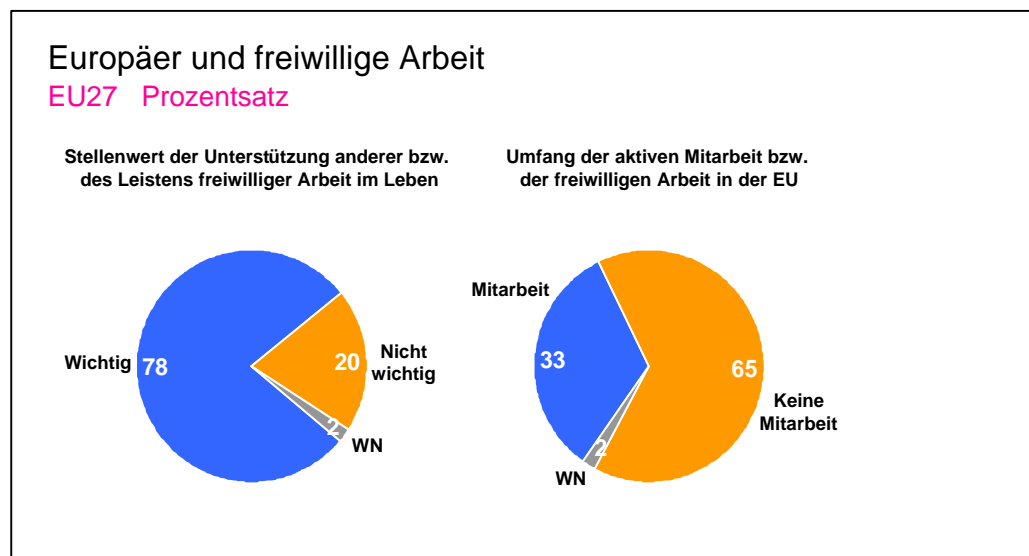


**Pressekontakt:**  
 Michael Knippelmeyer  
 t +49 (0) 521 9257 687  
 f +49 (0) 521 9257 333  
 e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com  
 www.tns-infratest.com

## Drei von zehn Europäern leisten ehrenamtliche Arbeit

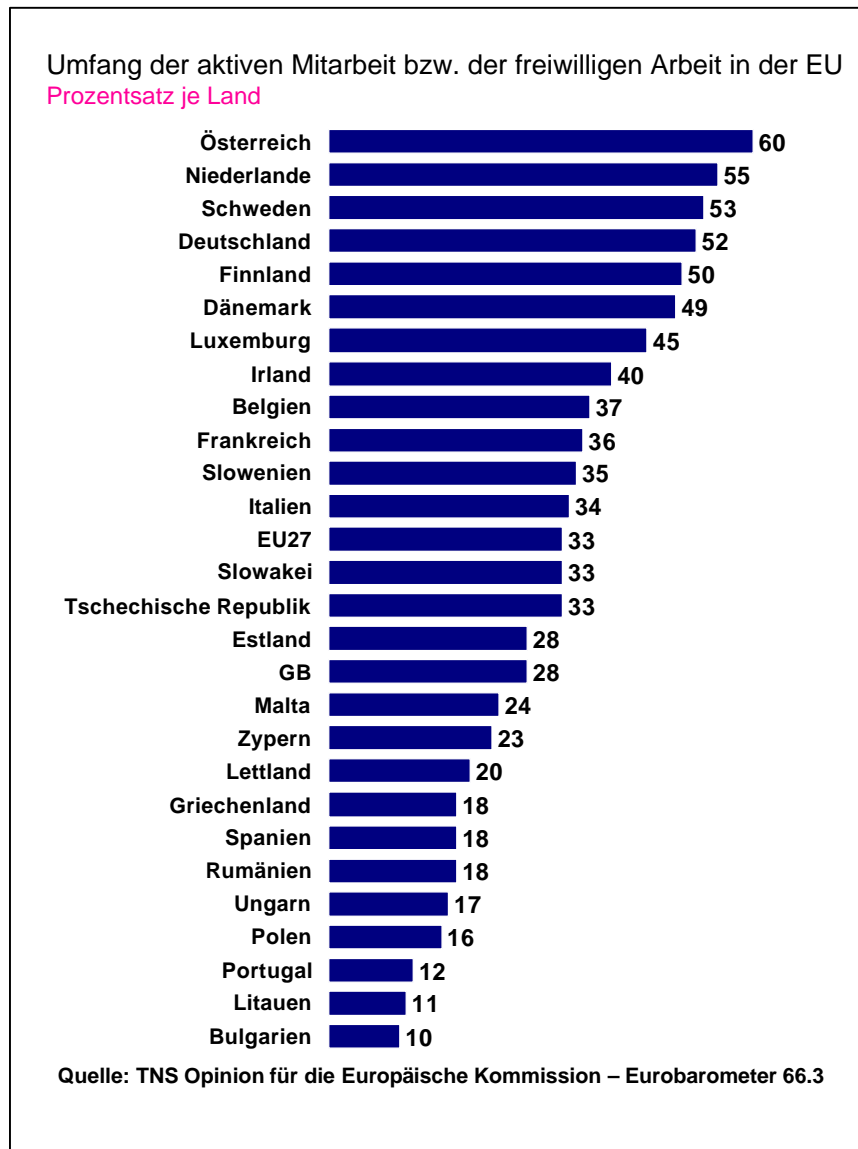
TNS Polling & Social Facts and Figures – EUROBAROMETER

Berlin/London, 4. April 2007 – 78 Prozent der EU-Bürger sehen in der Unterstützung anderer bzw. im Leisten freiwilliger Arbeit einen zentralen Aspekt ihres Lebens. Drei von zehn setzen diese Haltung auch aktiv um. Das sind die Ergebnisse der von TNS Opinion für die Europäische Kommission durchgeführten Special Eurobarometer-Umfrage, an der im Dezember 2006 fast 26.800 Bürger in den 25 Mitgliedstaaten und damaligen Beitrittsländern Bulgarien und Rumänien teilnahmen.



