

Hannes Jähnert/ Katarina Peranic

Digitales Ehrenamt: Praxis & Empirie

Einleitung

Wer noch vor zehn Jahren von »Digitalisierung« sprach, meinte wahrscheinlich das Einscannen alter Bücher, mit dem Google um diese Zeit einiges Aufsehen erregte. Von der Speicherung auf Servern von Dienstleistern »in der Cloud«, von dezentraler Nutzung der Rechenkapazitäten in »Cloud Computing Netzwerken«, von der Vernetzung intelligenter Kühlschränke, von Blockchain, künstlicher Intelligenz oder virtueller Realität haben vor zehn Jahren nur sehr wenige Menschen gesprochen.

Seit 2016 ändert sich das. Die »Digitalisierung« ist zu einem großen Schlagwort avanciert, mit dem wir den Wandlungsschub bezeichnen, der unsere Gesellschaft Anfang des neuen Jahrtausends erfasst hat. Und der natürlich auch vor freiwilligem Engagement und Ehrenamt nicht Halt macht. Mit ausgewählten Praxisbeispielen aus einer breiten Palette digitaler Freiwilligenengagements und Ehrenämter wollen wir hier zeigen, was die Digitalisierung im Ehrenamt bedeuten kann, um im Anschluss mit ein paar Mythen über das digitale freiwillige Engagement aufräumen.

Praxis des digitalen Ehrenamts

Die folgende Tabelle zeigt verschiedene Spielarten der Digitalisierung freiwilligen Engagements. Ganz links finden sich Beispiele für die Internet- und Social Media Nutzung im Ehrenamt, die eher passiv-konsumierend oder aktiv-teilnehmend sein können. Auf der rechten Seite finden sich Formen des Online-Volunteerings und Crowdsourcings – Freiwilligenengagements, die mit den Mitteln und Möglichkeiten des Internets realisiert werden.

Die etwas holzschnittartige Abgrenzung der verschiedenen Formen soll uns hier nicht weiter stören. Was aber auffallen sollte, ist, dass die Beispiele nicht alle 100 Prozent digital sind. Ein BarCamp zum Beispiel ist ein Konferenzformat »in der stofflichen Welt«, bei dem sich Menschen physisch begegnen. Es ist allerdings auch ein Artefakt der Digitalkultur, die den (hierarchie-) freien Austausch unter Gleichgesinnten zelebriert – in Facebook- und WhatsApp-Gruppen, in TwitChats und eben auch auf BarCamps. Ähnliches gilt für Campaigning, das auch nicht nur online stattfindet oder die Kartierung, die ohne den Kontakt zur physischen Welt kaum auskommt.

Internetnutzung & Web 2.0 Online-Volunteering & Crowdsourcing

Information	Vernetzung	Produktion	Beratung	Organisation
Beschaffung von Informationen	Auftritte in Sozialen Medien	Erstellen und Verbessern von ...	Unterstützung in Form von ...	Planung & Durchführung von ...
<ul style="list-style-type: none"> - Newsletter - Webseiten - Webinare - Apps ... 	<ul style="list-style-type: none"> - Facebook - Instagram - Twitter - LinkedIn ... 	<ul style="list-style-type: none"> - Websites/Apps - Texten - Fotos/Grafiken - Videos 	<ul style="list-style-type: none"> - Mentoring - Seelsorge - Fach-Beratung - Expertisen 	<ul style="list-style-type: none"> - (Online-)Events - Entwicklungs-Prozesse - Campaigning
Bereitstellen von Informationen	Aktive (Event-) Teilnahme	Teilnehmendes Engagement an ...	Teilnehmendes Engagement an ...	Teilnehmendes Engagement an ...
<ul style="list-style-type: none"> - Interviews - Artikel - Liveblogging 	<ul style="list-style-type: none"> - BarCamps - Gruppen - Webinare 	<ul style="list-style-type: none"> - Kartierungen - Kreativ-Arbeit - Clickworking 	<ul style="list-style-type: none"> - Frage-Antwort-Plattformen - Bewertungen 	<ul style="list-style-type: none"> - Befragungen und Surveys - Finanzierung

