

Von der Förderung des bürgerschaftlichen Engagements und des demokratischen Zusammenhalts

Die Weiterentwicklung der Freiwilligenagenturen in den letzten zehn Jahren

Tobias Kemnitzer

Die Landschaft der Freiwilligenagenturen ist gut vermessen: Nach zwei Erhebungswellen zuerst im Jahr 2001 in einer explorativen Untersuchung, dann 2009 in einer umfassenden qualitativen und quantitativen Erhebung, kann nun die Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen neue Ergebnisse vorlegen: 2020 wurde eine quantitative Wiederholungsbefragung bezogen auf das Jahr 2019 (vor Corona) durchgeführt. Mit erneuter Unterstützung des Bundesministeriums für Familien, Senioren, Frauen und Jugend konnte dabei das gleiche Forschungsteam zehn Jahre nach der zweiten Befragungswelle eine weitere dritte – zunächst nur quantitative – Erhebung vornehmen. Dabei befragten die Wissenschaftler/innen von den Universitäten Oldenburg und Halle Freiwilligenagenturen in Deutschland zu ihrem Selbstverständnis, den aktuellen Aufgaben und Leistungen sowie Organisationsstrukturen. Diese Wiederholungsbefragung gibt profunde Einblicke in die Entwicklung von Freiwilligenagenturen und die Bedeutung kommunaler Engagementförderung. Die Kontinuität in den Befragungen erleichtert die Analyse und ermöglicht es die Entwicklungslinien von Freiwilligenagenturen als engagementfördernde Infrastruktureinrichtungen nachzuzeichnen.

Resiliente Struktur mit klarem Profil

Wie die Ergebnisse der aktuellen Studie zeigen, haben sich Freiwilligenagenturen in nahezu allen Wirkungsfeldern verbessert: Ob in groß- und kleinstädtischen oder ländlichen Räumen, überall erfahren sie in Kommunen eine große Akzeptanz. Sie sind in die lokalen Netzwerke für Engagement eingebunden oder koordinieren sie selbst, kooperieren mit sehr vielen lokalen Akteuren und Organisationen, sind im regelmäßigen Austausch mit der kommunalen Verwaltung und haben so in den vergangenen Jahren ihre Sichtbarkeit und Wahrnehmung vor Ort deutlich gesteigert. Als Einrichtungsform geben Freiwilligenagenturen insgesamt ein buntes Bild ab: mit ihren unterschiedlichen Entstehungsgeschichten, Finanzierungsstrukturen, Trägerkonstellationen und Projekten. Was zunächst kleinteilig erscheint, ist in seiner Vielfalt, Aufgeschlossenheit und Elastizität auch eine Stärke von Freiwilligenagenturen, denn so können sie sich an die Gegebenheiten und Rahmenbedingungen vor Ort optimal anpassen. Unabhängig von lokalen Ausprägungen bilden zentrale Arbeitsbereiche das Gerüst jeder Freiwilligenagentur: Nach »innen« sind es Arbeitsorganisation und Finanzierung. Nach »außen« stehen die Angebote für Freiwillige und Organisationen, Projekte und Kooperationen sowie die Öffentlichkeitsarbeit und Interessenvertretung für bürgerschaftliches Engagement im Mittelpunkt. Diese fünf Bereiche bilden auch das Gerüst des eigenen Qualitätsmanagementsystems der bagfa.

Träger-, Zielgruppen- und engagementformübergreifende Arbeit

Freiwilligenagenturen sind eine elementare Infrastruktur zur Unterstützung einer lebendigen und offenen Bürgergesellschaft. Sie wirken sowohl als Anlauf- und Beratungsstellen für alle Menschen, die sich engagieren möchten, als auch für alle Organisationen, Vereine und Initiativen, die mit Freiwilligen zusammenarbeiten wollen.

Als Expertinnen für bürgerschaftliches Engagement sprechen Freiwilligenagenturen Träger, Organisationen und Zielgruppen aus allen gesellschaftlichen Bereichen an. Sie informieren über Engagementmöglichkeiten in allen Themenfeldern und Formaten, so dass sich Freiwillige spontan oder langfristig, analog oder digital, in Strukturen eingebunden oder projektorientiert einbringen können.

