

Das bürgerschaftliche Engagement ist flach

Das Management des Online-Volunteerings

von Waltraud Seifert und Gerd Placke

Heinz Janning zum 60. Geburtstag gewidmet:

Dem Kollegen, dem Mentor, dem langjährigen Freund.

"I'm still amazed at the commitment, loyalty and desire of complete strangers to contribute to an organization they will never see." Randy Tyler¹

Zusammenfassung

Der folgende Artikel beschäftigt sich mit einem in Deutschland noch weitgehend unbekanntem Phänomen: Mit dem Phänomen des freiwilligen Engagements von Menschen, die für gemeinnützige Organisationen unter Zuhilfenahme der technischen Möglichkeiten des Internets tätig sind. Die Gemeinwohlorganisation, deren Mitarbeiter und Klienten treffen sie dabei nur in seltenen Fällen von Angesicht zu Angesicht. Im anglo-amerikanischen Sprachraum stellt dieses Engagement bereits eine gängige Form freiwilligen Tätigseins dar, ist in Managementsysteme freiwilligen Engagements integriert und firmiert dort unter Namen wie „online volunteering“ oder „virtual volunteering“. Die Autoren stellen in den Mittelpunkt, wie Non-Profit-Organisationen aller Couleur über das Internet zusätzliche Ressourcen zielbewusst und langfristig für sich erschließen können. Sie gelangen zum Ergebnis, dass Online-Volunteering keine Kompensation für Aktivitäten vor Ort ist. Vielmehr beinhaltet es alle wesentlichen Merkmale, die den Kriterien zeitgemäßer freiwilliger Aktivitäten entsprechen. Online-Volunteering ist ein Ausdruck für den sich fortsetzenden Strukturwandel des Ehrenamts.

¹ Online-Volunteering-Koordinator von Macdonald Youth Services in Winnipeg, Kanada

Einleitung

„Das Internet als technologische Infrastruktur einer vernetzten Gesellschaft wird immer greifbarer. Dabei fungiert das Netz nicht einfach als ein weiteres Informations- und Kommunikationsmedium neben Telefon oder Fernsehen. Das Internet ist anders – es wird zu einem neuen sozialen Handlungsraum.“²

Über das Internet kann man Freunden E-Mails schreiben, sich über Bahnverbindungen informieren, ein Sofa kaufen, den Partner fürs Leben finden, das Hotel des letzten Urlaubs bewerten, seiner Meinung Gehör verschaffen, sich Informationen schicken lassen – die Möglichkeiten des Internets werden immer vielfältiger. Schnellere Verbindungen bei fallenden Preisen sind die Grundlage für immer größere Datenmengen, die up- und downgeload werden, um Blogs (Internettagebücher) und Podcasts³ etc. zu lesen – bzw. zu hören und sehen – und zu erstellen. Im sogenannten Web 2.0⁴ – dem ‚sozialen‘ Web – ist es einfach, sich zu beteiligen, ohne über umfassende Computerkenntnisse (bzw. Soft- oder Hardware) zu verfügen. Auch direkte politische Partizipation ist mit den neuen technischen Verfahren umzusetzen. Mit einem Klick kann man sich an Kampagnen beteiligen, und durch die tausendfache Vervielfachung von anderen Usern entstehen öffentlichkeitswirksame soziale Bewegungen.⁵

Im vorliegenden Artikel soll es jedoch nicht um Beteiligung *im* Internet, sondern um Beteiligung in Gemeinwohlorganisationen unter Nutzung der technischen Möglichkeiten des Internets gehen. Unterstützung über den neuen sozialen Handlungsraum des Internets können gemeinnützige Organisationen auch hierzulande in vielfacher Hinsicht für ihre Zwecke nutzen. Wie das funktionieren könnte, ist für die allermeisten Organisationen im

² A. Boes, A. Hackett, T. Kämpf, K. Trinks, 2006

³ „Podcasting bezeichnet das Produzieren und Anbieten von Mediendateien (Audio oder Video) über das Internet. Das Kofferwort setzt sich aus den beiden Wörtern iPod und Broadcasting (engl. für „Rundfunk“) zusammen. Ein einzelner Podcast ist somit eine Serie von Medienbeiträgen (Episoden), die meistens in einem Newsfeed [...] automatisch bezogen werden können.“ (www.de.wikipedia.org: Artikel Podcasting, Zugriff 12.11.2006)

⁴ „Web 2.0 ist ein Oberbegriff für die Beschreibung einer Reihe neuer interaktiver Techniken und Dienste des Internets – speziell des WWW – und einer geänderten Wahrnehmung des Internets.“ (www.de.wikipedia.org: Artikel „Web 2.0“, Zugriff 20.10.2006; WWW steht für WorldWideWeb) Im Vordergrund steht die Vernetzung der Nutzer. Menschen mit gleichen Interessen bilden Communities im Netz. Wichtige Protagonisten des Web 2.0 sind MySpace.com, Flickr und OpenBC/Xing. (vgl. F.A.Z. vom 08.05.2006, 23)

deutschsprachigen Raum jedoch noch ein Buch mit sieben Siegeln. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, einige dieser verborgenen Möglichkeiten aufzudecken.

Der gemeinnützige Sektor im anglo-amerikanischen Raum macht es uns vor: Dort sind ‚virtuelle Freiwillige‘ im Freiwilligenmanagement eine feste Größe. Ihre Aufgaben sind es, Websites zu erstellen, Übersetzungen anzufertigen, Recherchearbeiten im Internet durchzuführen, Beratungen in Foren oder per E-Mail zu leisten und vieles mehr. Damit ist umschrieben, was Online-Volunteering ist: „Virtual Volunteering‘ refers to volunteer tasks completed, in whole or in part, via the Internet and a home or work computer. It’s also known as online volunteering, cyber service, telementoring, teletutoring and various other names.”⁶

Diese Arbeit wird darstellen, wie NPO über Online-Volunteering⁷ und das Internet zusätzliche Ressourcen für sich erschließen können. Wir wenden uns dabei an zwei Adressaten: Zum einen an Interessierte des Freiwilligenmanagements, denn die zielbewußte und langfristige Integration der Online-Volunteers steht im folgenden im Mittelpunkt.⁸ Zum anderen an diejenigen, die sich näher über die Perspektiven des bürgerschaftlichen Engagements im Blick auf die Möglichkeiten des Internets informieren wollen.

Experten sprechen davon, daß der Zugang zu Wissen und nicht Besitz für viele Lebensbereiche immer relevanter wird.⁹ Dementsprechend wichtiger wird es in unserer Gesellschaft, informiert zu sein, sich der Zunahme von Kommunikation und inhaltlicher Komplexität zu stellen, die das Internet hervorruft. Es ist eine bedeutsame Anforderung für NPO, sich dieser digitalen Welt zu stellen und die neuen Technologien in ihren Arbeitsalltag zu integrieren, denn wenn sich NPO nicht um diese digitale Welt kümmern, ist es ein Desinteresse, das die eigene Zukunftsfähigkeit in Frage stellt. Als Argument gegen diese Be-

⁵ vgl. Leggewie, 2003

⁶ Ellis, Cravens, 2000, 1

⁷ In der vorliegenden Arbeit werden unter anderem die folgenden Begriffe synonym verwendet: Online-Volunteering, Virtual Volunteering, digitales Ehrenamt, virtuelles Ehrenamt. Nicht-digitales Engagement ist im Englischen offline volunteering bzw. onsite volunteering. Das gleiche gilt für Wortverbindungen mit ‚volunteer‘.

⁸ Wir möchten darauf hinweisen, daß es unseres Wissens im deutschsprachigen Raum kaum Darstellungen zum freiwilligen Engagement im Internet gibt, weder online noch offline. Die Arbeit beruht aus diesem Grund weitgehend auf Internetrecherche. Alle wesentlichen Informationen verdanken wir kanadischen und US-amerikanischen Internetadressen, die wir im Anhang zur Arbeit angeben werden.

hauptung wird oft angeführt, daß das Internet gesellschaftlichen Zusammenhalt gefährde, weil es die Menschen vereinzele. Zwar ist diese These teilweise zutreffend, Tatsache ist aber auch, daß der Computer neue Verbindungen schafft, weil man nun vielleicht nicht mehr Mitglied in einem Verein, dafür aber Mitglied in einer bestimmten Netzcommunity ist. Gemeinnützige Organisationen sollten sich diesen Veränderungen stellen und ihre traditionellen Strukturen mit den neuen des Internets koppeln. Auf diese Weise könnten die problematischen Tendenzen, die das Internet hervorruft, eingedämmt werden und neue Verbindungen für das Gemeinwohl geschaffen werden – Online Volunteering ist hierfür ein Beispiel.