Tabelle: Spielarten der Digitalisierung freiwilligen Engagements

Aber wie können digitale Freiwilligenengagements nun konkret aussehen? Was machen Online-Volunteers? Und: Was bringt das? Drei kurze Darstellungen aus der Welt des digitalen Ehrenamts:

Case #1: *Wefugees.org*

Bei Geflüchteten, in Willkommens-Initiativen und bei vielen Ehrenamtlichen tauchen immer wieder dieselben Fragen auf: Wo finde ich rechtliche Unterstützung? Wie ist der Ablauf bei der Beantragung von Asyl? Wer gibt seriöse Informationen? Wefugee.org sammelt Fragen und Antworten und macht sie für alle zugänglich. Ehrenamtliche und Experten geben Antworten. In elf Kategorien, die von rechtlicher Beratung bis hin zu Informationen über Steuererklärungen, Wohnungssuche oder Freunde reichen, finden Ratsuchende Antworten auf ihre drängendsten Fragen.

Die Beiträge werden moderiert. Eingestellte Fragen werden ziemlich schnell beantwortet. Wie bei der Seite Gutefrage.net können auch hier Antworten danach bewertet werden, wie hilfreich sie sind. Bei allen Fragen und Antworten gilt das Many-to-many-Prinzip, das heißt, alle User können sich einklinken, es werden keine Einzelgespräche geführt. Wefugees wächst stetig und misst über 8.000 regelmäßige Nutzer im Monat – in Spitzenzeiten über 20.000.

Case #2: *Daheim*

Die Gründerin Madita Best hat in Frankreich studiert und kennt das Gefühl, in einem Land zu leben, deren Muttersprache sie nicht spricht. »Die internationalen Studierenden blieben oft unter sich, und es gab kaum Möglichkeiten, Französisch zu sprechen«, erinnert sie sich. Für Madita Best fehlte eine Plattform, durch die man mit Locals unkompliziert ins Gespräch kommen kann, flexibel, wann und wie oft man möchte. Die Idee für »Daheim« war geboren – eine Plattform, auf der Sprachen per Video-Call gelernt werden und Kontakte zu

Einheimischen entstehen. Als dann im Sommer 2015 viele Geflüchtete nach Deutschland kamen, nahm das Projekt Fahrt auf.

Sie brachte ein kleines Team zusammen, das gemeinsam begann, die Plattform zu konzipieren. Ein IT-Spezialist machte sich an die Umsetzung und baute innerhalb von zehn Monaten pro bono eine Videotelefonie-Plattform. Das Interesse an der Plattform und das Feedback aus den Unterkünften machten deutlich, dass eine niedrigschwellige Kommunikations-Plattform eine gute Ergänzung zu den klassischen Patenschafts-Initiativen war. So stehen die Sprachpraxis und der interkulturelle Austausch im Vordergrund der Plattform. Menschen, die ihre Deutschkenntnisse verbessern möchten, treffen auf Menschen, die sich zeitlich flexibel engagieren möchten: Begegnungen werden geschaffen, Gespräche entstehen. Manchmal ergibt sich ein regelmäßiger Kontakt, ein anderes Mal bleibt es bei einer einmaligen Konversation. Der Ort, an dem sich die jeweiligen Personen befinden, wird dabei nie offengelegt.

Case #3: Mundraub

Mundraub verbindet Menschen mit Obstbäumen. Auf der mundraub-Karte können essbare Landschaften kartiert und entdeckt werden, Aktionen organisiert, Gruppen gegründet oder mundraub-Touren angeboten werden.

Derzeit beteiligen sich rund 60.000 Online-Volunteers an der interaktiven Karte, auf der über 50.000 Fundorte eingetragen sind. Spannend ist neben dem Finden von gesundem Obst auch der soziale Aspekt, den Mundraub verfolgt. Über Ernte-, Pflanz- und Pflegeaktionen sowie über Entdeckertouren bringt die Online-Plattform deutschlandweit Menschen zusammen, die gemeinsam die Natur erleben und schützen.