Etwa vier Fünftel der befragten Freiwilligenagenturen decken die Arbeitsbereiche einer Anlauf-, Beratungs- und Vernetzungsstelle ab. Weniger stark ist der Aufgabenbereich »Interessenvertretung« ausgeprägt. Dieses Thema ist bei der Hälfte der Agenturen präsent, erfährt aber spätestens seit 2015 mit dem verstärkten Zuzug geflüchteter Menschen und dem Ausbau der Geflüchtetenhilfe eine erhöhte Aufmerksamkeit in den Agenturen; wie aktuell auch in der Ukraine-Hilfe. Aktivitäten in diesem politisierten Feld führten auch dazu, dass sich Freiwilligenagenturen neben ihrer vertrauten Rolle als (neutrale) Mittler auch zunehmend als politische Akteure wahrnehmen und verstehen. Sie entwickeln dabei ihr Selbstverständnis dahingehend weiter, sich auch als systemrelevanter Akteur für Solidarität und den Zusammenhalt in der Gesellschaft zu positionieren.

Bei guter Grundausstattung große Wirkung

Ausschlaggebend für Profilbreite und -dichte, für die Zahl von Projekten und Kooperationspartner/innen sind – nicht sehr überraschend – die zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel. Eindrucksvoll belegt die Befragung auch anhand von Kennziffern, wie sehr sich Investitionen in den Ausbau der Grundstruktur lohnen: Freiwilligenagenturen, die über mehr als zwei Personalstellen verfügen, können im Vergleich zu Freiwilligenagenturen mit nur einer Personalstelle mehr als dreimal so viele Menschen mit ihren Beratungsangeboten erreichen. Dass es den Freiwilligenagenturen ohne Anschub eines Bundesmodellprogramms gelungen ist, sukzessive ihre finanziellen Ressourcen zu erweitern, spricht für ihre Wirksamkeit und Wertschätzung vor Ort, da ein Großteil der Einnahmen aus kommunalen Haushalten stammt. Es braucht allerdings nachhaltigere Förderhorizonte (nur 40 Prozent der Agenturen berichten von längeren Förderzeiträumen), um die Potenziale einer Freiwilligenagentur und ihrer Netzwerke auch in Krisensituationen als systemrelevante Infrastruktur auf der einen Seite und die Angebote und Energien der Spontanhelfenden auf der anderen Seite wirksam in Einklang zu bringen.

Innovation als dynamische Säule in der Freiwilligenagentur

Freiwilligenagenturen gehen Veränderungen positiv an, denn nicht nur Krisen und Not machen erfinderisch, sondern auch die Lust, Projekte und Ansätze auszuprobieren. So gehören neuere Engagementformen wie Kurzzeitangebote und Patenschaften für die Mehrheit der Freiwilligenagenturen zum Regelangebot. Andere

Engagementfelder, wie die organisierte Nachbarschaftshilfe, die Vorstandsgewinnung in Vereinen, Service Learning mit Schulen und digitale Engagementmöglichkeiten, sind bereits erschlossen oder werden weiterentwickelt. Aufschlussreich ist auch die Bandbreite der Zielgruppen in den Projekten, bei denen vor allem explizit das Engagement von jüngeren, von älteren Menschen und von Menschen mit internationaler Geschichte in den Fokus genommen werden. Insgesamt zeigt sich eine veränderungspositive Grundhaltung der Agenturen: Über 75 Prozent würden – wenn mehr Mittel zur Verfügung stünden – in die Projektentwicklung investieren; ein spannendes Potenzial für noch mehr kreative Schaffenskraft in den Freiwilligenagenturen.