Der Titel zur Arbeit ist dem Bestseller von Thomas L. Friedman „Die Welt ist flach“ entlehnt.¹⁰ In diesem Buch vertritt er die Hypothese, daß heute durch die Nutzung des Potentials der neuen Technologien „mehr Menschen als jemals zuvor mit anderen Menschen in immer mehr Winkeln der Erde in Echtzeit zusammenarbeiten“ können. Diese Behauptung, die er für das globalisierte Arbeitsleben entwickelt, gilt auch zunehmend für das bürger-schaftliche Engagement. Die kanadische Gemeinwohlorganisation MacDonald Youth Services arbeitet beispielsweise mit dem Motto: “Make a difference from a distance.”

Online Volunteering und das Management des virtuellen Engagements

Interessant an Online-Volunteering ist die Tatsache, daß es Organisationen zusätzliche Möglichkeiten gibt, ihre Aufgaben zu bewältigen. Zum einen durch Menschen, die entweder an ihr Zuhause gebunden sind (behinderte Menschen, Frauen und Männer in Erziehungszeiten etc.) oder in anderen Regionen oder gar Kontinenten leben, die aber ein Interesse an den Zielsetzungen des Vereins bzw. an der eigentlichen Aufgabe haben. Zum anderen durch Menschen, die sich schon lange vor Ort engagieren, zusätzlich aber nun auch Arbeiten an ihrem eigenen Rechner durchführen und per Internet schicken.¹¹ Auf diese Weise bietet Online-Volunteering die Chance, auf Technologien Zugriff zu haben, die sich die meisten gemeinnützigen Organisationen nicht leisten könnten. Man stelle sich vor, ein Online-Volunteer erstellt ein Plakat mit einem Desktop-Publishing-Programm und

⁹ Wittmann, 2006, 209

¹⁰ Vgl. Friedman, Th. L., 2006, 18

¹¹ vgl. Cravens, J., Myths of Online Volunteering
www.coyotecomunications.com/volunteer/ovmyths.html, Zugriff 28.12.2006

stellt es der Organisation als PDF-Datei zur Verfügung. So erhält die Organisation ein professionell gestaltetes Plakat, ohne die kostspielige Software dafür erwerben zu müssen.

Wie können sich NPO nun diese Ressource erschließen? Welche technischen Voraussetzungen müssen vorhanden sein? Wo liegen die Unterschiede und Parallelen zwischen 'normalem' Freiwilligenmanagement und Management von Online-Volunteers?

Technische Voraussetzungen

Im Prinzip benötigt ein Freiwilligenkoordinator für Online-Volunteering lediglich einen Internetanschluß mit der Möglichkeit, per E-Mail zu kommunizieren. Als Freiwilligenkoordinator sollte man jedoch möglichst stets den geeigneten Kommunikationskanal auswählen, um mit den virtuellen Freiwilligen zu kommunizieren. Dabei sind die technischen Voraussetzungen auf beiden Seiten natürlich zu berücksichtigen. Allerdings wird es heutzutage immer leichter – sprich: finanziell erschwinglicher –, die technischen Voraussetzungen selbst für Videokonferenzen bereitzustellen. Wenn die Ansprüche an die Bildqualität nicht zu hoch sind, erhält man eine Webcam, die man für die Übertragung von Bildern für Videokonferenzen benötigt, schon für weniger als 20 €. Es gibt sie sogar mit Mikrofon und Headset ausgestattet, so daß auch die Tonübertragung möglich ist und man auf den Kauf weiterer Einzelteile verzichten kann. Mit dieser Ausrüstung kann man auch über das Internet kostenlos telefonieren, z. B. mit dem Anbieter Skype. Ob man dann mit oder ohne Bild kommunizieren will, kann man selbst entscheiden.

Was die Bandbreite der Internetverbindung angeht, ist ein schneller Breitbandanschluß sicherlich wünschenswert. Aber selbst Telefonieren über das Internet ist auch schon mit ISDN möglich. Tatsache ist aber, daß die neuen Möglichkeiten des Web 2.0 am besten mit den schnellen DSL-Verbindungen genutzt werden können.

Wer gar nicht weiß, wo und wie er anfangen soll, findet im Internet selbst gute Unterstützung, um sich mit den verschiedensten Techniken vertraut zu machen, die irgendwie mit dem Internet zu tun haben. Die Internetsite www.digitale-chancen.de informiert auf Deutsch u. a. über die digitale Spaltung, Barrierefreiheit und andere Themen wie auch Technik und verweist an einigen Stellen auf die US-amerikanische Website www.TechSoup.org. TechSoup ist speziell für Nonprofit-Organisationen konzipiert und erklärt neben vielen anderen Themen so praktische Anwendungen wie:

- Welches **Bildformat** wähle ich, wenn ich Photos in Online- oder Print-Publikationen einbinden möchte?

- Wann ist es für eine NPO sinnvoll, **Wikis**¹² zu nutzen? Und wie macht man das?
- Sollten wir auf unserer Website eine **Suchfunktion** installieren? Und wenn ja, wie geht das?

Darüber hinaus findet man zu den verschiedenen Technikanwendungen zahlreiche Erfahrungsberichte von anderen NPO, die eine Entscheidungsfindung für oder gegen eine neue Methode leichter machen.

Im Blick auf alle technische Sicherheitsfragen ist es unerlässlich für eine Organisation, sich stets auf dem neuesten Stand der Technik zu bewegen und nicht eher mit einem Internet-Freiwilligenprogramm zu starten, bis sie alle diesbezüglichen Fragen für sich geklärt hat.

Kommunikation über das Internet

Die Kommunikation erfolgt im Management des Online-Volunteerings in der Regel nur über Medien und nicht *face-to-face* und bedarf deswegen besonderer Aufmerksamkeit: „Bei elektronischer Kommunikation kann es im Vergleich zu einem persönlichen Gespräch bis zu vier Mal länger dauern, um die gleiche Zahl an Nachrichten auszutauschen. Das liegt auch daran, dass nonverbale Botschaften wie Mimik und Gestik bei persönlichem Austausch bis zu 63 Prozent der Bedeutung transportieren.“¹³

E-Mail ist wohl das erste, was einem einfällt, wenn man über Kommunikationswege per Internet nachdenkt. E-Mail ist auch eine der Hauptnutzungsarten des Internets überhaupt. Doch ist sie nicht für jedes Anliegen der ideale Kommunikationsweg. E-Mail-Kommunikation ist eine asynchrone Kommunikation, und was für den einen Fall ein Manko ist, daß man den Nachrichtempfänger nicht unbedingt sofort erreicht, ist für den anderen Fall durchaus ein Vorteil, denn die Nachricht ist auch noch da, wenn der Empfänger zu einem späteren Zeitpunkt den Moment findet, seine Nachricht zu lesen und zu bearbeiten. Zudem werden unangemeldete telefonische Anrufe vielfach als aufdringlich empfunden, bei der E-Mail-Kommunikation kann jeder für sich leichter entscheiden, wann er erreichbar sein möchte.