Empirie des digitalen Ehrenamts

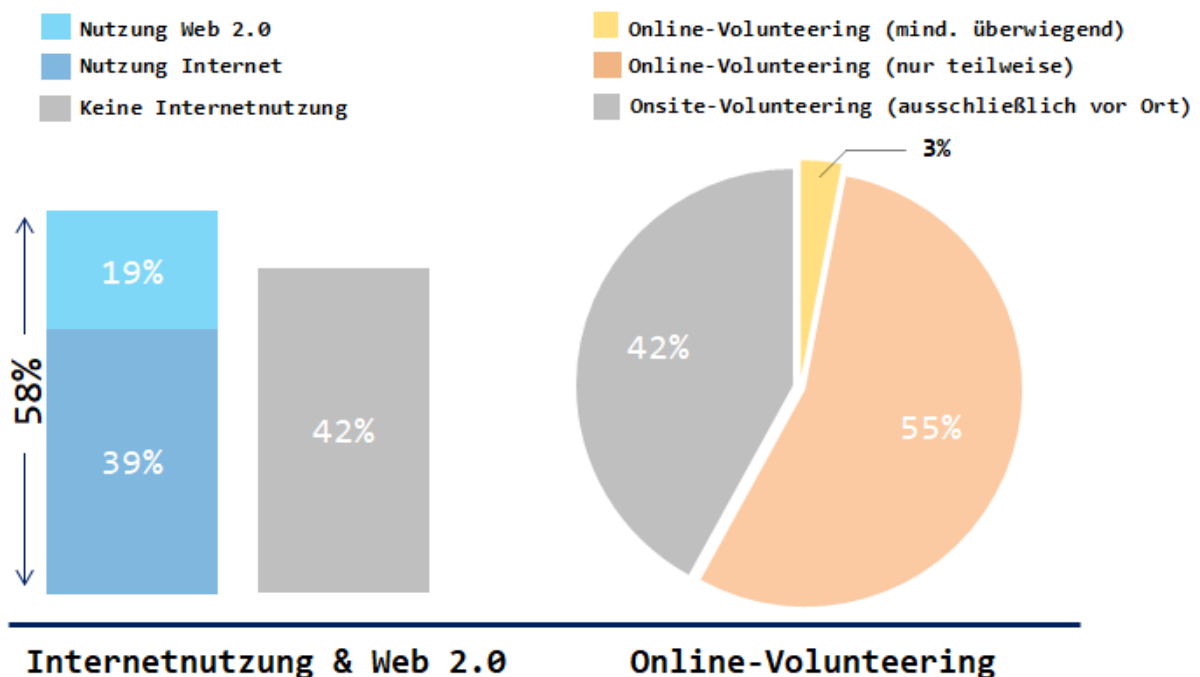
Bis hierher sollten Sie einen Eindruck davon bekommen haben, was digitales freiwilliges Engagement praktisch bedeuten kann. Praxisbeispiele eignen sich gut, um Einblicke in Neuland zu gewähren und die Phantasie zu beflügeln. Leider aber eignen sie sich weniger, um »Mentale Modelle« zu verändern, »die großen Einfluss darauf haben, wie wir die Welt [also auch die Praxisbeispiele] wahrnehmen und wie wir handeln« (Senge 2008: 17). Hier kann – das hoffen wir zumindest – die Empirie besser helfen. Lassen Sie uns nun also mit ein paar hartnäckigen Mythen aufräumen, die uns in den letzten Jahren immer wieder begegnet sind.¹

¹ Das Forschungsprojekt »Online-Volunteering in Deutschland« wurde von Hannes Jähnert als Citizen Science Projekt durchgeführt und online dokumentiert. Der Verlauf und die Ergebnisse des Projektes sind im Blog von Hannes Jähnert unter dem Schlagwort »ProjektFWS« dokumentiert (siehe Jähnert o.J.).

1. Online-Volunteering ist ein zu vernachlässigendes Nischenphänomen im freiwilligen Engagement der Deutschen.

Nach dem Hauptbericht des Freiwilligensurvey 2014, für den zum ersten Mal gefragt wurde, ob das Engagement »im Internet« stattfindet, sind in der Tat nur rund 3 Prozent der Freiwilligen in Deutschland ausschließlich oder überwiegend online engagiert (Hagen/Simonson 2016: 320). Der Schluss daraus, dass das Online-Volunteering »(noch) keine weit verbreitete Form des Engagements« (ebd.) sei, wird den tatsächlich erhobenen Daten allerdings nicht gerecht.