Vision und Zukunftsbilder

Zwei Jahre voller Einschränkungen durch die Pandemie haben viele Herausforderungen für das bürgerschaftliche Engagement gebracht (die Veränderungen durch die Corona-Pandemie sind noch nicht in den Ergebnissen der Studie abgebildet). Freiwilligenagenturen, Vereine und andere zivilgesellschaftliche Organisationen wie auch die ganze Gesellschaft mussten mit Einschränkungen, Abbrüchen und Rückzug umgehen und Sorge für sich und ihre Mitmenschen tragen. Sie setzten mit ihrem Engagement gleichzeitig ein Zeichen der Solidarität für die Gesellschaft und ihren Zusammenhalt.

Aktuell ist die Pandemie weiterhin prägend und der Krieg in der Ukraine erst wenige Monate alt: Viele geflüchtete Menschen sind zu uns gekommen und werden wohl auch bleiben. Damit sind Freiwilligenagenturen – wie bereits 2015 – wieder wichtige Orten der Geflüchtetenhilfe. Freiwilligenagenturen leben dabei ihre Mission, Engagement zu fördern. Das führt allerdings auch an Belastungsgrenzen, besonders weil viele Gewissheiten und Strukturen sich aufzulösen scheinen. Zudem gibt es in vielen weiteren gesellschaftlichen Bereichen die Notwendigkeit und Herausforderung, eine umfassende Transformation zu gestalten. Dazu zählen die weitreichenden Veränderungen durch die Digitalisierung, die Gestaltung von Vielfalt in der Einwanderungsgesellschaft und die Herausforderungen angesichts des Klimawandels.

Diese gesellschaftlichen Herausforderungen können nur mit den Bürger/innen gemeinsam gestaltet werden. Freiwilligenagenturen verfolgen daher das Ziel, das Engagement und die Beteiligung so zu fördern und zu verankern, dass die Bürger/innen auch gesellschaftspolitisch wirken können. Dadurch werden Wege des Miteinanders geebnet, die für jedes demokratische Gemeinwesen grundlegend sind. Wenn sich Bürger/innen mit den eigenen Kompetenzen, Erfahrungen und Interessen einbringen können, übernehmen sie (mehr) Verantwortung für die Gestaltung des kommunalen Lebens und tragen so insgesamt zur Demokratiestärkung und zum gesellschaftlichen Zusammenhalt bei. Diesen Mechanismus müssen wir intensiver fördern, um so alle demokratiestärkenden und eigensinnigen Potenziale des Engagements – gerade in Zeiten der Krisen – gewinnbringender für die Gesellschaft auszuschöpfen.

Überblick über wesentliche Ergebnisse der Studie (1):

1. Positive Entwicklung der Landschaft der Freiwilligenagenturen:

Die Anzahl der Freiwilligenagenturen hat in den vergangenen zehn Jahren zugenommen: Während es im Jahr 2009 bundesweit 360 Freiwilligenagenturen waren, gab es im Jahr 2019 bereits 406 Freiwilligenagenturen. Im Vergleich zu 2009 zeigen sich leichte Veränderungen. Entgegen des bundesweiten Ausbaus von

Freiwilligenagenturen ist in Ostdeutschland – bei einer insgesamt geringeren Verbreitung – eine rückläufige Entwicklung zu beobachten.

2. Große organisationale Heterogenität von Freiwilligenagenturen:

Die Landschaft der befragten Freiwilligenagenturen zeichnet sich durch eine große Heterogenität aus. Die eine Hälfte der Freiwilligenagenturen wurde bis 2007 und die andere Hälfte danach gegründet. Die befragten Freiwilligenagenturen agieren zudem in verschiedenen Wirkungsumfeldern, die von ländlichen Regionen und Kleinstädten über mittelgroße Städte bis hin zu Großstädten reichen. Eine große Heterogenität gibt es auch bei der Trägerschaft. Etwa ein Drittel der befragten Freiwilligenagenturen wird in Trägerschaft eines eigenständigen Vereins oder in kommunaler Trägerschaft, ein Viertel in Trägerschaft eines Wohlfahrtsverbandes und ein Zehntel in Trägerschaft eines Verbundes mehrerer Organisationen betrieben. Andere Trägerschaften sind die Ausnahme. Auffällig ist, dass sich in den letzten zehn Jahren der Anteil der Organisationen, die sich in kommunaler Trägerschaft befinden, deutlich erhöht hat.