¹² Ein Wiki ist eine Seitensammlung, die im WorldWideWeb verfügbar ist und von den Benutzern nicht nur gelesen, sondern auch bearbeitet werden kann. Das wohl bekannteste Beispiel ist Wikipedia. (vgl. <http://de.wikipedia.org>, Artikel Wiki, Zugriff 29.12.2006)

¹³ Cisco Systems, 2006

Jeder Kommunikationsweg hat also im Freiwilligenmanagement der Online Volunteers seine Vor- und Nachteile und sollte nach dem Anliegen ausgewählt werden. Braucht man eine direkte Rückmeldung für ein Anliegen, sollte man sich auf eine E-Mail allein nicht verlassen. Der Empfänger der Nachricht ist nicht unbedingt online und ruft sein E-Mail-Konto ab, wenn man auf seine Antwort wartet. Da sollte man auf einen Kommunikationsweg zurückgreifen, bei dem die Unmittelbarkeit hoch ist. Randy Tyler, der Freiwilligenkoordinator von Macdonald Youth Services, nutzt beispielsweise den Anbieter Skype für kostenfreies Telefonieren über das Internet, um mit virtuellen Freiwilligen in anderen Ländern komplexe Sachverhalte möglichst schnell zu klären. Denn Brainstorming am Telefon ist ein nicht zu unterschätzendes Mittel bei der kreativen Arbeit und funktioniert bei synchroner Kommunikation am effektivsten.¹⁴

In einer von dem arbeitspsychologischen Institut Pearn Kandola erarbeiteten Studie mit dem Thema *The Psychology of Effective Business Communications in Geographically Dispersed Teams* wird hervorgehoben, daß bei der virtuellen Zusammenarbeit Regeln über die Kommunikation aufgestellt werden sollten, wie Festlegung der Reaktionszeiten auf Nachrichten oder die Häufigkeit der Kommunikation.

Der Mensch neigt dazu, persönliche Beziehungen auch in der zunächst unpersönlichen Umgebung des Internets aufbauen zu wollen. Die Effektivität der Arbeitsleistung eines Teams erhöht sich, wenn das Vertrauen unter den Teammitgliedern hoch ist. Und dies erreicht man durch eine „Rich-Media-Kommunikation“, die durch den Einsatz von Bild und Ton sowohl die inhaltliche als auch die persönliche Ebene anspricht. Die persönliche Ebene drückt sich am unmittelbarsten durch nonverbale Kommunikation aus, die in E-Mails nicht vorkommt. Für die effektive Teambildung wird daher empfohlen, gerade zu Beginn der Teamarbeit auch mit Videokonferenzen zu arbeiten, so daß sich die Teammitglieder schnell untereinander kennenlernen und Vertrauen aufbauen können.¹⁵ Ein weiterer Kommunikationsweg ist ein Wiki, über den sich die Benutzer auch Nachrichten schreiben können.

Neben all diesem gibt es noch die ‚Netiquette‘. Schon relativ früh wurden diese Regeln für Internetkommunikation aufgestellt.¹⁶ Sie sind nicht verbindlich, in jeder Community kann

¹⁴ vgl. Tyler, 2006

¹⁵ vgl. Pearn Kandola, 2006, 3

¹⁶ z. B. <http://tools.ietf.org/html/rfc1855> (Englisch, von 1995) oder <http://www.netplanet.org/netiquette/> (Deutsch)

es zu anderen Regeln kommen, aber jeder Freiwilligenkoordinator sollte sich über diesen „Knigge“ der Internetkommunikation gut informieren.

Bedarfseinschätzung und Programmplanung¹⁷

Hat eine Freiwilligenorganisation die Entscheidung getroffen, Online-Volunteering zu integrieren, gilt es, die gleichen Vorarbeiten zu leisten wie es beim üblichen Freiwilligenmanagement der Fall ist. Das heißt, die internen Regeln, die eine Einrichtung für die Arbeit mit Freiwilligen vorhält, müssen um die Voraussetzungen der Arbeit mit virtuellen Freiwilligen erweitert werden. Das betrifft z. B. die Erstattung von Auslagen oder die Gründe für eine Beendigung der Tätigkeit. Grundsätzlich sollten die Regeln für alle Freiwilligen gleich sein, es sei denn, Unterschiede lassen sich gut begründen. Die aus diesen Regeln entstehenden Leitlinien der Zusammenarbeit mit Freiwilligen sollten unbedingt auf der Organisationsseite ins Internet eingestellt werden und im laufenden Prozeß des Arbeitens mit virtuellen Freiwilligen ständig veränderbar sein. Diese Leitlinien können eine Begleitung für ein effektives Projektmanagement sein und dabei Konfliktrisiken des Vereins minimieren.

Wie im traditionellen Freiwilligenmanagement wird es also auch hier eine Frage sein, unter welchen Umständen man sich von einem Unterstützer verabschieden muß. Je nachdem, wie der Rahmen der Möglichkeiten für Freiwillige im Verein gesteckt wird, sollte man Aussagen dazu machen, was der Freiwillige eigenständig veröffentlichen darf, daß der Freiwillige die Organisation nicht absichtlich falsch darstellen darf oder vertrauliche Informationen nicht weitergibt. Vielleicht ist auch die Nennung einer Altersgrenze notwendig. Des weiteren kann es darum gehen, wer die Rechte an den erstellten Präsentationen, Videos, Übersetzungen, Datenbanken und anderes mehr hat. Und schließlich kann hier darüber aufgeklärt werden, wie der einzelne Freiwillige seine Daten auf dem eigenen PC sichern kann und soll.¹⁸

Cravens weist deutlich darauf hin, daß die Entscheidung zum Online-Volunteering mit einer großen Investition von Zeit verbunden ist – ganz unabhängig davon, daß zu Anfang auf jeden Fall überaus viel Pionierarbeit zu leisten ist, die stets mit einer hohen Fehlerquote verbunden sein kann. Die Besonderheit des Arbeitens im Internet ist dabei, daß das

¹⁷ Wir folgen hier und im folgenden weitgehend der Einteilung von Biedermann, 2000, die sich wiederum auf die amerikanischen Autoren McCurdy/Lynch bezieht.

¹⁸ Auch die Organisation muß in Sicherheitsfragen immer auf Stand bleiben und kann dies als Selbstverpflichtung auf die Internetseite stellen.

Internet zunächst unpersönlich ist. „High tech – low touch.“¹⁹ Dies verlangt ein besonderes Verständnis für die neuen Medien und vielleicht ein besonderes Faible beim Freiwilligenkoordinator für diese Dinge. Aber auch beim pragmatischen Herangehen an das Thema sind Sensibilität und ggf. ein besonderes Training notwendig.

Die eigentliche und umfangreichste Arbeit für die Organisation ist es, sich ein Konzept zur Frage zu erarbeiten, bis zu welchem Grad sie das Internet in die Arbeit der Organisation integrieren möchte. Nach Ellis und Cravens gibt es fünf verschiedene Ebenen:

1. Ebene: Informationsbeschaffung aus dem Internet;
2. Ebene: Interaktion der Organisation mit Individuen im Internet;
3. Ebene: Informationen ins Internet stellen;
4. Ebene: Das Internet in die tägliche Arbeit des Freiwilligenmanagements integrieren;
5. Ebene: „Virtual volunteering“²⁰

Auf der 1. Ebene informiert sich die Organisation im Internet, z. B. über Modellprojekte oder über Entwicklungen in ihrem Bereich. Dabei nutzt sie die verschiedenen Möglichkeiten der Internetrecherche, wie u. a. auch Newsletter.

Die 2. Ebene ist dadurch gekennzeichnet, daß eine Organisation den systematischen Austausch mit Menschen im Internet sucht. Das geschieht durch E-Mail-Kommunikation, also direkten E-Mail-Austausch, aber auch durch die Nutzung von Newsgroups oder Foren. Durch die letztgenannten Wege spricht man immer gleich mehrere Nachrichtempfänger an, nämlich alle anderen, die ebenfalls in der Newsgroup sind oder das Forum lesen und kann dort Fragen stellen/beantworten und Rat einholen bzw. Rat geben.

Auf der 3. Ebene stellt man eigene Informationen ins Internet. Das geschieht z. B. über den eigenen Webauftritt, oder das Einstellen von Informationen bei einer anderen geeigneten Website mit dem Ziel, das Freiwilligenprogramm der Organisation bekannter zu machen, für die Einrichtung tätige Freiwillige anerkennend herauszuheben und um neue Freiwillige anzuwerben. Das kann auch bedeuten, daß – je nachdem, in welchem Bereich

¹⁹ Ellis, Cravens, 2000, 10

²⁰ Ellis, Cravens, 2000, 10 – 15

die Einrichtung arbeitet – man kurze Texte mit Tips und Ratschlägen verfaßt und bei einer anderen Seite mit einem Link auf die eigene Website veröffentlichen läßt, um so eine breitere Öffentlichkeit und neue Freiwillige zu gewinnen.