Zu ihrem zeitaufwändigsten Engagement wurden die für den Freiwilligensurvey Interviewten gefragt, ob ihr Engagement »ausschließlich oder überwiegend oder nur teilweise« im Internet stattfindet (ebd.: 303). Im Hauptbericht und im dazugehörigen Tabellenanhang fehlen allerdings die Angaben zu jenen, deren zeitaufwändigstes Engagement zumindest »teilweise« über das Internet geleistet wird – immerhin 55 Prozent der Engagierten.



Hannes Jähnert

Quelle: Freiwilligensurvey 2014, gewichtete Stichprobe, eigene Berechnung. Basis: Alle Engagierten (n = 11.799)

Grafik 1: Internet- und Social Media Nutzung sowie Online- und Onsite-Volunteering in Deutschland

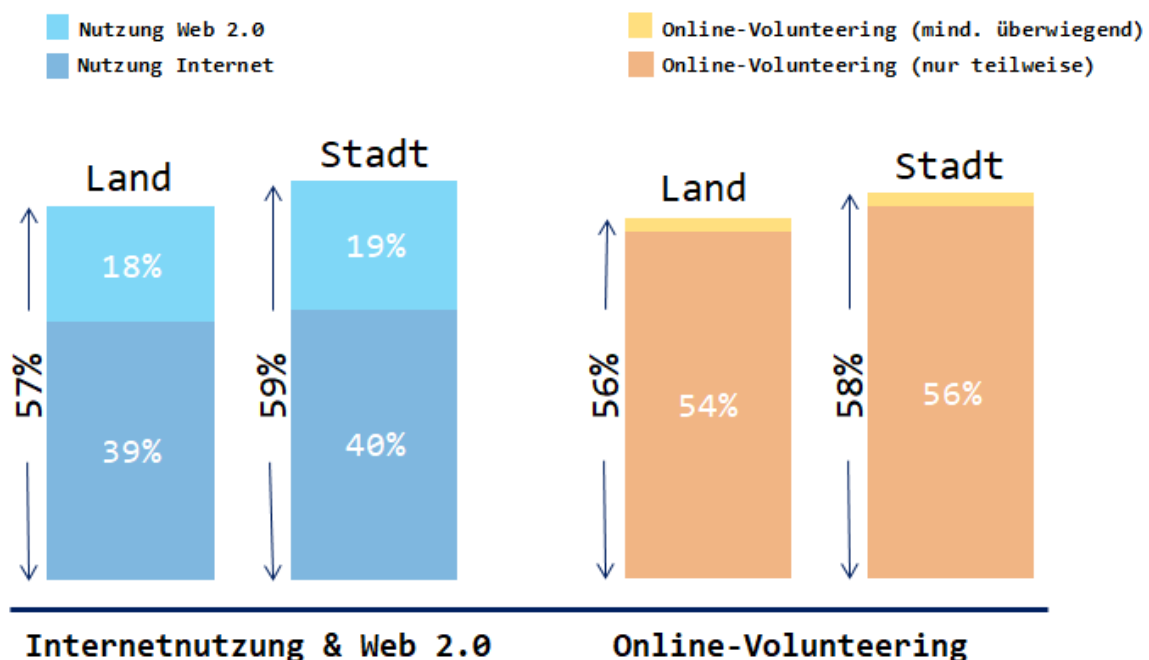
Bei der vollständigen Auswertung der zur Internet- und Social Media Nutzung im freiwilligen Engagement erhobenen Daten fällt auf, dass sich alle Befragten, die das Internet in ihrem Engagement nutzen auch mindestens teilweise über das Internet engagieren. Das Online-Volunteering ist dementsprechend kein Nischenphänomen, es ist selbstverständlicher Bestandteil modernen freiwilligen Engagements.

2. Online-Volunteering ist ein urbanes Phänomen. Im ländlichen Raum ist Engagement über das Internet gar nicht möglich.

Die aktuelle Diskussion über die Highspeed-Internet-Versorgung in Deutschland erweckt zuweilen den Eindruck, dass es überhaupt kein Internet auf dem Land gäbe. Nach dem Tätigkeitsbericht der Bundesnetzagentur allerdings können 98 Prozent der Haushalte in Deutschland mindestens einen 6 Mbit/s Breitbandanschluss nutzen, fast 100 Prozent sind mit mindestens einem 1 Mbit/s Anschluss versorgt (ebd.: 2015: 64).

