könnten diese Gruppe gezielt ansprechen, indem sie Fortbildungen in Bereichen wie Kommunikation und Handlungskompetenz anbieten, die sowohl im Sport als auch in anderen Lebensbereichen von Nutzen sind. Ein weiteres Beispiel für eine zielgruppenspezifische Ansprache wäre, klare und transparente Prozesse hinsichtlich der Organisation rund um die freiwillig Engagierten zu entwickeln und aktiv zu bewerben. Besonders befragte Personen mit niedrigerem Bildungsabschluss schätzten die strukturierten Elemente des Volunteer-Managements im Kontext von Sport-Events. Ein Mentor*innenprogramm, bei dem erfahrene Engagierte neue Engagierte unterstützen, könnte zudem den Einstieg erleichtern und zusätzliche Unterstützung bieten.

Ziel: Durch die gezielte Ansprache können Sportvereine ein diverses und langfristig engagiertes Team von freiwillig Engagierten mit unterschiedlichen Motivationen und Fähigkeiten gewinnen.

2. Gezielte Ansprache nach Eventkontext

Empfehlung: Sportvereine sollten bei der Ansprache von Sport-Event-Volunteers den spezifischen Kontext des Events berücksichtigen.

Hintergrund & Umsetzung: Die Ergebnisse zeigen signifikante Unterschiede in den Motiven der befragten Volunteers, abhängig vom jeweiligen Sport-Event. So war bei den Volunteers der SOWG 2023 der „Ausdruck von Werten“ das am zutreffendsten empfundene Motiv. Zudem wurde eine Zunahme des Engagements im Bereich „Arbeit mit Menschen mit Behinderung“ nach dem Event verzeichnet. Sportvereine könnten in diesem Zusammenhang gezielt Engagementmöglichkeiten im Inklusionssport anbieten und den Beitrag des freiwilligen Engagements zu einer besseren Gesellschaft als zentralen Bestandteil des Engagements betonen. Im Rahmen von Sportgroßveranstaltungen wie der Handball-EM 2024 sollten Sportvereine hingegen die Verbindung zur Sportart stärken, beispielsweise durch Angebote wie die Betreuung von Nachwuchsspieler*innen, die Organisation von Turnieren oder die Mitwirkung bei Trainingscamps. Dies ist besonders wichtig, da „Liebe zum Sport“ ein zentrales Motiv der befragten Volunteers dieses Events war.

Ziel: Durch die gezielte Berücksichtigung des Eventkontexts und die Schaffung darauf abgestimmter Engagementmöglichkeiten können Sportvereine die Attraktivität ihrer Angebote erhöhen und gezielt Sport-Event-Volunteers für freiwilliges Engagement im Verein gewinnen.

3. Förderung intrinsischer Motivation durch Werteorientierung

Empfehlung: Sportvereine sollten gezielt die intrinsischen Motive von Sport-Event-Volunteers ansprechen.

Hintergrund & Umsetzung: Die Ergebnisse zeigen, dass intrinsische Motive zentrale Faktoren für die Motivation der befragten Sport-Event-Volunteers darstellten. Sportvereine sollten daher die Werte des Vereins klar und transparent kommunizieren, um den freiwillig Engagierten aufzuzeigen, wie ihr Beitrag zur Umsetzung dieser Werte beiträgt. Dies könnte durch regelmäßige Updates, Erfolgsgeschichten oder persönliche Rückmeldungen geschehen, die den Engagierten die Bedeutung ihres Engagements verdeutlichen und ihre Motivation stärken. Zudem zeigt die Analyse, dass das Gemeinschaftsgefühl ein wichtiger Motivator war. Um dies zu fördern, könnten Sportvereine gezielt Teambuilding-Aktivitäten, gemeinsame Ausflüge oder Netzwerke für den Austausch unter den freiwillig Engagierten organisieren und bewerben. Das Gefühl, Teil eines größeren Ganzen zu sein, sollte dabei besonders betont werden. Obwohl „Anerkennung“ im Vergleich zu intrinsischen Motiven als weniger relevant empfunden wurde, bleibt die Wertschätzung von freiwillig Engagierten ein wichtiger Aspekt. Eine regelmäßige Anerkennung, durch Dankesworte, kleine Gesten oder öffentliche Wertschätzung, könnte die Zufriedenheit steigern und das langfristige Engagement fördern.

Ziel: Durch die gezielte Ansprache der intrinsischen Motivation können Sportvereine das Interesse von Sport-Event-Volunteers wecken und deren Engagement nicht nur während der Veranstaltung, sondern auch darüber hinaus fördern.

4. Schaffung exklusiver und zeitlich begrenzter Engagementmöglichkeiten

Empfehlung: Sportvereine sollten vermehrt exklusive und zeitlich begrenzte Engagementmöglichkeiten schaffen.

