

Hannes Jähnert

Internet, Social Media und Online-Volunteering im Deutschen Freiwilligensurvey 2014

Der neue Freiwilligensurvey hat mit seiner erstaunlich hohen Engagementquote für einiges Aufsehen gesorgt. Diskussionsbedarf besteht insbesondere angesichts des augenfälligen Sprungs von ‚stabilen‘ 36 % freiwillig Engagierten bis 2009 auf 44 % in 2014. Die Autorinnen und Autoren des neuen Freiwilligensurveys versuchen diese plötzliche Steigerung mit den Quoten vor Prüfung der letzten Erhebungswellen glattzuziehen. Die etwas konjunktiv-lastige Argumentation lautet: *Wäre bei den letzten Erhebungswellen des Freiwilligensurveys so vorgegangen worden, wie wir es nun taten, wäre die Engagementquote nicht so überraschend.*

Es ist natürlich bekannt, dass die Befunde zu einem so diffusen Thema wie freiwilligem Engagement kleine und große Hüpfen machen. Die Gründe dafür sind vielfältig, sicherlich aber vorrangig im Erhebungsdesign zu suchen (vgl. auch Emmerich 2012: 44). Allzu viel auf die Quoten und ihre Nachkommastellen zu geben, ist deshalb wenig zielführend; altbekanntes zur Kenntnis zu nehmen und Widersprüche skeptisch zu untersuchen dagegen schon. Alles in allem ist doch erfreulich die Tendenz zu etwas mehr freiwilligem Engagement,¹ interessant die vertieften Einblicke, die so umfangreiche Erhebungen wie der Freiwilligensurvey liefern können.

Immerhin liegen mit der nun vierten Wellen des Freiwilligensurveys etwa 30.000 Datensätze vor, anhand derer diverse Aspekte des freiwilligen Engagements in Deutschland näher beleuchtet werden können. Daten, die wertvolle Einblicke in die Vielfalt des freiwilligen Engagements liefern und beispielsweise dazu beitragen können, passgenaue Engagementgelegenheiten zu entwickeln. An dieser Stelle freilich steht die Internet- und Social Media Nutzung im freiwilligen Engagement sowie das Online-Volunteering im Vordergrund. Hier hat sich im Fragenkatalog des Freiwilligensurveys einiges getan:

- Die Frage nach der Einschätzung engagierter ob der Wichtigkeit des Internets für ihr zeitaufwändigstes Engagement wurde konkretisiert. Gefragt wurde nun nach der tatsächlichen Nutzung des Internets bzw. der Sozialen Medien.

¹ Auch das Sozioökonomische Panel, das Thomas Gensicke als Ergänzung und Referenz für den Freiwilligensurvey nennt (ebd. 2016: 8), weist für 2013 etwas mehr Engagement aus als in den Erhebungswellen zuvor.

- Aufgenommen wurde die Frage danach, ob das zeitaufwändigste Engagement „ausschließlich“, „überwiegend“ oder „nur teilweise“ im Internet stattfindet (Online-Volunteering).
- Gestrichen wurden die Fragen nach der Nutzungsweise des Internets im Engagement, wie sie in den Erhebungswellen der Freiwilligensurveys 2004 und 2009 hinsichtlich der Bedeutungseinschätzung von Engagierten noch enthalten waren.