Nun bereitet ein 6 Mbit/s Breitbandanschluss zwar kein besonders schnelles Surferlebnis, doch heißt das nicht, dass deshalb die Internet- und Social Media Nutzung oder das Engagement über das Netz unmöglich ist. Der IT-Report von Stifter-Helfen zeigt, dass im freiwilligen Engagement vor allem Standard-Anwendungen und Social Media Plattformen (Facebook, Youtube, Whatsapp usw.) sowie E-Mail und Cloudspeicher-Dienste genutzt werden (Frede/Kreidenweis/Röhl 2015) – das ist durchaus mit einem 1- bis 6-Mbit/s-Anschluss möglich.

Die Auswertung der Daten des Freiwilligensurveys 2014 bestätigt das. Die Quoten zur Internetnutzung im freiwilligen Engagement sowie zum Online-Volunteering unterscheiden sich im städtischen und ländlichen Raum nur wenig voneinander. Der Unterschied von jeweils etwa zwei Prozentpunkten dürfte wohl andere Gründe haben als die Breitbandversorgung (z.B. die Altersstruktur im freiwilligen Engagement auf dem Land).



Hannes Jähnert

Quelle: Freiwilligensurvey 2014, gewichtete Stichprobe, eigene Berechnung. Basis: Alle Engagierten (n = 11.799)

Grafik 2: Internet- und Social Media Nutzung sowie Online-Volunteering in städtischen und ländlichen Raum.

Gleichwohl das Internet auf dem Land häufig langsamer ist als in städtischen und stadtnahen Gegenden, ist das Engagement über das Internet prinzipiell möglich und wird auch praktiziert. Ein Grund dafür dürften die größeren Distanzen zwischen den Engagierten und die weniger dichte Verkehrsinfrastruktur sein. Doch gleichwohl das Online-Volunteering prinzipiell möglich ist, bleiben – und das ist nicht unwesentlich – datenintensive Anwendungen wie Video-Konferenz-Systeme oder Livestreaming-Dienste nur eingeschränkt oder gar nicht nutzbar. Das stellt durchaus eine Ungleichbehandlung von Engagierten in Stadt und Land dar, die sich negativ auf die Entwicklungschancen der organisierten Zivilgesellschaft auf dem Land auswirkt.

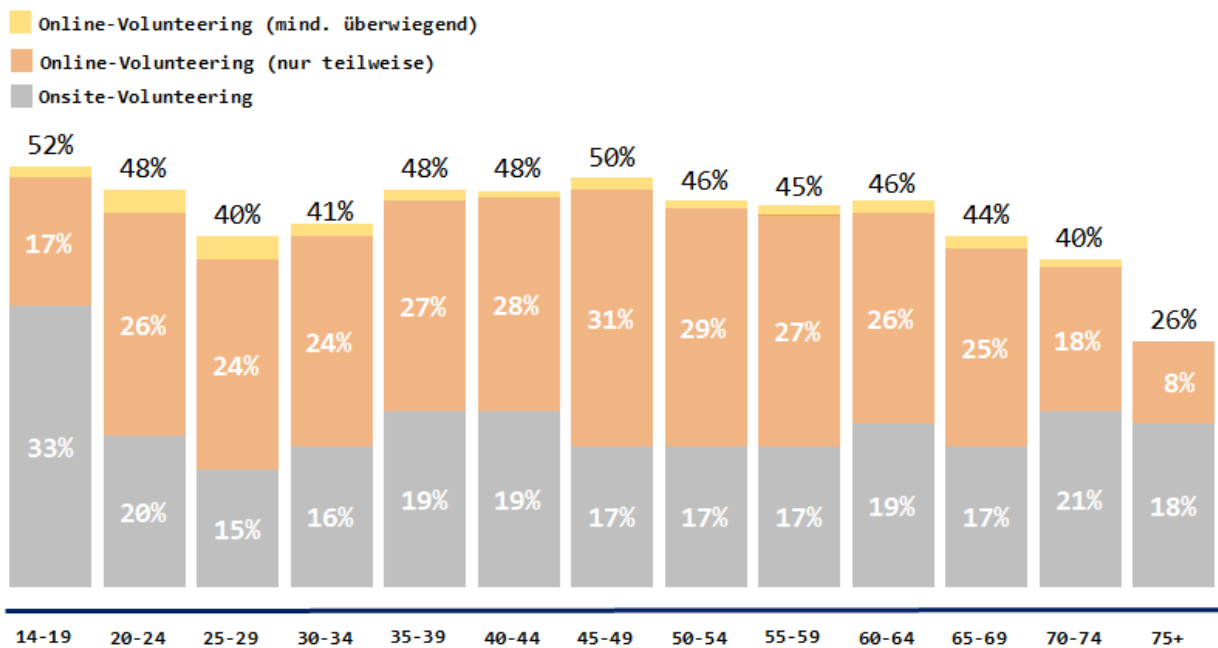
3. Online-Volunteering ist etwas für junge Menschen, Ehrenamt der Zukunft also.