Hintergrund & Umsetzung: Die Ergebnisse zeigen, dass die „Einmaligkeit des Events“ und der „festgelegte Zeitrahmen des Einsatzes“ von den befragten Sport-Event-Volunteers als besonders

attraktiv wahrgenommen wurden. Sportvereine könnten daher exklusive, zeitlich begrenzte und formlose Engagementmöglichkeiten anbieten, die sich vom alltäglichen Vereinsbetrieb abheben und den Engagierten die Chance bieten, Teil eines einzigartigen Erlebnisses zu werden – ohne formale Mitgliedschaften. Diese projektbezogenen Engagementmöglichkeiten sprechen besonders jene an, die an anlass- oder projektbezogenem Engagement interessiert sind (Schubert et al., 2023) und sich nicht langfristig binden möchten. Gleichzeitig entsprechen sie dem Trend zu flexibleren Formen des freiwilligen Engagements (Braun et al., 2022). Solche Angebote könnten den Einstieg ins freiwillige Engagement im Verein erleichtern. Eine vereinsübergreifende App könnte dabei helfen, diese speziellen Projekte übersichtlich darzustellen und den Engagierten einen einfachen Zugang zu neuen Engagementmöglichkeiten zu bieten.

Ziel: Durch die Schaffung flexibler und exklusiver Engagementmöglichkeiten können Sportvereine attraktive Merkmale von Sport-Events aufgreifen und die Vereinsarbeit ansprechender gestalten. Diese flexiblen Angebote bieten eine niedrighschwellige Möglichkeit zur Beteiligung und können als Sprungbrett für langfristiges, nachhaltiges Engagement im Sportverein dienen.

7.3. Limitationen

Die vorliegende Studie liefert wertvolle Einblicke in die Merkmale, Motive und Faktoren, die langfristiges freiwilliges Engagement fördern. Dennoch sind bestimmte Limitationen zu berücksichtigen.

Die niedrigen Rücklaufquoten bei den befragten Events (z. B. 5,2 % für die SOWG 2023) könnten durch den zeitlichen Abstand zwischen den Events und der Datenerhebung bedingt sein, was dazu geführt haben könnte, dass einige der involvierten Volunteers den Bezug zum Event bereits verloren hatten und somit das Interesse an der Teilnahme an der Umfrage verringert war. Dieser Abstand war jedoch notwendig, um die langfristige Entwicklung des Engagements und der Motivation zu erfassen. Zudem konnte der ursprünglich geplante Zeitraum von fünf Monaten nach der EURO 2024 nicht eingehalten werden, was potenziell zu einer Verzerrung durch anhaltenden Enthusiasmus der Volunteers unmittelbar nach dem Event geführt haben könnte.

Ein weiteres Problem stellt die Überrepräsentation von bereits freiwillig engagierten Personen dar. Diese Verzerrung könnte die Generalisierbarkeit der Ergebnisse einschränken, da die Ergebnisse möglicherweise stärker die Perspektiven von Personen widerspiegeln, die ohnehin bereits ein hohes freiwilliges Engagement zeigen, während weniger engagierte oder nicht-engagierte Personen in der Stichprobe unterrepräsentiert sind

Zur Behebung dieser Limitationen wird das Projekt 2025 auf die Einbeziehung eines breiteren Spektrums an (Sport-)Großveranstaltungen sowie auf die Zusammenarbeit mit der Engagementpraxis fokussieren. Diese Erweiterung wird dazu beitragen, die Generalisierbarkeit der Ergebnisse zu verbessern, die aktuellen Befunde zu validieren und ein tieferes Verständnis der Faktoren zu entwickeln, die langfristiges freiwilliges Engagement fördern.

8. Fazit und Ausblick

Die vorliegende Studie verdeutlicht, dass trotz einer weit verbreiteten Begeisterung für Sport-Event-Volunteering ein rückläufiger Trend im langfristigen freiwilligen Engagement im Sportbereich zu beobachten ist. Zwar können Sportgroßveranstaltungen kurzfristig eine große