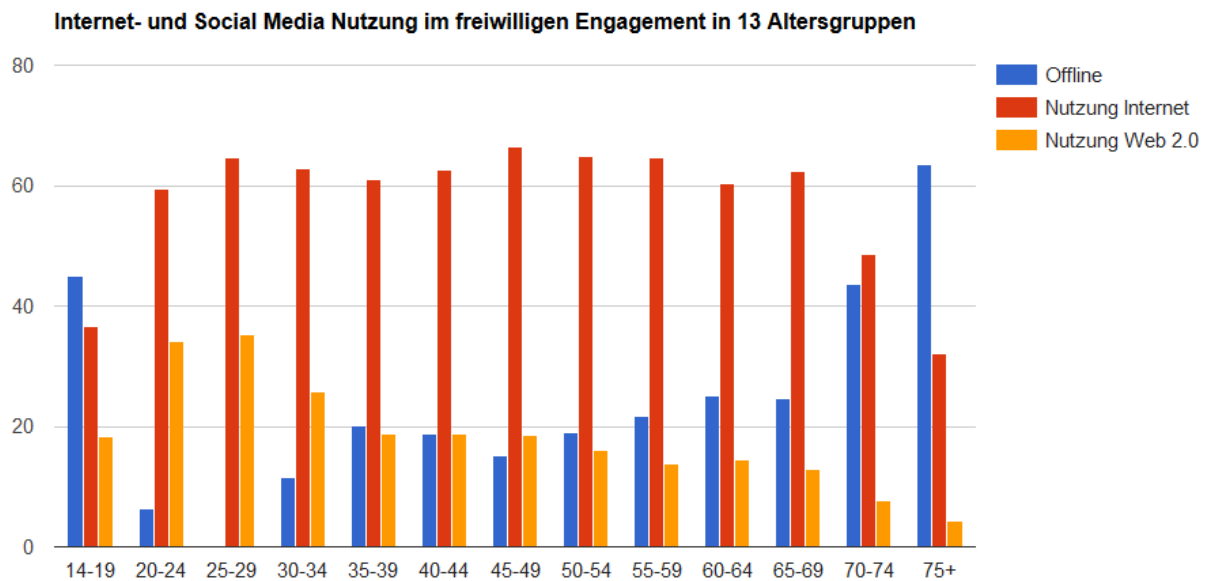
Summa summarum wurde der Aspekt der Internetnutzung im Freiwilligensurvey 2014 also mit drei Fragen erfasst: *Nutzen Sie das Internet? Nutzen Sie sie die Sozialen Medien? Findet ihr Engagement im Internet statt?* Das ist nicht sonderlich umfangreich, die Kreuzung mit anderen Angaben der Engagierten – insbesondere zu deren zeitaufwändigstem Engagement – aber erscheint vielversprechend. Die Darstellung der Internet- und Social Media Nutzung im freiwilligen Engagement sowie der Bericht zum Online-Volunteering fallen im Hauptbericht des Freiwilligensurveys aber leider enttäuschend spärlich und nur sehr oberflächlich aus. Grund genug, der Einladung des DZA zu folgen und die Mikrodaten des neuen Freiwilligensurveys selbst in Augenschein zu nehmen.²

Internet- und Social Media Nutzung im freiwilligen Engagement

Das Internet, so Christine Hagen und Julia Simonson im Kapitel elf des Gesamtberichtes zum Freiwilligensurvey, spielt im freiwilligen Engagement eine „nicht unbedeutende Rolle“ (S. 313ff.). Etwas mehr als die Hälfte der Engagierten gab 2014 an, das Internet im Rahmen der jeweils zeitaufwändigsten Tätigkeit zu nutzen – Männer etwas häufiger als Frauen, höher gebildete häufiger als Freiwillige mit niedriger Bildung und die mittleren Altersgruppen (30-65) etwas häufiger als die älteren und die jüngeren Engagierten (14-29 und 65+). Soweit Hagen und Simonson!

Um ob des doch erstaunlichen Befundes der vergleichsweise geringen Internetnutzung jüngerer Engagierter skeptisch zu werden, reicht ein Blick auf das Berichtete aus (vgl. S. 314.): Bei durchschnittlich 53 % Internetnutzung im freiwilligen Engagement der 14- bis 29-Jährigen und nicht einmal 36 % Internetnutzung der Schülerinnen und Schülern (ein Gros der Teenager resp. der 14- bis 19-Jährigen) muss die Onliner-Quote der engagierten Twens (20- bis 29 Jahre) deutlich höher liegen. In der Tat: Schaut man sich die Internetnutzung im Engagement in 13 statt nur vier Altersgruppen an, zeigt sich, dass Teenager vergleichsweise häufig ohne Internet im (zeitaufwändigsten) Engagement auskommen, währenddessen nur noch sehr wenige Twens in ihrem Engagement auf das Internet verzichten.