Auf der 4. Ebene nutzt man das Internet täglich für die Unterstützung des Freiwilligenmanagements. Z. B. um Freiwillige zu gewinnen, indem man in einer Newsgroup oder in Blogs Menschen mit bestimmten Kenntnissen anspricht, oder in diversen Internetdatenbanken Tätigkeitsprofile einstellt. Durch E-Mails mit interessanten Neuigkeiten oder der Einladung zu Feedback etc. kann man die Motivation der Freiwilligen stärken. Man könnte einen Internet-Newsletter herausgeben oder den Austausch der Freiwilligen untereinander durch eine selbstangelegte Newsgroup oder verabredetes Instant Messaging fördern. Ellis und Cravens regen auch zu E-Learning an: Eine Einrichtung stellt Lehrmaterial paßwortgeschützt ins Internet, so daß Freiwillige, die an einer Onsite-Schulung nicht teilnehmen konnten, den Stoff über das Internet nacharbeiten können. Ebenso wäre es dann möglich, den Stoff mit einem Quiz abzufragen.

„Virtual Volunteering“ schließlich auf der 5. Ebene definieren Ellis und Cravens als Projektentwicklung und -begleitung durch Internet-Freiwillige. Hier führen sie unter anderem die eigenständige Arbeit als E-Mentor an oder sie nennen das selbständige Entwickeln von Webdesigns. Hier verlängern die Freiwilligen die Reichweite des Vereins und verbreiten die Themen, die den Verein bewegen.²¹

Aufgabenplanung

Was für das Freiwilligenmanagement für Offline-Volunteering gilt, gilt für das Online-Volunteering in noch stärkerem Maße: Tätigkeitsprofile und Rahmenbedingungen sollten vor der Anwerbung ausgearbeitet sein. Denn die Unmittelbarkeit, die das Internet vermittelt, erhöht die Erwartung auf schnelle Reaktionszeiten. Ein Interessent für Online-Volunteering erwartet möglichst direktes Feedback und einen möglichst unmittelbaren Arbeitseinsatz. Fatal wäre es in jedem Fall, wenn die Organisation nicht genügend Aufgaben zur Erledigung konzipiert hätte.

Eine Liste mit möglichen Aufgaben für Online-Volunteers folgt hier und zeigt, was alles möglich ist:

²¹ Vgl. Ellis, Cravens, 2000, 10 – 15

Aufgaben für Online-Volunteering	
Beraten	Planen
Datenbankpflege	Präsentationen (z. B. PowerPoint)
Datenverarbeitung	Programmierung
Dokumentierung	Projektmanagement
Fundraising	Recherche
„Korrekturlesen“ von Websites (PC/MAC, unterschiedliche Browser)	Texte verfassen
Logoentwicklung	Textverarbeitung
Mentoring	Übersetzungen
Moderation (Forum, Chatroom)	Verwaltungsarbeiten

Aufgaben für Online-Volunteering in Anlehnung an Ellis/Cravens²²

Diese Liste erhebt keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit, da sich das Internet immer weiterentwickelt und immer neue Wege dazukommen werden, es zu nutzen. Bei der Aufgabenentwicklung sollte man die Möglichkeiten kreativ nutzen und erfinderisch sein.

Folgende Faktoren sollte man bei diesem kreativen Prozeß bedenken: Zum einen die Lang- bzw. Kurzfristigkeit des Engagements. Man sollte sowohl Angebote entwickeln, die eine längere Bindung an den Verein ermöglichen als auch übersichtliche Projekte vorrätig haben, die für Interessierte sind, die sich nur eine kürzere Zeit engagieren können bzw. wollen. Zum anderen sollten die konkreten Tätigkeiten so angeordnet sein, daß sie aus kleinen Arbeitsschritten bestehen, um zumindest die Ergebnisse zu sichern, die vorhanden sind, wenn ein Freiwilliger vorzeitig ausscheidet. Dabei kann es wichtig sein, ver-

²² vgl. Ellis, Cravens, 2000, 18

schiedene Niveaus und Kompetenzen zu berücksichtigen, mit denen man bei Freiwilligen konfrontiert sein kann.²³

Anwerbung und Gewinnung

Das Prinzip der Lokalität des Engagements, demzufolge sich ein Freiwilliger nur dort engagiert, wo er selbst ist, gilt nicht im Internet. Gerade im Gegenteil: Allein die technologische Entwicklung des Internets belegt, daß hier Engagement unabhängig von geographischen Bezugspunkten möglich ist, denn die ursprüngliche Entwicklung des WWW war durch die Idee des *open source* geprägt und des uneingeschränkten Zugriffs durch jedermann, der Zugang zum Internet fand. Nicht umsonst sagt Randy Tyler (MYS): „It is volunteering without barriers and borders.“²⁴

Das bedeutet für eine Organisation, die einen Freiwilligen sucht, der z. B. eine Power-Point-Präsentation für sie gestalten kann, daß sie nicht auf ihre eigene Stadt oder Gemeinde beschränkt ist, wo der ‚Markt‘ an verfügbaren erfahrenen Experten begrenzt ist, sondern sie im gesamten WWW suchen kann. Das eröffnet ganz neue Perspektiven. Und noch ist es so, daß sich sehr viele virtuelle Freiwillige um wenige ausgeschriebene Aufgaben bemühen:

“The potential there is really great! [...] Now is the time to tap into this. Because there are so many virtual volunteers out there wanting to do the work but there are very few agencies in Canada that are really offering the positions.”²⁵

Was Randy Tyler hier für Kanada ausspricht, gilt nicht weniger für andere Länder: Die Nachfrage von Freiwilligen ist weitaus höher als das Angebot an Aufgaben für Freiwillige.²⁶

²³ vgl. Ellis, Cravens, 2000, 96

²⁴ CTV Canada AM, Online Volunteering (<http://tinyurl.com/sjnka>)

²⁵ CBC TV Newsworld, Online Volunteering (<http://tinyurl.com/yda7ne>)

²⁶ „There are *plenty* of people who want to volunteer online, far, far more than there are opportunities for them.“ (Cravens, J., Myths of Online Volunteering, www.coyotecomunications.com/volunteer/ovmyths.html)

Wie kommt man an virtuelle Freiwillige? Internetdatenbanken und andere Suchstrategien

Das im ‚normalen‘ Freiwilligenmanagement bekannte Tätigkeitsprofil enthält die wichtigen Informationen zu einem konkreten Engagement fest, an denen sich Engagementsuchende orientieren können. Was ist naheliegender, als dieses gängige Hilfsmittel in eine internetgestützte Datenbank zu integrieren, das den Individuen die Online-Suche nach einem Engagement ermöglicht? In den USA ist das WorldWideWeb mit diesen Datenbanken mittlerweile der am häufigsten gewählte Weg zum Engagement. Zwei Angebote, die diesen Markt bedienen, möchten wir hier näher betrachten: Zum einen www.1-800-volunteer.org²⁷, zum anderen www.volunteermatch.org.²⁸ Die Suche ist sehr einfach: Sie funktioniert über eine Postleitzahlumkreissuche, einen vorgegebenen Tätigkeitsbereichskatalog und eine Ganztextsuche. Eine detaillierte Suche mit mehr Fragemöglichkeiten zu den Zielgruppen, vorhandenen Fähigkeiten, landesweiten sozialen Organisationen und anderes mehr schließt sich auf Wunsch an. Wenn man etwa bei www.volunteermatch.org eine Postleitzahl und das Stichwort „virtual“ beim Stichwort „Distance“²⁹ angibt oder man bei www.1-800-volunteer.org ein Häkchen bei „Virtual - I'm available remotely outside my geographic area“ macht, erschließen sich mit einem Schlag eine Vielzahl von aktuellen Angeboten.³⁰ In der Bundesrepublik gibt es leider (noch) kein übergreifendes Datenbank-Angebot zur selbständigen Suche nach einem freiwilligen (virtuellen) Engagement wie in den USA, aber es gibt einige lokale Lösungen einzelner Freiwilligenagenturen, die ihre Tätigkeitsprofile ins Internet stellen.³¹ Eine oberflächliche Internetrecherche ergab, daß in Freiwilligenagenturen in Aachen, Berlin, Bielefeld, Bremen, Dortmund, Kassel, Leipzig,

²⁷ ‚1-800-volunteer‘ funktioniert in den USA auch als Telefonnummer. Ruft man diese Nummer an, wird man automatisch mit der Freiwilligenzentrale der Region verbunden, von der aus man gerade anruft.