Anzahl von Helfer*innen mobilisieren, jedoch fehlt es bislang an fundierten Erkenntnissen zu den spezifischen Motiven, Rekrutierungsstrategien und Bindungsmechanismen, die eine Volunteering Legacy fördern könnten (Braun et al., 2022; Werkmann, 2014). Vor diesem Hintergrund untersucht das Forschungsprojekt in einem ersten Schritt die SOWG 2023, die Handball-EM 2024 sowie die EURO 2024, mit dem Ziel, event- und gruppenspezifische Faktoren zu identifizieren, um Sport-Event-Volunteers auch außerhalb von Sportgroßveranstaltungen für freiwilliges Engagement zu gewinnen und langfristig zu binden.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass intrinsische Motive, insbesondere der „Ausdruck von Werten“ und „Zwischenmenschliche Kontakte“, entscheidende Motive für das Engagement im Rahmen der Sportgroßveranstaltungen waren. Darüber hinaus zeigt sich die Bedeutung von eventspezifischen Merkmalen wie der „Einmaligkeit des Events“ und dem „festgelegten Zeitrahmen“, die als besonders attraktiv wahrgenommen wurden. Gleichzeitig spielten auch soziodemografische Faktoren wie Geschlecht und Bildungsniveau sowie der Eventkontext eine zentrale Rolle bei den Motiven und der Wahrnehmung der befragten Sport-Event-Volunteers. Diese Erkenntnisse verdeutlichen die Notwendigkeit, zielgerichtete Strategien zu entwickeln, um Sport-Event-Volunteers mit unterschiedlichen Motivationen und Wahrnehmungen anzusprechen und langfristig zu binden.

Basierend auf diesen Ergebnissen wurden erste Handlungsempfehlungen entwickelt, die darauf abzielen, unterschiedliche Zielgruppen gezielt anzusprechen, den Eventkontext zu berücksichtigen und intrinsische Motive zu fördern. Zu diesen Empfehlungen gehört unter anderem die Schaffung exklusiver und zeitlich begrenzter Engagementmöglichkeiten, um die als attraktiv empfundenen Merkmale von Sport-Events aufzugreifen und die Vereinsarbeit ansprechender zu gestalten. Die Umsetzung dieser Maßnahmen soll nicht nur die Gewinnung von Sport-Event-Volunteers für freiwilliges Engagement in Sportvereinen stärken, sondern auch langfristiges Engagement in Sportvereinen und anderen gesellschaftlichen Bereichen fördern. Auf diese Weise kann ein Beitrag zur Sicherung der Nachhaltigkeit des freiwilligen Engagements über die Dauer einer Sportgroßveranstaltung hinaus geleistet werden.

Zusammenfassend bietet der Zwischenbericht wesentliche Erkenntnisse und praxisnahe Empfehlungen, die im weiteren Projektverlauf vertieft werden sollen. Dies umfasst die Befragung zusätzlicher Sport-Event-Volunteers sowie weitere Interviews mit Volunteer-Koordinator*innen im Rahmen von Sport-Events 2025 in Deutschland sowie dem Deutschen Evangelischen Kirchentag. Darüber hinaus wird die Zusammenarbeit mit Expert*innen aus der Engagementpraxis die gewonnenen Erkenntnisse weiter bereichern. Ein zentrales Ziel ist die Entwicklung eines 10-Punkte-Plans für Sportvereine, der darauf abzielt, die langfristige Bindung von Sport-Event-Volunteers an freiwilliges Engagement in Sportvereinen zu fördern und somit eine Volunteering Legacy zu schaffen.

Literaturverzeichnis

- Angosto, S., Bang, H., Bravo, G. A., Díaz-Suárez, A. & López-Gullón, J. M. (2021). Motivations and Future Intentions in Sport Event Volunteering: A Systematic Review. *Sustainability*, 13(22), 12454. <https://doi.org/10.3390/su132212454>
- Bang, H., Alexandris, K. & Ross, S. D. (2008). Validation of the Revised Volunteer Motivations Scale for International Sporting Events (VMS-ISE) at the Athens 2004 Olympic Games. *Event Management*(12), 119–131.
- Bang, H. & Chelladurai, P. (2009). Development and validation of the volunteer motivations scale for international sporting events (VMS-ISE). *Int. J. Sport Management and Marketing*, 6(4), 332–350.
- Beau, L. (2024). Paris 2024: Olympics 'a la francaise'. *New Zealand International Review*.
- Berlin 2023. (2024, 2. Mai). *Über Special Olympics*. <https://www.berlin2023.org/de/ueber-uns/ueber-special-olympics>
- Bowdin, G. A. J., Allen, J., Harris, R., Jago, L., O´Toole, W. & McDonnell, I. (2024). *Events management* (Fourth edition). *Events management*. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781003044963/events-management-glenn-bowdin-ian-mcdonnell-rob-harris-william-toole-johnny-allen-leo-jago>
<https://doi.org/10.4324/9781003044963>
- Braun, S., Sielschott, S. & Burrmann, U. (2022). *Ehrenamtliches und freiwilliges Engagement im Sport: Sportbezogene Sonderauswertung der „Deutschen Freiwilligensurveys“ von 2014 bis 2019* (Juni 2022). Bundesinstitut für Sportwissenschaft. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:101:1-2022091416331130753727>
- Breuer, C. & Feiler, S. (2022). *Sportvereine in Deutschland: Ergebnisse aus der 8. Welle des Sportentwicklungsberichts: Sportentwicklungsbericht für Deutschland 2020-2022 - Teil 1* (Dezember 2021). Bundesinstitut für Sportwissenschaft. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:101:1-2022070511294319416002>
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2024). *Vierter Engagementbericht - Zugangschancen zum freiwilligen Engagement und Stellungnahme der Bundesregierung*.
- Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat & Deutscher Olympischer Sportbund (2021). *Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen: Gemeinsam. Mehr. Wirkung. Deutschland / Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat*.
- Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R. D., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J. & Miene, P. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(6), 1516–1530. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.74.6.1516>
- Dickson, T. J., Benson, A. M., Blackman, D. A. & Terwiel, A. F. (2013). It's All About the Games! 2010 Vancouver Olympic and Paralympic Winter Games Volunteers. *Event Management*, 17(1), 77–92. <https://doi.org/10.3727/152599513X13623342048220>
- Dickson, T. J., Darcy, S., Saleh, M. & Fontes, F. (2024). A Strategic Human Resource Management Approach to Facilitating Volunteer Legacies From Mega-Sport Events: The Moderating Impact of Gender and Experience in the Case of Rio 2016. *Event Management*, 28(3), 379–400. <https://doi.org/10.3727/152599524X17046754077316>
- Hallmann, K. & Harms, G. (2012). Determinants of volunteer motivation and their impact on future voluntary engagement: A comparison of volunteer's motivation at sport events in equestrian and handball. *International Journal of Event and Festival Management*, 3, 272-291.