² Über den Auftakt meines Forschungsprojektes zum Online-Volunteering in Deutschland siehe <http://hannes-jaehnert.de/wordpress/2016/05/16/online-volunteering-in-deutschland-ein-projekt/>



Hannes Jähnert 2016 – Quelle: Freiwilligensurvey 2014, eigene Berechnungen.

Die Vermutung der Autorinnen, die geringere Internetnutzung der 14- bis 29-Jährigen wäre mit dem Tätigkeitsschwerpunkt „pädagogische Anleitung oder Betreuung einer Gruppe“ zu erklären, kann dementsprechend nicht stimmen. Die Daten zeigen hierzu, dass sich vor allem die älteren Freiwilligen dieser Kohorte im pädagogischen Bereich engagieren, eben das sind aber die jungen Freiwilligen, die das Internet in ihrem Engagement am häufigsten nutzen.

Hinsichtlich der Social Media Nutzung im freiwilligen Engagement berichten Hagen und Simonson, dass die interaktiven Medien des Internets in der Altersgruppe der 14- bis 29-jährigen vergleichsweise häufig zum Einsatz kommen (S. 315). In der Tat zeigt sich dies auch in den 13 Altersgruppen (siehe Grafik oben), wobei sich auch hier erkennen lässt, dass die 20- bis 29-Jährigen die Sozialen Medien im Engagement wesentlich häufiger nutzen als die Teenager.

Wofür die interaktiven Werkzeuge des Internets von den Engagierten eingesetzt werden, bleibt leider völlig im Dunkeln. Lässt sich anhand der Daten des Freiwilligensurveys 2009 noch vermuten, dass das Internet im freiwilligen Engagement vorrangig zur Informationsbeschaffung genutzt wird (siehe Gensicke/Geiss 2010: 246), geben die Daten des neuen Freiwilligensurveys hinsichtlich der Social Medien Nutzung keinerlei Aufschluss. Das ist insofern schade, als allenthalben prognostiziert wird, dass gerade die interaktive Nutzung des Internets das freiwillige Engagement maßgeblich verändert, ohne das wirklich klar ist, wie die Sozialen Medien im Engagement eigentlich genutzt werden.

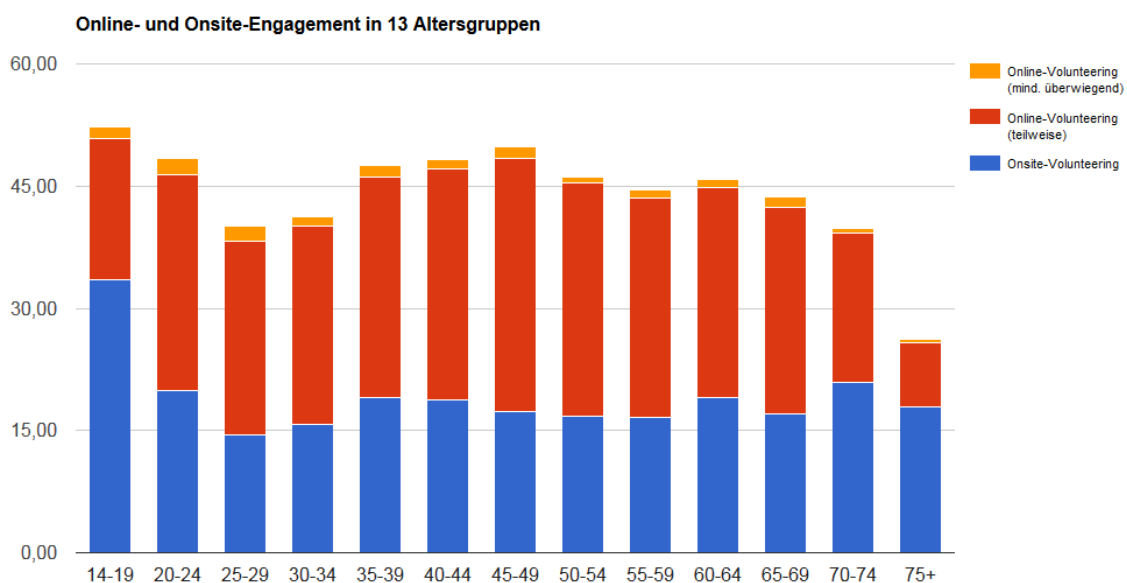
Online-Volunteering – freiwilliges Engagement im Internet