Oben wurden bereits Christine Hagen und Julia Simonson zitiert: Sie schreiben im Hauptbericht zum Freiwilligensurvey, dass das Online-Volunteering »(noch) keine weit verbreitete Form des Engagements« ist (ebd. 2016: 320) und ergänzen in ihrem Fazit, dass der »etwas höhere Prozentsatz von ›Online-Volunteers‹ bei den jüngeren Engagierten [...] darauf schließen lässt, dass diese Form des sich Engagierens zukünftig noch an Bedeutung gewinnen wird« (ebd.: 330).

Die Autorinnen suggerieren hier, dass sich das freiwillige Engagement intergenerational (von Generation zu Generation) verändert und für das Online-Volunteering dementsprechend das freiwillige Engagement junger Menschen besonders spannend wäre. Damit sind sie in guter Gesellschaft! Das »neue freiwillige Engagement« der Jugend war im Diskurs um den neuerlichen Wandel des Ehrenamts der letzten Jahre recht präsent. Bei den wenigen Forschungsprojekten, die sich explizit der Digitalisierung des freiwilligen Engagements widmeten, standen besonders die Teenager im Fokus (bspw. Begemann et al. 2011).

Doch auch hier sprechen die Daten des Freiwilligensurvey eigentlich eine andere Sprache. Kurz gefasst: Teenager engagieren sich etwa so häufig über das Internet wie ihre Großeltern. Erst in den Altersgruppen der ab 20-Jährigen übersteigt die Zahl der Online-Volunteers die der vor Ort engagierten »Onsite-Volunteers«.

Die niedrige Zahl der Online-Volunteers unter den Teenagern lässt sich wahrscheinlich am besten mit dem geringeren Bedarf an Flexibilität von Schülerinnen und Schülern im Vergleich zu Studierenden, Berufseinsteigerinnen und -einsteigern oder jungen Eltern erklären. Das Online-Volunteering ist dementsprechend kein Jugendphänomen, sondern eine Möglichkeit das freiwillige Engagement flexibel mit den Anforderungen in Beruf und Familie zu vereinbaren. Sicher müssen die digitalen Möglichkeiten hierfür erst erkannt und der Umgang mit ihnen erlernt werden. Doch scheint das kein inter-, sondern ein intragenerationaler Prozess zu sein, der den Wandlungsschub des Ehrenamts noch etwas weiter beschleunigt.