- Hallmann, K., Zehrer, A., Fairley, S. & Rossi, L. (2020). Gender and Volunteering at the Special Olympics: Interrelationships Among Motivations, Commitment, and Social Capital. *Journal of Sport Management*, 34(1), 77–90. <https://doi.org/10.1123/jsm.2019-0034>
- International Labour Office. (2011). *Manual on the measurement of volunteer work*. International Labour Office. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=453524>
- International Olympic Committee (2012). *Olympic_Legacy.pdf*.
- Koutrou, N. & Pappous, A. (2016). Towards an Olympic volunteering legacy: motivating volunteers to serve and remain – a case study of London 2012 Olympic Games volunteers. *Voluntary Sector Review*, 7(3), 269–291. <https://doi.org/10.1332/096278916X14767760874050>
- Long, B. & Goldenberg, M. (2010). A means-end analysis of Special Olympics volunteers. *Leisure/Loisir*, 34(2), 145–167. <https://doi.org/10.1080/14927713.2010.481112>
- Preuss, H. (2007). The Conceptualisation and Measurement of Mega Sport Event Legacies. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3-4), 207–228. <https://doi.org/10.1080/14775080701736957>
- Preuss, H. & Kebernik, B. (1999). *Social structure, recruitment and opinions of volunteers about Nagano'98.: Symposium conducted at the meeting of the Volunteers*. Global Society and the Olympic Movement, Lausanne, Swiss.
- Schubert, P., Kuhn, D., & Tahmaz, B. (2023). ZiviZ-Survey 2023. Zivilgesellschaftliche Organisationen im Wandel–Gestaltungspotenziale erkennen. Resilienz und Vielfalt stärken. Hg. v. Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e. V. Essen. https://www.ziviz.de/sites/ziv/files/ziviz-survey_2023_hauptbericht.pdf
- Simonson, J., Kelle, N., Kausmann, C., Karnick, N., Arriagada, C., Hagen, C., Hasmeister, N., Huxhold, O. & Tesch-Römer, C. (2021). *Freiwilliges Engagement in Deutschland: Zentrale Ergebnisse des Fünften Deutschen Freiwilligensurveys (FWS 2019)*.
- SpecialOlympics.org. (2024, 2. Mai). *What We Do*. <https://www.specialolympics.org/what-we-do?locale=en>
- Teixeira, M. C., Banza, T., Almeida, N. & Seginando, A. (2023). Sport mega-events, volunteer motivation, and self-assessment: reasons and expectations for participating in the Rio 2016 Olympic Games... *Journal of Physical Education and Sport*, 25, 1221–1236.
- UEFA.com (22. März 2024). 16 000 Volunteers als treibende Kraft der UEFA EURO 2024. *UEFA*. <https://de.uefa.com/news-media/news/028b-1a781a7ff32d-7681abefedb2-1000--16-000-volunteers-als-treibende-kraft-der-uefa-euro-2024/>
- Werkmann, K. (2014). *Motivation, Zufriedenheit und Wertschätzung von Sport-Event-Volunteers*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-05228-7>