²⁸ Darüber hinaus hat www.idealists.org für ca. 165 Länder Angebote für Freiwillige ins Netz gestellt. Diese Seite wird auch zur Zeit ins Deutsche übersetzt.

²⁹ Das Stichwort „Distance“ gibt den Umkreis an, in dem die passenden Tätigkeitsprofile für seine Suchkriterien ausgeworfen werden sollen. Ein zusätzliches Stichwort ist hier „virtual“, bei dem dann geographisch unabhängig gesucht wird.

³⁰ In einer Übersicht in der Suchmaschine www.volunteermatch.org kann man ca. 1.900 Online-Angebote einsehen. Bei www.idealists.org, wo die Recherche etwas anders gestaltet ist als bei den beiden anderen genannten, sind über 760 Angebote eingestellt. (Zugriff 19.12.2006)

³¹ Im Rahmen des Bundesnetzwerks Bürgerschaftliches Engagement gibt es seit über drei Jahren eine Arbeitsgruppe, die versucht, ein solches übergreifendes Datenbank-Angebot zu erstellen. http://www.b-b-e.de/uploads/media/buergernetz_konzept_060202.pdf (Zugriff 02.01.2007)

Münster und Stuttgart solche Datenbanken existieren, die allerdings diverse Unterschiede aufweisen. Freiwilligenorganisationen sei daher geraten, durch diese Datenbanken, die man als überregionale Plattformen nutzen kann, nach virtuellen Freiwilligen zu suchen.

Schon der erste Freiwilligensurvey 1999 hat hervorgehoben, daß 58 % der Engagierten ihr Engagement nicht selbst gesucht hatten, sondern daß sie angesprochen und gefragt wurden, ob sie sich engagieren würden.³² Das Internet bietet gute Gelegenheiten, diese Ansprache über ein weiteres Medium zu gestalten: Auf diejenigen Menschen, die im Internet aktiv sind und mit ihrem eigenen Blog oder einem Kommentar in einem Blog demonstrieren, welche Meinung sie vertreten und über welche Fähigkeiten sie verfügen, sollte ein Freiwilligenmanager sein besonderes Augenmerk richten. Es könnte sein, daß er dabei einen wichtigen neuen Online-Volunteer entdeckt. So macht es jedenfalls auch Randy Tyler, der Freiwilligenkoordinator von Macdonald Youth Services (MYS) in Kanada. Er suchte Menschen mit ganz speziellen Kenntnissen, und wurde in Blogs fündig.³³

MYS nutzen ansonsten die gesamte Bandbreite der Öffentlichkeitsarbeit: von Anzeigen in einschlägigen Zeitungen und Magazinen über Datenbanken, Spots in Funk und Fernsehen suchen sie natürlich auch über ihre eigen Website nach Freiwilligen.

Die Engagement-Motivation von Online-Volunteers

Jeder Freiwilligenmanager muß sich Gedanken darüber machen, wie er für seine Organisation Freiwillige findet, beziehungsweise wie Freiwillige seine Organisation finden. Dafür ist es hilfreich, sich Kenntnisse über Internetbenutzer und Internetbenutzung zu verschaffen. Internetbenutzer bringen in der Bundesrepublik gegenwärtig aller Voraussicht nach einen hohen Bildungsabschluß mit, wenn sie sich im Netz engagieren wollen. Auch solche Erkenntnisse lassen Rückschlüsse auf die Frage zu, wie man die Freiwilligen ansprechen kann, wie man sie über das Internet erreicht und sie möglichst für eine Tätigkeit in der Organisation gewinnen kann.

Es geht also um die von den Freiwilligen mitgebrachte Motivation für ein Aktivwerden. Für Offline-Freiwillige ist es sicherlich ein Bedürfnis, einmal ‚herauszukommen‘, gerade nicht zuhause zu sein, sondern andere Orte und andere Menschen zu sehen. Aber es gibt eben auch Menschen, die es schätzen, nicht aus dem Haus gehen zu müssen, um sich zu en-

³² Freiwilligensurvey, 2001, 189

³³ vgl. New York Times, 13.11.2006

gagieren. Ihr Argument könnte es sein festzustellen, daß durch ein Engagement von zuhause aus die investierte Zeit zu hundert Prozent der Organisation zu gute kommt und keine Zeit für An- und Abfahrt verloren geht. Daneben sind die Menschen bereit, sich im Internet zu engagieren, die (vielleicht vorübergehend) nicht so mobil sind wie beispielsweise Eltern in der Erziehungsphase oder körperlich beeinträchtigte Menschen.

Ein wesentliches Motiv zum Engagement im Internet steht in einem engen Zusammenhang mit dem Medium selbst: Da es häufig noch nicht so feste Ausbildungswege in die Berufsfelder gibt, die mit Internettechnologien zu tun haben, suchen viele nach Referenzprojekten, um die Tätigkeit in ihrem Lebenslauf bei Bewerbungen nennen zu können. Hierbei ist es für sie attraktiv, wenn NPO viele Tätigkeitsfelder anzubieten haben, die man im Berufsleben nicht erfahren kann. Abseits dieses engeren beruflichen Interesses gibt es einfach viele Menschen, die im Netz etwas für unsere Gesellschaft tun wollen, wie das Beispiel Wikipedia zeigt, aber auch die Open-source-Technologie Linux. Manchmal wollen sie allein aktiv werden, in der überwiegenden Mehrzahl aber wohl gemeinschaftlich, weil man auch übers Internet interessante Menschen kennen lernen kann. Mit anderen Worten, es ist genau so wie beim nicht-virtuellen Engagement: Die Menschen suchen nach Spaß beim Engagement.

Erstgespräch und „Matching“, Orientierung und Einarbeitung

Die in der Überschrift genannten Aspekte des hergebrachten Freiwilligenmanagements verschmelzen beim Online-Volunteering, da eine Organisation so viele Informationen vorab an mögliche Freiwillige geben kann, daß eine Unterscheidung zwischen diesen Punkten nur schwer möglich ist.

Eine ausführliche Website einer Organisation – möglicherweise das erste, was ein potentieller Freiwilliger von einer Einrichtung sieht – liefert viele Informationen, die auch eine Orientierung beinhalten würde, so daß sich der Freiwillige einen detaillierten ersten Eindruck von der Organisation selbst verschaffen kann. Des weiteren können zur Orientierung umfangreiche Datenmengen – praktisch kostenlos – per E-Mail an ihn verschickt werden.

Die Erfahrung mit den Internetphänomenen Schnelligkeit und Unmittelbarkeit hat der schon häufig zitierten J. Cravens gezeigt, daß sich viele Internetsurfer – schnell von einer Idee begeistert – bei einer Organisation melden, um sich virtuell für sie zu engagieren, und am liebsten sofort eine Aufgabe für sie erledigen würden. Gibt man ihnen dann tatsächlich eine Aufgabe, hört man häufig nie wieder etwas von ihnen. Der Aufwand, den dies Verhalten generiert, ist enorm: Cravens verteilte zu erledigende Aufgaben gleich an

mehrere Freiwillige, damit sie wenigstens von einem ausgeführt würden, und mußte nachverfolgen, daß die meisten *nicht* erledigt wurden. Um das zu vermeiden, empfiehlt sie, ein Bewerbungsformular auf die Website zu stellen. Wer sich die Mühe macht, es auszufüllen, bezeugt damit sein gesteigertes Interesse an der Tätigkeit, und damit steigt die Wahrscheinlichkeit, daß Aufgaben zuverlässig erledigt werden.

