

„Online-Volunteering“ Thesen für das freiwillige Online-Engagement in Deutschland

In Deutschland engagieren sich cirka 23 Millionen Menschen freiwillig, öffentlich, unentgeltlich, gemeinnützig und vernetzt. Im Engagement finden Menschen nicht nur persönliche Bestätigung, Anerkennung, Sinn und Gemeinschaft, sie erlernen und trainieren auch Softskills, die in allen gesellschaftlichen Bereichen wichtig sind. Auch bilden Freiwillige durch ihr Engagement in vernetzten Gemeinschaften Sozialkapital, das nicht nur ihnen selbst bei der Verwirklichung ihrer Ziele hilft, sondern auch ein wertvolles Gut für die gesamte Gesellschaft ist.

Doch Freiwillige müssen sich nicht immer – und oftmals können sie es auch nicht – direkt in einer Organisation für etwas engagieren. Nicht nur das Menschen im Rollstuhl oder mit einer Sehbehinderung häufig Schwierigkeiten haben quer durch die Stadt zu fahren, um in einer Organisation zu arbeiten. Manchmal ist es auch die Zeit, die hoch qualifizierten Engagementwilligen fehlt um sich für ihre Ideale zu engagieren oder es sind die technischen Voraussetzungen (die Hard- oder Software), die den Freiwilligen in ihrer Organisation fehlen. Warum aber auch immer das Engagement über das Internet besser sein könnte als das vor Ort, persönlich in der Organisation; die Fragen, die wir uns hier stellen sind: Warum nicht Freiwilligen anbieten sich vom heimischen Computer oder von ihrer Arbeit aus zu engagieren? Warum nicht Freiwillige in ganz Deutschland oder auf der ganzen Welt suchen und so vielleicht den Wirkungskreis der eigenen Organisation ausweiten?

Um das freiwillige Engagement über das Internet, vom heimischen Computer oder vom Arbeitsplatz aus, ging es im Seminar „Online-Volunteering“ am 16. Februar 2009 in der Akademie für Ehrenamtlichkeit Deutschland (fjs. e.V) und beim Abendgespräch mit Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus Berlin in Kooperation mit dem Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE). Geladen war Frau Jayne Cravens, eine US-amerikanische Pionierin und anerkannte Expertin in diesem Bereich der Freiwilligenarbeit. Neben der Mitarbeit und Beratungstätigkeit für die Online-Freiwilligenplattform der Vereinten Nationen www.onlinevolunteering.org war sie ebenso Wegbegleiterin des US-amerikanischen Pilotprojektes Virtual Volunteering und Mitautorin des gleichnamigen Guide Books (2000), das sie derzeit gemeinsam mit ihrer Co-Autorin Susan J. Ellis überarbeitet.

Im Seminar, wie auch beim Abendgespräch ging es zunächst darum, was Online-Volunteering genau ist und welche Mythen sich um diesen in Deutschland noch sehr neuen Bereich der Freiwilligenarbeit ranken. Danach klärte Jayne Cravens verschiedene Fragen, die sich beim näheren Beschäftigen mit einem solchen Thema förmlich aufdrängen: Warum sollte sich eine Organisation die Mühe machen Freiwillige über das Internet zu involvieren? Was müsste sie dabei beachten? Wer Engagiert sich überhaupt über das Internet und vor allem für was und warum? Was sind positive, was negative Seiten des Online-Volunteering? Wie kann ein Online-Freiwilligenprogramm in einer Organisation gestartet werden? etc pp.

Diese Fragen sollen hier natürlich nicht noch einmal beantwortet werden. Doch sollen die Ergebnisse dieses Tages, der ganz im Zeichen eines der modernsten Bereiche des freiwilligen Engagements stand, thesenförmig zusammengefasst werden und damit Anstöße für Dritt-Sektor-Organisationen in Deutschland gegeben werden, sich mehr mit dieser Form des Engagements zu befassen und sie vielleicht auch in ihrer Organisation zu ermöglichen.

In den folgenden sechs Thesen finden sich zunächst Feststellung, die das Freiwilligenmanagement betreffen und dann diese, die sich um die strategische Ausrichtung der Organisationen drehen, die (Online-) Freiwilligenprogramme nachhaltig gestalten wollen. Die Thesen sind absichtlich nicht nummeriert, weil auf keinen Fall der Eindruck irgendeiner Wichtigkeit entstehen soll.

Thesen:

Freiwilligenarbeit über das Internet ist nicht neu – deren professionelles Management aber sehr wohl.