Hannes Jähnert

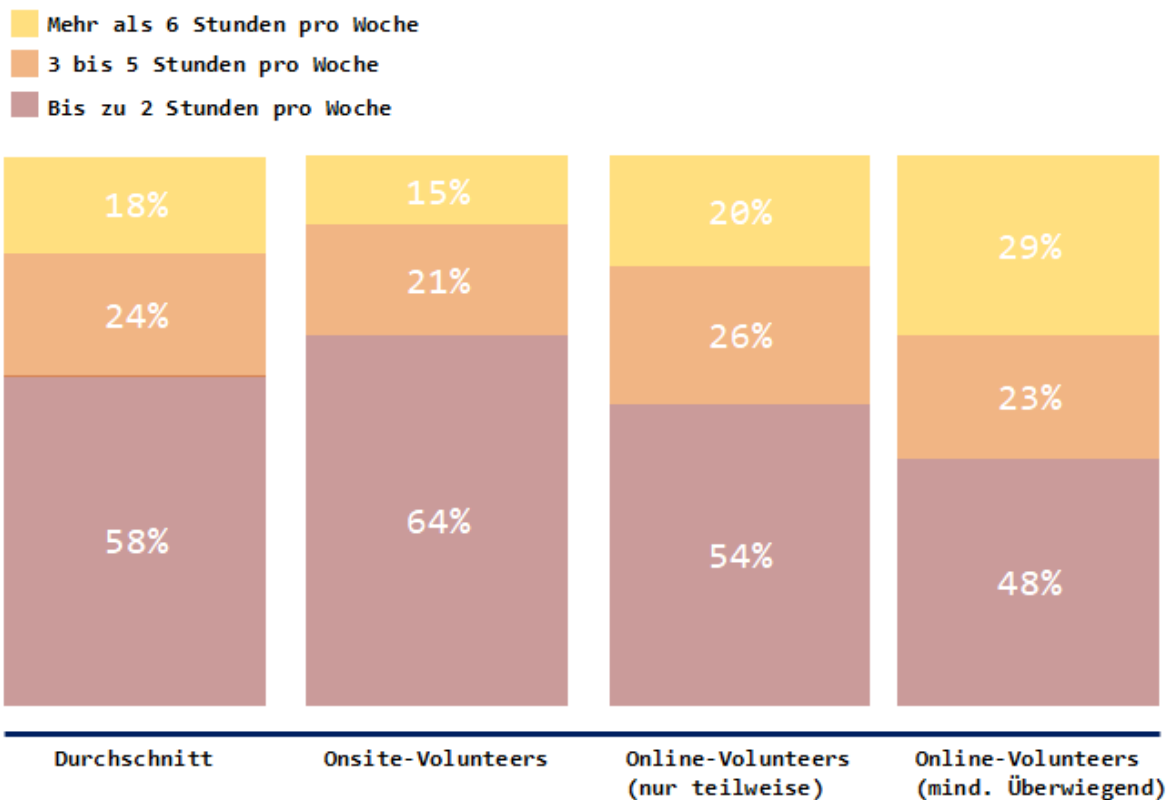
Quelle: Freiwilligensurvey 2014, gewichtete Stichprobe, eigene Berechnung. Basis: Alle Befragten (n = 28.689)

Grafik 3: Online- und Onsite-Volunteering in 13 Altersgruppen.

4. Online-Volunteering ist nicht mehr als Klickivismus, sporadisches Engagement von der Couch.

Mit einiger Besorgnis wurde in den letzten Jahren immer wieder sporadisches, unregelmäßiges Engagement thematisiert, das die Organisation freiwilligen Engagements besonders herausfordert. Mit dem Aufkommen der Sozialen Medien in Deutschland erwuchs daraus die Sorge einer weiter sinkenden Verbindlichkeit im freiwilligen Engagement. Mit dem Like auf Facebook – so der Tenor in den Debatten – lassen sich die Angebote vor Ort nicht aufrechterhalten.

Sporadisches, unregelmäßiges Online-Engagement müsste sich im wöchentlichen Zeitaufwand für das Engagement von Online- und Onsite-Volunteers niederschlagen. Im Freiwilligensurvey 2014 tut es das aber nicht. Ganz im Gegenteil! Es zeigt sich, dass Freiwillige, die sich zumindest teilweise über das Internet engagieren, überdurchschnittlich viel Zeit für ihr Engagement pro Woche aufbringen. Bei den Online-Volunteers, die sich ausschließlich oder überwiegend über das Internet engagieren, steigt der durchschnittliche Zeitaufwand pro Woche sogar noch weiter an.



Hannes Jähnert

Quelle: Freiwilligensurvey 2014, gewichtete Stichprobe, eigene Berechnung. Basis: Alle Engagierten (n = 11.799)

Grafik 4: Wöchentlicher Zeitaufwand von Online- und Onsite-Volunteers.

Dass das Online-Volunteering dem sporadischen Engagement »von der Couch« Vorschub leistet, kann anhand der Daten des Freiwilligensurveys nicht bestätigt werden. Eine mögliche Erklärung dafür könnte sein, dass das Internet im Engagement als Möglichkeit der räumlichen und zeitlichen Flexibilisierung genutzt wird, umso mehr Zeit in das Engagement investieren zu können.