Die schon genannte Organisation Macdonald Youth Services legt z.B. sehr viel Wert auf Referenzen, wenn der potentielle Online-Volunteer als Tutor mit Kindern arbeiten möchte, um das Risiko von sexueller Belästigung einzugrenzen. Ein polizeiliches Führungszeugnis wird verlangt, weitere Auszüge aus kanadischen Behörden, zudem muß man drei Personen angeben, die Auskunft über einen geben können. Darüber hinaus führen sie ein telefonisches Interview durch. Dieses Vorgehen ist Teil des Risiko-Managements dieser Organisation.

Sinnvoll ist es auch, wenn man auf der Internetsite beschreibt, welche Fähigkeiten und Eigenschaften ein Freiwilliger mitbringen soll, so wie z. B. auf der Website von www.sidelines.org. Dieses Webangebot hilft Frauen während bzw. nach einer Risikoschwangerschaft durch Beratung von Online-Volunteers. Bevor der auch dort lange Bewerbungsbogen ausgefüllt wird, soll man sich selbst einschätzen (engl. Self-Screening) und sich die folgenden Fragen stellen, um zu sehen, ob man wirklich bereit ist, als Online-Volunteer tätig zu werden:

- Besteht Zugang zum Internet mindestens dreimal pro Woche?
- Können Sie sich gut schriftlich ausdrücken?
- Können Sie gut selbständig arbeiten, ohne direkte Anleitung?
- Können Sie sich selbst motivieren?
- Gibt es eine feste Zeit, zu der Sie Ihrer Patientin E-Mails schreiben könnten?
- Beantworten Sie E-Mails schnell, also wenigstens innerhalb von 48 Stunden?

Schon während der ersten E-Mail-Korrespondenz wird man feststellen können, wie die Arbeitsweise des neuen Freiwilligen ist. Reagiert er schnell auf die E-Mails? Drückt er sich verständlich aus? Alle diese Dinge können zum Abschluß der Orientierungsphase dazu dienen, sich ein umfassendes Urteil über den Freiwilligen zu bilden und zu entscheiden, ob die Einrichtung mit dem Freiwilligen weiter arbeiten will oder nicht.

Unterstützung, Begleitung und Motivation

Durch die räumliche Distanz des Arbeitens in der virtuellen Freiwilligentätigkeit ergibt sich die Notwendigkeit, die Medien für Zwischenrückmeldungen zu nutzen, um die Selbstmotivation aufrecht zu erhalten, die durch die isolierte Eigentätigkeit des Freiwilligen am PC schnell ins Kippen kommen kann. Aus diesem Grund sollte ein Freiwilligenkoordinator die anvertrauten Aufgaben durch regelmäßige Rückmeldungen begleiten. Ellis und Cravens nennen hier folgende vier Elemente:

1. Regelmäßige Treffen veranstalten oder mit Medien die Arbeit begleiten (On- bzw. Offline-Begleitung)

Wenn die Online-Freiwilligen aus der Region der Organisation kommen, sollte man sich gerade in der Anfangsphase in regelmäßigen Abständen mit den Freiwilligen treffen, um die Dinge zu besprechen, die den Fortschritt des gemeinsamen Projekts fördern können. Sollte dies nicht möglich sein, sollte der Koordinator unter Zuhilfenahme unterschiedlicher Medien (Telefon, SMS, E-Mail etc.) mit Hinweisen, Fragen, kleinen Memos und ähnlichem mehr die Arbeit der einzelnen Freiwilligen begleiten. Der E-Mail-Verkehr sollte dabei grundsätzlich mit wiedererkennbaren Merkmalen versehen sein:

- feste Abkürzungen verwenden, auch um mehr Informationen in die Betreffzeile zu bekommen;
- Datum in Betreffzeile verwenden;
- Betreffzeile ggf. mit „sofortige Antwort erbeten“ versehen; oder schreiben „Die Antwort auf Ihre/Deine E-Mail vom ...“.

Daneben sollte man unbedingt mit „Autoresponder“ arbeiten. Aus der automatisch generierten Antwort soll deutlich ersichtlich werden, wann mit einer Antwort verbindlich gerechnet werden kann. Überdies schlagen Ellis und Cravens vor, ein Berichtswesen für die Freiwilligen einzuführen, das die zu erledigende Arbeit regelmäßig der Zentrale rückkopiert. Dafür sollte man ein Formular vorbereiten, das in kurzer Zeit ausgefüllt werden kann und folgende Inhalte haben könnte:

- Wieviel Prozent der Arbeit ist erledigt?
- Benötigte Zeit für die bisherige Arbeit?
- Veranschlagte Zeit für die Restaufgaben?

- Herausforderungen, mit denen der Freiwillige konfrontiert war?

2. Nachrichten nach Möglichkeit einer möglichst großen Gruppe zusenden

Alle relevanten Nachrichten der Organisation sollten auch die Freiwilligen erreichen. Sie sollten allerdings dabei nicht den Eindruck bekommen, sie werden mit belanglosen Neuigkeiten zugeschüttet.

3. Zunächst kleine Aufgaben übernehmen und später größere folgen lassen

Es sollte mit jedem Freiwilligen abgesprochen sein, erst ein kleines Projekt zu übernehmen, bevor er größere ausführt.

4. Flexibilität bei der Erreichung von Aufgaben gegenüber Freiwilligen zeigen, Rückzüge ermöglichen

Bei jeder Aufgabe, die man Freiwilligen überantwortet, sollte man eine Flexibilität einräumen, die Rückzüge ermöglicht und Scheitern mit einkalkuliert. Jederzeit können Dinge eintreten, die es Freiwilligen unmöglich macht, eine Aufgabe zu vollenden. Nach den Erfahrungen von Ellis und Cravens dient das Telefon hier auch als Lösungsinstanz für Komplikationen in der alltäglichen Zusammenarbeit, weil es Probleme in größerer Tiefe diskutieren läßt.³⁴

Anerkennung

Die Anerkennungsformen im Management des Online-Volunteerings weisen gegenüber dem traditionellen Freiwilligenmanagement einige Besonderheiten auf. Da das Internet Schnelligkeit erfordert, ist es überaus wichtig für den Koordinator zeitig zu antworten, um die alltägliche Anerkennung zu zeigen. Eine ebenfalls regelmäßige aber besondere Form der Wertschätzung gegenüber Freiwilligen kann es sein, Rückmeldungen und Rat von Freiwilligen einzuholen bei Informationen, die die Freiwilligen erreichen, bevor diese Dinge an die Öffentlichkeit gehen. So kann eine Presseerklärung, die die Arbeit der Freiwilligen betrifft, mit ihnen vorab abgestimmt werden.

Beim Internet-Engagement kann es sein, daß man als Freiwilliger die Erfolge seiner Arbeit nur sehr vermittelt wahrnehmen kann. Aus diesem Grund ist es notwendig, jedem Freiwilligen bei jeder sich bietenden Gelegenheit die Effekte seiner Tätigkeiten mitzuteilen, also

³⁴ vgl. Ellis, Cravens, 2000, 49 – 57. Dies bestätigt auch das Kapitel 6.2 der vorliegenden Arbeit.

etwa Zeitungsartikel zuzusenden, Rückmeldungen von Dritten mitzuteilen usw. Dazu kann man beispielsweise auch den E-Mail-Newsletter nutzen.

Insgesamt sollte die Organisation alle kreativen Formen zu persönlichen Wertschätzungen verwenden, die das Internet zur Verfügung stellt. Der Phantasie sollten hier keine Grenzen gesetzt sein und jede Innovation im Internet auf seine Verwendbarkeit geprüft werden. Das fängt beispielsweise bei E-Mail-Karten und E-Mails mit Audio- oder Video-Elementen im Anhang an, um den Freiwilligen bei Festtagen Grüße zuzustellen. Darüber hinaus greifen Ellis und Cravens eine Idee einer Organisation auf, die ein Online-Abzeichen entwickelt hat, das der Freiwillige auf seine persönliche Website einstellen kann.³⁵ Der angenehme Nebeneffekt für die Organisation könnte hier sein, daß beim Klicken auf das Logo automatisch auf die eigene Website verlinkt wird.