Dass die Frage nach dem Online-Volunteering in den Katalog des neuen Freiwilligensurveys aufgenommen wurde ist löblich. Sowie sich das Internet auf die Möglichkeiten des 'remoted workings' in der Erwerbsarbeit auswirkt (siehe dazu z.B. Initiativ D21 2016), war schon lange zu vermuten, dass sich zahlreiche Freiwillige auch über das Internet von zu Hause, von der

Arbeit oder von unterwegs aus engagieren. Dabei war mitnichten klar, dass das Internet allein als Medium für das „Sich-Informieren und Kommunizieren“, wie Thomas Gensicke (2016: 3) schreibt, nur begleitend – quasi nebenher – für das freiwillige Engagement von Bedeutung ist. Wenn in einer Umfrage unter knapp 3.500 Nonprofits in Deutschland und Österreich herauskommt, dass sich mehr als die Hälfte der Endgeräte, die in diesen Organisationen im Einsatz sind, in Privatbesitz befinden (siehe Frede/Kreidenweis/Röhl 2015: 20), ist doch eher zu vermuten, dass das Internet integraler Bestandteil des freiwilligen Engagements geworden ist und besonders für die 'Arbeit' der Engagierten immer relevanter wird.³

Die Frage danach, ob das zeitaufwändigste Engagement nun „ausschließlich“, „überwiegend“ oder „nur teilweise“ im Internet stattfindet zielt genau hierauf ab: auf die Mediatisierung⁴ freiwillig geleisteter Arbeit. Im Bericht zum Freiwilligensurvey reduzieren Hagen und Simonson das Online-Volunteering aber leider allein auf die Frage, ob „die Möglichkeit, sich außerhalb eines Verein oder einer sonstigen Organisation auch von zu Hause aus oder von unterwegs aus zu engagieren“ (S. 297) die Freiwilligenarbeit vor Ort substituiert, was freilich (noch) nicht der Fall ist (S. 316f.).

Dass das Online-Volunteering im freiwilligen Engagement der Deutschen trotzdem ankommt, zeigt ein Blick auf das Nicht-Berichtete: Nämlich jene gut 25 % der Deutschen die sich zumindest teilweise über das Internet engagieren. Rechnet man das Online- und Onsite-Engagement auf die 13 Altersgruppen, zeigt sich deutlich, dass das Onliner-Volunteering kein reines Jugendphänomen ist, wie es Hagen und Simonson erscheinen lassen. Die relativ zur jeweiligen Engagementquote am häufigsten auch über das Internet Engagierten sind die 40- bis 49-Jährigen Freiwilligen im ‚Familienhoch‘.



³ Zur steigenden Bedeutung des Internets für die "Abwicklung der Arbeit" lieferte schon der dritte Freiwilligensurvey einige Hinweise (Gensicke/Geiss 2010: 246).

⁴ Zum Begriff der Mediatisierung siehe Krotz 2001.