Bei der konkreten Mitarbeit in Organisationen wie Wohlfahrts- oder Sozialverbänden, Umweltschutzorganisationen oder im Bereich der Entwicklungshilfe gibt es zwischen den EU-Staaten deutliche Unterschiede. Die Deutschen (52 Prozent) liegen mit ihrem Engagement in der Spitzengruppe. Noch aktiver sind die Bürger in Österreich (60 Prozent), den Niederlanden (55 Prozent) und Schweden (53 Prozent). Schlusslichter sind dagegen Bulgarien (10 Prozent), Litauen (11 Prozent) und Portugal (12 Prozent). Im EU-Durchschnitt leistet jeder Dritte Bürger ehrenamtliche Arbeit.

Arbeit und formale Bildung sind Faktoren, die die Bereitschaft für ehrenamtliche Arbeit maßgeblich beeinflussen. Mit dem Bildungsabschluss wächst auch die Wahrscheinlichkeit, sich freiwillig und ehrenamtlich zu betätigen. Demgegenüber hängt der Grad des Engagements nicht davon ab, ob man beruflich einer Beschäftigung nachgeht, die ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Arbeit, Familie und Privatleben ermöglicht oder ob der eigene Beruf als anstrengend und belastend empfunden wird.



Interessanterweise hängt der Grad der aktiven Mitarbeit in bzw. der freiwilligen Tätigkeit für Organisationen nicht davon ab, ob die Beschäftigten eine Arbeit ausüben, die ihnen ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Beruf, Familie und Privatleben ermöglicht oder ob sie ihre Arbeit als anstrengend und belastend empfinden.

“Die freiwillige Arbeit stellt eine echte und positive Form der gesellschaftlichen Teilhabe und ein Akt des Altruismus dar. Es tut gut zu erfahren, dass ein erheblicher Prozentsatz der Europäer einen Teil ihrer Zeit der Unterstützung anderer widmen“, sagt Marita Carballo, Global Head von TNS Polling & Social.

### **Haftungsausschluss**

Die Ergebnisse beruhen auf einer von TNS Opinion & Social in der Zeit vom 7. Juni bis 12. Juli 2006 durchgeführten Umfrage mit insgesamt 26.822 persönlichen Interviews in den 25 Mitgliedstaaten der EU, in den beiden Beitrittsländern (Bulgarien und Rumänien), den beiden Kandidatenländern (Kroatien und Türkei) und in der türkisch-zyprischen Gemeinschaft. Alle in der oben stehenden Mitteilung besprochenen Daten basieren auf den Meinungen der befragten Personen. TNS steht nur für die Daten, die veröffentlicht wurden, und in dem Kontext, in dem wir sie präsentiert haben, sowie für unsere eigene Interpretation dieser Ergebnisse ein. Für davon abweichende Interpretationen können wir keine Verantwortung übernehmen.

Der Eurobarometer-Bericht 66 ist seit Dezember 2006 unter [http://europa.eu.int/comm/public\\_opinion/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/public_opinion/index_en.htm) veröffentlicht.

### **Informationen zu TNS**

Die Marktforschungsgruppe TNS ist das weltweit größte Unternehmen für kundenspezifische Marktforschung und ein führender Anbieter von Umfragen zu gesellschaftlichen und politischen Problemstellungen. Darüber hinaus gehört TNS zu den größten Anbietern von Verbraucher-Panelen, TV-Einschaltquotenmessungen und Media-Intelligence-Services. TNS beschäftigt mehr als 13.000 Angestellte in einem globalen Netzwerk, das 70 Länder umfasst. Das Unternehmen stellt lokalen und multinationalen Unternehmen und Einrichtungen Marktforschungsdaten und Marktmessungen zur Verfügung, vermittelt Einblicke und führt Analysen durch. TNS verbindet das Fachwissen in Spezialbereichen mit einer umfassenden Kompetenz in den Bereichen Neuproduktentwicklung, Motivationsforschung, Marken- und Werbeforschung und Stakeholder Management, um seinen Kunden stets hochaktuelle und international gültige Daten liefern zu können.

### **Zu TNS Infratest**

TNS Infratest ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für unsere Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „Beratung durch Forschung“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter [www.tns-infratest.com](http://www.tns-infratest.com)

### **Kontakt und weitere Informationen:**

Richard Hilmer  
TNS Infratest Sozialforschung GmbH  
t +49 (0)30 53322 113  
e [richard.hilmer@tns-infratest.com](mailto:richard.hilmer@tns-infratest.com)

Marita Carballo  
Global Head of TNS Opinion & Social  
t +44 (0) 7739 856 902  
e [marita.carballo@tns-global.com](mailto:marita.carballo@tns-global.com)