Das Internet und der dortige Organisationsauftritt ist unbedingt zur Anerkennung freiwillig geleisteter Arbeit zu nutzen, am besten auf einer Seite, die speziell diesem Thema gewidmet und dabei zentral plaziert ist. Darüber hinaus sollte auf der Website an jeder Stelle auf den Beitrag eines einzelnen Freiwilligen hingewiesen werden, wo es fachlich geboten ist.

Ein weiterer wichtiger Hinweis ist es, virtuelle Freiwillige abseits der Besonderheiten, die das Internet erfordert, wie ‚normale‘ Freiwillige zu behandeln. Sie dürfen durchaus in all diejenigen Aktivitäten eingebunden werden, die die vor Ort aktiven Freiwilligen betreffen. Damit stärkt man den Teamgedanken. So sollte man z. B. immer die Fotos von allen unbezahlten Kräften an die Info-Wand im Verein heften, wenn es ein solches Infobrett gibt. Ein weiterer Punkt ist es, die Freiwilligen bei (zufälliger) Anwesenheit am Ort der Organisation unbedingt zu einem Termin einzuladen, damit sie Organisation und die Mitarbeiter kennenlernen können.³⁶

Es scheint sich aber noch etwas anderes herauszukristallisieren, was nicht nur Online-Volunteering betrifft, sondern Offline-Volunteering ebenso: Anerkennung erfährt ein Freiwilliger, indem ihm mehr Verantwortung übertragen wird, indem seine Vorschläge nicht nur zur Kenntnis genommen, sondern auch umgesetzt werden. Partnerschaftliches Freiwilligenmanagement wird sich in Zukunft wohl immer mehr in das Zauberwort vom ‚parti-

³⁵ vgl. Ellis, Cravens, 2000, 64

³⁶ vgl. Ellis, Cravens, 2000, 61 – 65

zipativen Management' verwandeln, so jedenfalls konnten wir durch jüngste Veröffentlichungen im Internet erfahren.³⁷

Evaluation

Ellis & Cravens bringen die Notwendigkeit von Auswertungen des freiwilligen Engagements passend zum Ausdruck: "If you tolerate volunteering that does not accomplish useful results, the organization is allowing the volunteer's time to be wasted."³⁸ Sie weisen auf einige Besonderheiten hin, die die Evaluation des Online-Volunteerings ausmachen. So kann man beim Online-Volunteering die Freiwilligen sehr gut von Anfang an auf die Notwendigkeit von Auswertungen hinweisen, weil jeder nachvollziehen kann, daß man bei einer solch innovativen Angelegenheit Daten und Rückmeldungen benötigt. Daher kann man vielleicht auch viel einfacher als bei einer ‚normalen‘ Freiwilligentätigkeit schon in den Anmeldeformularen zum Engagement darauf hinweisen, daß man regelmäßig die gemeinsame Arbeit bewerten möchte. Dabei sollte man unbedingt die Frage beantworten, was man mit den Daten machen will und wer davon informiert werden soll – wobei die Befragten von den Ergebnissen in der Regel als erstes erfahren sollten. Schließlich sollte sich die Organisation nach dem Erhalt eines Fragebogens für die investierte Zeit schnellstmöglich bedanken, um die Freiwilligen an das Thema Auswertungen zu binden.³⁹

Eine weitere Methode Engagement im Internet auszuwerten, könnte auch darin bestehen, die E-Mail-Kommunikation zu nutzen, Rückmeldungen zu sammeln und sie zu analysieren. Auch hier gilt es, die Freiwilligen über dieses Vorgehen zu informieren, damit das Verhalten der Organisation transparent bleibt.

Inhaltlich können in der Evaluation alle Themen angesprochen werden, die die Arbeit betreffen. Die gemeinsame Kommunikation sollte unbedingt einen wesentlichen Aspekt ausmachen, weil sie – wie oben dargestellt – durch das Medium des Internets begrenzt ist.

³⁷ vgl. Scott, 2006

³⁸ Ellis, Cravens, 2000, 61

³⁹ vgl. Ellis, Cravens, 2000, 58 – 61

Resümee

Eigentlich ist es trivial, warum sich Menschen bereit finden, mit ihren Internet-Fähigkeiten für eine wichtige Sache aktiv zu werden: Menschen wollen mit den Dingen, die sie gut können, etwas Gutes tun. Und weil die Alltagsrelevanz des Internets noch wachsen wird, kann man davon ausgehen, daß die Nachfrage von Menschen nach freiwilligen Aktivitäten im Internet im deutschen Sprachraum zunehmen wird. Es lohnt sich also für Vereine – und noch mehr für Verbände – in dieses Thema zu investieren, denn es beinhaltet eine riesige Chance, für sich neue Ressourcen zu erschließen. Die Möglichkeiten, die hier schon jetzt schlummern, sind erstaunlich. Einerseits können viele Bereiche, die den eigentlichen Auftrag von gemeinnützigen Organisationen betreffen, durch Internetaktivitäten unterstützt werden (z. B. Mentorenbegleitung von Klienten). Andererseits können Einrichtungen ihren Handlungsraum durch kompetente Freiwillige erweitern, die ihnen Möglichkeiten innerhalb des Internets erschließen, von denen sie noch nichts wissen (z. B. neue Formen der Öffentlichkeitsarbeit entwickeln). Zum Dritten können Online-Volunteers gemeinnützige Organisationen auch in Aufgaben entlasten, die ihre Verwaltungsangelegenheiten betreffen (z. B. die Erledigung von Buchhaltungsaufgaben per Internet).

Dieser ‚Markt‘ von potentiellen Freiwilligen besteht letztlich aus den 129 Millionen Menschen, die weltweit die deutsche Sprache sprechen.⁴⁰ Aber trotz des großen Bedarfs vieler sozialer Organisationen, scheint der Dritte Sektor in Deutschland dieses Thema noch nicht für sich entdeckt zu haben. Ob dies tatsächlich so ist und wenn ja, woran das liegt, kann hier nicht mehr behandelt werden.⁴¹ Allen am bürgerschaftlichen Engagement interessierten Verantwortlichen sei es allerdings deutlich gesagt: Online-Volunteering ist nur im Einzelfall eine Kompensation für Aktivitäten vor Ort, es ist vielmehr ein zeitgemäßes Angebot freiwilligen Engagements. Diese Form des Engagements hat alle wesentlichen Merkmale, die den Kriterien ‚moderner‘ freiwilliger Aktivitäten entsprechen. Kurz: Online-Volunteering ist ein Ausdruck für den sich fortsetzenden Strukturwandel des Ehrenamtes.

Das ist auch der Grund, warum man in so vielen Punkten des Online-Freiwilligenmanagements an den bisherigen Umgang mit Freiwilligen anknüpfen kann. Zwar zeigen

⁴⁰ vgl. www.de.wikipedia.org, Artikel Weltsprache, Zugriff: 29.12.2006. Es kommen noch die potentiellen Freiwilligen hinzu, die in anderen Sprachen für eine Organisation tätig werden können – z. B. in solchen Sprachen wie Türkisch, die im lokalen Umkreis auch gesprochen werden.

die folgenden Hinweise, daß Online-Volunteering anspruchsvoll und die Begleitung dieser Freiwilligen mit vielen Voraussetzungen verbunden ist: Auf Seiten der Freiwilligen beinhaltet diese These das Vorhandensein einer hohen (Selbst-) Motivation zum selbständigen Arbeiten am PC, gute technische Kenntnisse (z. B. Programmiersprachen, Kenntnisse in Softwareprogrammen etc.), ständig verfügbarer Internetzugang, Fremdsprachenkenntnisse für Übersetzungen, Fähigkeiten, Texte redigieren zu können etc. Auf Seiten der Freiwilligenorganisationen ist die Kommunikation mit Online-Volunteers bei der Einführung eines entsprechenden Projektes vielleicht die größte Herausforderung, weil die Verantwortlichen schnell und unmittelbar auf Freiwillige reagieren müssen, um Verbindlichkeit herzustellen. Letztlich kann man hier nicht auf die *face-to-face*-Begegnung zurückgreifen und muß in der begrenzten Kommunikation alle Wege nutzen, die das Miteinander verbessern. Darüber hinaus muß sich eine Organisation Gedanken über die Risiken machen, die sie eingeht. Zum einen betreffen sie die technischen Voraussetzungen und zum anderen die begleitenden und begleiteten Menschen. Schließlich sollten sich die Koordinatoren im Medium Internet wohlfühlen, es bedarf solcher ‚Kümmerner‘, die aus Neigung und mit Kompetenz etwas Neues tun wollen. Und dennoch: Wer gute Erfahrungen mit zeitgemäßem Freiwilligenmanagement gemacht hat, wird in aller Regel auch gute Erfahrungen mit dem Online-Volunteering machen.