Das erste bekannte Projekt, das Freiwilligenarbeit über digitale Medien möglich machte und damit als Online-Engagementprojekt gelten kann, war das „freie Projekt Gutenberg“ des US-Amerikaners Michael Hart (www.gutenberg.org). Hart startete 1971 dieses Projekt um Publikationen, deren Copyright abgelaufen war oder nie bestand (Das ist in Deutschland übrigens per Gesetz ausgeschlossen!), zu digitalisieren und so der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Doch auch vor der Erfindung des Internet als World Wide Web, wie wir es heute kennen, gab es Freiwillige die ihre „Managerin“ oder ihren „Manager“ – die freilich früher so nicht genannt worden – nie zu Gesicht bekamen. Die Gebrüder Grimm bspw. warben ab 1838 um Schriftsteller aus dem damals deutschsprachigen Raum und baten sie ihnen per Post einzelne Zettel mit Worten, deren Bedeutung und Fundstelle zuzusenden. Diese Sammlung einzelner Worte und ihrer Bedeutung, kennen wir heute als das Grimm'sche „Wörterbuch der Deutschen Sprache“, eines der bedeutendsten Werke der deutschen Sprachgeschichte überhaupt.

Aber auch heute gibt es unzählige kleinere Projekte, die Freiwillige vom heimischen Computer oder vom Arbeitsplatz aus erledigen, die aber nicht als Online-Freiwilligenarbeit – oder überhaupt als Freiwilligenarbeit – wahrgenommen werden. (z.B. Chat- und Forenmoderation oder Einstellung von Neuigkeiten auf Vereinswebseiten usw.) Von eben solchen Projekten, die teilweise schon in der eigenen Organisation laufen, sollte ein Online-Freiwilligenmanagement ausgehen.

Organisationen, die ein Online-Freiwilligenprogramm aufbauen wollen, müssen genau dort starten, wo sie im Moment stehen.

Das freiwillige Engagement über das Internet kann nicht als gesonderter Bereich der Freiwilligenarbeit gesehen werden – es kann immer nur eine Erweiterung sein. Ohne Erfahrungen mit einem funktionierenden Engagementprogramm mit Freiwilligen vor Ort, ist es unmöglich ein funktionierendes – meint nachhaltiges (!) – Online-Freiwilligenprogramm zu starten. Es sind also zunächst die Freiwilligen vor Ort, die zum Engagement vom heimischen Computer aus motiviert werden sollten, nicht Engagementwillige, die noch niemand in der Organisation kennt.

Es gibt keine großen Unterschiede zwischen freiwilligem Online-Engagement und dem freiwilligen Engagement vor Ort in einer Organisation.

Beim Management des freiwilligen Online-Engagements gilt: "There is nothing virtual about that" (Ellis, Cravens 2000, S. 9). Die Freiwilligen, die sich über das Internet engagieren, sind keineswegs virtuell und auch die Arbeit der Freiwilligen ist es nicht. Der einzige Unterschied zwischen der Freiwilligenarbeit vor Ort und der über das Internet, finden sich in der Kommunikation mit den Freiwilligen – speziell in den Werkzeugen, die Kommunikation möglich machen. Wenn also im Management Freiwilliger vor Ort in einer Organisation immer wieder Probleme auftreten, werden genau diese Probleme im Freiwilligenmanagement Online-Engagierter Bürgerinnen und Bürger wieder auftreten. Online-Freiwillige müssen also, wie alle anderen Freiwilligen auch in die Organisation integriert sein, die Regeln befolgen und natürlich anerkannt werden.

Freiwilligenmanagerinnen und –manager müssen sich mit der Kommunikation über das Internet auskennen, bevor sie ein Online-Freiwilligenprogramm starten können.

Für die Kommunikation über das Internet, in der der einzige kleine Unterschied zum Freiwilligenmanagement vor Ort zu finden ist, ist es für Freiwilligenmanagerinnen und –manager unabdingbar sich mit der Kommunikationskultur (der sog. „Netiquette“) und den dazugehörigen Werkzeugen im Internet vertraut zu machen. Ohne die verinnerlichte Vertrautheit mit dieser Art von Kommunikation ist das Management von Freiwilligen über das Internet nicht möglich.

Übrigens: Ein Freiwilligenprogramm ist über das Internet, wie auch in der Organisation vor Ort, völlig sinnfrei und eine enorme Zeitverschwendung, wenn es keine Aufgaben gibt, deren Erledigung durch Freiwillige tatsächlich notwendig ist. Soll heißen, dass es nicht nur die Fähigkeiten der Freiwilligenmanagerinnen und –manager sind, die entwickelt werden müssen, es muss schon vorher darüber nachgedacht werden, was wollen, was können oder was sollen Freiwillige für die Organisation über das Internet machen?

Eine Strategie und feste, von allen Freiwilligen einsehbaren (!), Regeln sind die erste Voraussetzung für ein Freiwilligenprogramm – ganz speziell für ein Online-Freiwilligenprogramm.