Schlussbemerkung

Die Digitalisierung im freiwilligen Engagement und Ehrenamt bedeutet nicht, dass sich die Bürger- und Zivilgesellschaft in Nullen und Einsen auflöst. Mehr als die Hälfte der Ehrenamtlichen in Deutschland engagiert sich »nur teilweise« über das Internet und also: vorwiegend vor Ort. Die Begegnung »Face-to-Face« ist (noch) durch nichts zu ersetzen. Allerdings wird das weite Feld des freiwilligen Engagements und Ehrenamts in Deutschland und der Welt noch etwas bunter. Neue zivilgesellschaftliche Akteure, wie zum Beispiel Wefugees.org und Daheim, integrieren digitale Tools in ihr Community-Management und machen damit flexibles Online-Engagement möglich, das vor allem für Engagierte attraktiv ist, die auf flexible Rahmenbedingungen angewiesen sind.

An dieser Stelle könnten wir natürlich wieder das Lied vom »Freiwilligen-Markt« und von der Konkurrenz um die besten Köpfe anstimmen. Tun wir aber nicht! Der Kampf aller gegen alle erscheint uns, die wir uns seit vielen Jahren über das Internet und die sozialen Medien mit

anderen vernetzen, Wissen öffentlich teilen und viel voneinander lernen, eigentümlich antiquiert. Wir glauben, dass die Vernetzung die richtige Antwort auf die zahlreichen digitalen Herausforderungen ist – eine Vernetzung allerdings, die über bloße Konferenzbekanntschaften hinausgeht und sich bis weit in die alltägliche Kommunikation auf Social Media Plattformen, über Messenger und am Telefon erstreckt. Digitale Tools bieten dafür viele Möglichkeiten. Nutzen Sie sie!

Die empirischen Daten und ihre Auswertung wurden in gleicher Form bereits in den Europa-Nachrichten 4/2018 vorgestellt.

AutorIn

Hannes Jähnert ist Engagementblogger und Freizeitforscher, Themenpate Kommunikation im BBE und Referent für Soziale Innovation & Digitalisierung im Bundesverband des Deutschen Roten Kreuz.

Kontakt: kontakt@hannes-jaehnert.de

Twitter: twitter.com/foulder

Weitere Informationen: www.hannes-jaehnert.de

Katarina Peranic ist geschäftsführendes Vorstandsmitglied der Stiftung Bürgermut. Seit über 10 Jahren organisiert sie Wissens- und Projekttransfer in der Zivilgesellschaft mit Hilfe analoger und digitaler Format. Dafür steht das Stiftungsprogramm openTransfer.de

Kontakt: info@buerqermut.de

Twitter: twitter.com/buerqermut

Weitere Informationen: www.buerqermut.de

Quellen:

Bundesnetzagentur (2015): Tätigkeitsbericht Telekommunikation 2014/2015. Online in: https://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Downloads/DE/Allgemeines/Bundesnetzagentur/Publikationen/Berichte/2015/TB_TK_2015.pdf (Abruf: 31.05.2018).

Begemann, Maik-Carsten / Bröring, Manfred / Düx, Wiebken / Sass, Erich (2011): Jugendliche Aktivitäten im Wandel. Gesellschaftliche Beteiligung und Engagement in Zeiten des Web 2.0. Endbericht. Online in: http://www.forschungsverbund.tu-dortmund.de/fileadmin/Files/Freiwilliges_Engagement/Abschlussbericht_Engagement_2_0.pdf (Abruf: 31.05.2018).

Frede, Clemens / Kreidenweis, Helmut / Röhr, Petra (2015): IT-Report für Nonprofits 2015. München: Stifter-Helfen.net.

Hagen, Christine / Simonson, Julia (2016): Inhaltliche Ausgestaltung und Leitungsfunktionen im freiwilligen Engagement. In: Simonson, Julia / Vogel, Claudia / Tesch-Römer, Clemens (Hrsg): Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2014. Berlin: Springer VS, S. 299-332.

Jähnert, Hannes (ohne Jahr): ProjektFWS. Artikelsammlung zum Forschungsprojekt »Online-Volunteering in Deutschland«. Online in: <http://www.hannes-jaehnert.de/wordpress/tag/projektffws/> (Abgerufen: 31.05.2018)

Senge, Peter M. (2008): Die Fünfte Disziplin. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.

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