Insgesamt gesehen betrachten wir das Phänomen Online-Volunteering also als überaus positiv: Mit Online-Volunteering werden Zugänge zum Engagement geschaffen und viele neue Initiativen werden aller Voraussicht nach in Deutschland entstehen, die mit virtuellen Mitteln versuchen werden, Lösungsansätze für gesellschaftliche Probleme vorzustellen. Dabei werden um so mehr unabhängige Initiativen entstehen, um so weniger die Wohlfahrtsverbände und die vielen anderen sozialen Vereinigungen hier aktiv werden. Demnach lautet unser Plädoyer: Auch die etablierten NPO sollten die Möglichkeiten der Internetwelt und des Web 2.0 viel mehr ausschöpfen und sich unbedingt dabei vernetzen, weil das Internet ein so reichhaltiges Medium ist, in dem sich noch sehr viele Entwicklungen Bahn brechen werden. In den USA drückt man diese Gebote bereits sehr viel drastischer aus, im folgenden z.B. im Blick auf die Notwendigkeit, das Internet zur Präsentation eigener Video-Filme zu nutzen:

⁴¹ Es kann diesbezüglich vermutet werden, daß gegenwärtig viele Verbände bereits ihre eigene ‚Insellösung‘ planen, was bekanntlich übergreifende Lösungen behindert und dem ‚open source‘-Prinzip des Internets zuwider läuft.

„If direct marketing provides any significant portion of your nonprofit's income and you're NOT plotting your online video testing yet, just turn off your computer now ... you oughta be fired!“⁴²

Quellenverzeichnis

Literatur

Biedermann, Ch., Was heißt Freiwillige managen? – Grundzüge des Freiwilligen-Managements, in: Nährlich, St., Zimmer, A. (Hrsg.), Management in Nonprofit-Organisationen – Eine praxisorientierte Einführung, Leske + Budrich, Opladen 2000, S. 107 – 128

Boes, A., Hacket, A., Kämpf, T., Trinks, K., 2006, Wer die digitale Spaltung beenden will, muss in der realen Gesellschaft anfangen, in: Das Parlament, 56. Jahrgang, Nr. 17/18, Thema: Politik im Internet, S. 11

Cisco Systems (Switzerland) GmbH, Pressemitteilung am 17. Oktober 2006, http://www.cisco.com/global/CH/de/press/releases/20061017_richmedia.shtml

CompuMentor (Hrsg.), Working with Technical Volunteers – A Manual for Nonprofit Organizations, San Francisco 2001

Cravens, J., Myths About Online Volunteering (Virtual Volunteering), 2006 (www.coyotecomunications.com/volunteer/ovmyths.html)

Ellis, S. J., Cravens, J., The Virtual Volunteering Guidebook, 2000 (www.serviceleader.org/vv/)

Friedman, Th., Die Welt ist flach. Eine kurze Geschichte des 21. Jahrhunderts, Suhrkamp, Frankfurt/Main 2006

Friedrichs, St., Hart, Th., Schmidt, O. (Hrsg.), E-Government. Effizient verwalten – demokratisch regieren, Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung 2002

Freiwilliges Engagement in Deutschland. Ergebnisse der Repräsentativerhebung zu Ehrenamt, Freiwilligenarbeit und bürgerschaftlichem Engagement, Bd. 1: Gesamtbericht, B. v. Rosenblatt (Hrsg.), 2. korrigierte Auflage, Stuttgart, Berlin, Köln: Kohlhammer 2001 (= Freiwilligensurvey 1999)

Leggewie, Cl., Von der elektronischen zur interaktiven Demokratie: Das Internet für demokratische Eliten, in: Klumpp, Dieter u. a., (Hrsg.): next generation information society?

⁴²(<http://www.theagitator.net/index.php?/archives/437-Whos-Watching-Online-Videos.html>) (Zugriff: 01.01.07)

Notwendigkeit einer Neuorientierung, Mössingen-Thalheim, S. 115 – 128: Talheimer Verlag 2003.

The New York Times, 13. November 2006, Artikel: Flexible Hours, Using Your PC and Never Leaving Home, von P. LiCalzi O'Connell

Olk, T., Zwischen Ehre und Amt – Zur Entwicklung professioneller und nicht-professioneller Form sozialer Arbeit, in: Böllert, K./Otto, H.-U. (Hrsg.): Soziale Arbeit auf der Suche nach Zukunft. Bielefeld 1989, S. 195 – 212

Pearn Kandola, The Psychology of Effective Business Communications in Geographically Dispersed Teams – An Executive Summary of the Research Report, im Auftrag von Cisco Systems, September 2006 (<http://newsroom.cisco.com/>)

Scott, M., Participative Volunteer Management: The Emerging Paradigm? (Part 1), in: Volunteer Management Review™, 8. November 2006

Scott, M., Participative Volunteer Management: The Emerging Paradigm? (Part 2), in: Volunteer Management Review™, 15. November 2006

Seifert, W., Online-Volunteering und Freiwilligenmanagement. Wie gemeinnützige Organisationen über das Internet neue Ressourcen erschließen können. Diplomarbeit Evang. Fachhochschule Berlin, Januar 2007

Tyler, R., Using Skype with Online Volunteers: A Powerful Tool for Charities Around The World Canadian Group Shows Great Promise In Using Online Communication Tool, in: ePhilanthropy eZine Volume 7 Issue 5 vom 30. November 2006

Wittmann, V., Digital Divide – auf dem Weg zu einer Weltinformationsgesellschaft?, in: Debiel, T., Messner, D., Nuschler, F. (Hrsg.), Globale Trends – Frieden Entwicklung Umwelt, Stiftung Entwicklung und Frieden, Bonn, Institut für Entwicklung und Frieden, Duisburg, Verlag Fischer, Frankfurt, 2006, S. 209 - 224

Internetlinks

Links ohne ,www'

<http://de.wikipedia.org>

<http://del.icio.us>

<http://tools.ietf.org/html/rfc1855>

<http://tinyurl.com/sjnka> (CTV Canada AM, Online Volunteering)

<http://tinyurl.com/yda7ne> (CBC TV Newsworld, Online Volunteering)

Links mit ,www'

www.1-800-volunteer.org

www.50plus-ans-netz.de

www.b-b-e.de/uploads/media/buergernetz_konzept_060202.pdf

www.charityvillage.com

www.coyotecom.com

www.de.pledgebank.com

www.digitale-chancen.de

www.energizeinc.com

www.forbes.com/2006/11/14/youtube-video-demographics-tech-media-cx_lh_1113webvideo.html

www.idealists.org

www.knowbility.org/air/?content=winners

www.missionfish.org

www.mister-wong.de

www.mys.ca

www.myspace.com

www.nabuur.com

www.netplanet.org/netiquette/

www.netsquared.org

www.onlinevolunteering.org

www.peoi.org

www.pointsoflight.org

www.serviceleader.org

www.servenet.org

www.sidelines.org

www.technorati.com

www.techsoup.org

www.theagitator.net

www.translationsforprogress.org

www.volunteermatch.org

Zu den Autoren:

Waltraud Seifert (41) ist Diplom-Sozialpädagogin/Sozialarbeiterin. Sie hat vom November 2003 bis zum April 2005 in der Freiwilligenagentur Wedding in Berlin gearbeitet. (waltrauds@yahoo.com)

Dr. Gerd Placke (46) arbeitet als Projektmanager in der Bertelsmann Stiftung. Er ist im Arbeitszusammenhang ‚Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen‘ für zivilgesellschaftliche Fragestellungen zuständig. (gerd.placke@bertelsmann.de)

Adresse: Waltraud Seifert/Gerd Placke, Königstraße 15, 33330 Gütersloh, 05241-21.26.740