Internet und Engagement – do it yourself

Wer im Hauptbericht des Freiwilligensurvey bis zum Kapitel elf vordringt, bekommt zu lesen, dass das Internet im freiwilligen Engagement keine sonderliche Relevanz hat. Gut die Hälfte der Engagierten nutzt das Internet; die jungen Leute häufig auch interaktiv (was immer das auch heißen mag). Wofür das Netz genau genutzt wird und welche der zahlreichen Werkzeuge im freiwilligen Engagement zum Einsatz kommen, bleibt offen – deutlich nur der Schluss, dass das Ehrenamt in 98 % aller Fälle offline stattfindet und sich daran so schnell auch nichts ändert.

Dem aufmerksam Lesenden entgeht sicher nicht, dass der Bericht zur Internet- und Social Media Nutzung im Freiwilligensurvey nur sehr kurz gefasst, oberflächlich und unvollständig ausfällt. Die Zusammenfassung der Teenager und Twens zu einer Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen macht an dieser Stelle ganz offensichtlich keinen Sinn und die Daten zum freiwilligen Engagement, das zumindest teilweise über das Internet geleistet wird, werden nicht einmal im Tabellenanhang berichtet. Ausgleich verspricht allein die selbstständige Analyse der Daten, für die man aber auch erst einmal die Muße finden muss.

Ich will in den kommenden Monaten versuchen, die Zeit zu finden, mich in die Möglichkeiten und Grenzen der Analyse so großer Datensätze einzuarbeiten. Erste Gehversuche habe ich mit den Daten des neuen Freiwilligensurveys schon unternommen und bereits Erkenntnisse gewonnen, die hier zur Sprache kamen. Ich hoffe das viele weitere folgen und trotz des (unberechtigten) Eindruckes der Randständigkeit dieses Themas Interesse an der Digitalisierung des freiwilligen Engagements besteht.

Autor

***Hannes Jähnert** hat Soziale Arbeit und Bildungswissenschaften in Erfurt und Berlin studiert. Seit acht Jahren befasst er sich als Engagementblogger in seiner Freizeit unter anderem mit dem Schwerpunkt Online-Volunteering (www.hannes-jaehnert.de).*

Kontakt: kontakt@hannes-jaehnert.de

Literatur

Emmerich, Johannes (2012): Die Vielfalt der Freiwilligenarbeit. Eine Analyse kultureller und sozialstruktureller Bedingungen der Übernahme und Gestaltung von freiwilligem Engagement. Bielefeld.

Frede, Clemens / Kreidenweis, Helmut / Röhl, Petra (2015): IT-Report für Non-Profits 2015. München.

Gensicke, Thomas / Geiss, Sabine (2010): Hauptbericht des Freiwilligensurveys 2009. Ergebnisse der repräsentativen Trenderhebung zu Ehrenamt, Freiwilligenarbeit und Bürgerschaftlichem Engagement. München. Online in: http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/3._20Freiwilligensurvey-Hauptbericht,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf (21.07.2016).

Gensicke, Thomas (2016): Das Engagement der Bürger: knapp oder reichlich vorhanden? In: BBE-Newsletter (14/2016). Online in: <http://www.b-b-e.de/fileadmin/inhalte/aktuelles/2016/07/newsletter-14-gensicke.pdf> (21.07.2016).

Initiative D21 (2016): Sonderveröffentlichung D21-Digital-Index 2015. für die Veranstaltung am 28. Januar 2016 „Arbeiten in der digitalen Welt – Mensch – Organisation – Technik“ de BMAS und BMW. o.O. Online in: http://www.initiaved21.de/wp-content/uploads/2016/01/D21_Digital-Index_Sonderauswertung_Arbeit.pdf (21.07.2016).

Krotz, Friedrich (2001): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Wiesbaden.

Simonson, Julia / Vogel, Claudia / Tesch-Römer, Clemens (2016): Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2014. Berlin. Online in: <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/Freiwilligensurvey-2014-Langfassung,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf> (Abruf: 21.07.2016).

Redaktion

BBE-Newsletter für Engagement und Partizipation in Deutschland

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)

Michaelkirchstr. 17/18

10179 Berlin

Tel: +49 30 62980-115

newsletter@b-b-e.de

www.b-b-e.de