1. Ohne die strategische Entscheidung der Organisation kann kein Freiwilligenprogramm initiiert werden. Wie auch die Entscheidung für oder gegen ein Freiwilligenprogramm mit Engagierten vor Ort, muss einem Online-Freiwilligenprogramm eine strategische Entscheidung zu Grunde liegen.
2. Feste Regeln für die Freiwilligenarbeit, die die Freiwilligen auch 100%ig kennen (!), sind – besonders für ein Online-Freiwilligenprogramm – sehr wichtig. Nur so kann nämlich sichergestellt werden, dass die Online-Freiwilligenarbeit für eine Organisation auch zum Nutzen dieser ist. Während man Freiwilligen nämlich, die sich vor Ort in einer Organisation engagieren, bei ihrer Arbeit auf die Finger schauen kann, ist dies bei Online-Freiwilligen nicht ohne weiteres möglich. Es gilt: „High tech, low touch“ (Ellis, Cravens 2000, S. 10).
3. Um keine Zeit und Energie an Online-Freiwillige zu verlieren, die ihr Engagement nicht wirklich ernst meinen, müssen hohe Schwellen eingerichtet werden. Eine niederschwellige Freiwilligenarbeit, wie sie bspw. in der Wikipedia praktiziert wird, ist zwar möglich, tendiert aber eher zum Nachteil für mehr traditionelle die Organisation des Dritten Sektors. Wenn schon im Rekrutierungsprozess hohe Schwellen für Engagementwillige impliziert werden, ist das Engagement derer, die sie überwinden, erfahrungsgemäß hoch und das Interesse an der Arbeit wie auch an der Organisation vorhanden.

Organisationen des Dritten Sektors müssen ALLE Freiwilligen als Spenderinnen und Spender wahrnehmen.

Um auf den Wandel des Ehrenamts hin zum freiwilligen Engagement bspw. in Form von Zeitspenden angemessen zu reagieren, sollten Organisationen des Dritten Sektors ihre Online-Freiwilligen und natürlich auch die Freiwilligen vor Ort als Spender und Spenderinnen wahrnehmen und adäquat auf sie reagieren. Organisationen des Dritten Sektors sollten also auf vier Kriterien einer spendenwerten Organisation* des 21. Jahrhunderts hinarbeiten:

1. *Offenheit*: Organisationen des Dritten Sektors in Deutschland müssen sich zum Dialog mit ihren Spender(innen) sowie mit ihrem Klientel öffnen um so am „Puls der Zeit“ zu bleiben und sich nicht in ihren eignen Vorstellungen über wünschenswertes und nicht erwünschte Entwicklungen stecken zu bleiben.
2. *Integrationsfähigkeit*: Organisationen des Dritten Sektors in Deutschland müssen sich von engagierten Bürgerinnen und Bürgern auch ein Stück weit mit gestalten lassen, wenn sie im Sinne einer vitalen Bürgergesellschaft freiwilliges Engagement voran bringen wollen.
3. *Transparenz*: Organisationen des Dritten Sektors in Deutschland müssen nicht nur nach außen hin kommunizieren, dass sie gutes tun. Corporate Verlautbarungen müssen sich auch in dem wieder finden, was der Bürger oder die Bürgerin – also potentielle Zeitspender(innen) – wirklich wahrnehmen können.
4. *Responsivität*: Organisationen des Dritten Sektors in Deutschland – speziell solche, die mit Freiwilligen erfolgreich arbeiten wollen – müssen ein System der unmittelbaren Rückmeldung implizieren um freiwillig Engagierten die „Früchte ihrer Arbeit“ unmittelbar vor Augen zu führen und sie auch so weiterhin zum freiwilligen Engagement zu motivieren.

*Auch wenn diese Punkte weder im Seminar Online-Volunteering, noch im Abendgespräch explizit aufgezählt wurden, wurden sie doch immer wieder angesprochen und werden hier lediglich so verdichtet dargestellt, wie ich sie am Anfang Februar 2009 gemeinsam mit Brigitte Reiser diskutierte.

Quellen:

Ellis, Susan J., Cravens, Jane (2000). **"The Virtual Volunteering Guidebook. How to Apply the Principles of Real-World Volunteer Management to Online Service"**. Palo Alto.
(Online in: <http://www.serviceleader.org/new/documents/vvguide.pdf>)

Online-Quellen

www.blogs.forumer.com/jcravens (Jayne Cravens' Weblog, englisch)
www.blog.nonprofits-vernetzt.de (Dr. Brigitte Reisers Weblog, deutsch)
www.coyotecommunications.com (Website Jayne Cravens mit Kontaktdaten, englisch)
www.foulder.blogspot.com (Hannes Jähnerts Weblog, deutsch)
www.serviceleader.org (Materialsammlung zum Online-Volunteering der Universität Austin, englisch)