3. Verbesserte Ressourcenausstattung von Freiwilligenagenturen:

Die personelle und finanzielle Ausstattung der Freiwilligenagenturen hat sich in den letzten zehn Jahren spürbar verbessert: Über die Hälfte der Freiwilligenagenturen beschäftigt ein bis zwei Mitarbeiter/innen. Nur ein kleiner Teil der befragten Freiwilligenagenturen gibt einen Personalmangel an bzw. hat gar kein hauptamtliches Personal. Hinsichtlich der Finanzierung verfügt etwa die Hälfte der Freiwilligenagenturen über einen Jahresetat von bis zu 50.000 Euro, während die andere Hälfte einen Jahresetat von über 50.000 Euro aufweist. Zugenommen hat der Anteil der kommunalen Finanzierung für Freiwilligenagenturen. Insgesamt ist die Spannweite der Finanzierungsquellen von Freiwilligenagenturen allerdings sehr groß. Beachtung verdienen dabei die oftmals notwendigen, sachlich nicht aber immer sinnvollen Mischfinanzierungen und die nach wie vor ausstehende dauerhafte Finanzierung von Freiwilligenagenturen.

4. Kernprofil wird von vielen Freiwilligenagenturen abgedeckt:

Etwa vier Fünftel der Freiwilligenagenturen decken folgende Arbeitsbereiche ab:

- a) Information und Beratung von Freiwilligen,
- b) Zusammenarbeit mit Organisationen,
- c) Vermittlung von Freiwilligen,
- d) Öffentlichkeitsarbeit für freiwilliges Engagement und damit ein Kernprofil von Freiwilligenagenturen im Bereich der Vermittlung.

Darüber hinaus bieten sehr viele Freiwilligenagenturen weitere Arbeitsbereiche an, wie z.B. Vernetzungsarbeit, Projektentwicklung und Qualifizierungsangebote, jedoch in sehr unterschiedlicher Intensität und abhängig von der Personal- und Finanzausstattung.

5. Verstärkte kommunale Aktivitäten und Akzeptanz von Freiwilligenagenturen:

Die befragten Freiwilligenagenturen zeichnen sich im Vergleich zur Situation vor zehn Jahren über eine stärkere Verankerung und Akzeptanz in ihren Kommunen aus. So sind Freiwilligenagenturen häufiger in lokale Netzwerke eingebunden, kooperieren mit mehr lokalen Akteuren und Organisationen, agieren häufiger als lokale Akteure, haben häufiger Ansprechpersonen in der Kommunalverwaltung und fühlen sich besser in ihrer Kommune wahrgenommen. Dabei hängen sowohl die eigenen Aktivitäten als auch die kommunale Akzeptanz stark von der Personal- und Finanzausstattung von Freiwilligenagenturen ab.

6. Selbstverständnis von Freiwilligenagenturen als gemeinnütziger lokaler Akteur, als Projektentwickler/innen und Berater/innen in gesellschaftlich relevanten Themen:

Die große Mehrzahl der Freiwilligenagenturen versteht sich selbst als gemeinnütziger lokaler Akteur. Als politischer oder wirtschaftlicher Akteur sieht sich nur ein kleiner Teil der Freiwilligenagenturen. Als künftige Arbeitsfelder werden von Freiwilligenagenturen die Entwicklung und Umsetzung von Projekten, die Beratung von Organisationen, Vereinen und Initiativen sowie die lokale Vernetzung für freiwilliges Engagement benannt. Als Zukunftsthemen für die eigene Arbeit geben über die Hälfte der Freiwilligenagenturen Digitalisierung, Integration (bezogen auf Menschen mit Migrationsgeschichte), Demokratiestärkung, Inklusion (bezogen auf Menschen mit Behinderungen) und Klimaschutz an.

7. Hohe Zufriedenheit mit der Bundesarbeitsgemeinschaft (bagfa) und den Landesarbeitsgemeinschaften (lagfa) der Freiwilligenagenturen:

Die große Mehrheit der Freiwilligenagenturen fühlt sich durch die Bundesarbeitsgemeinschaft und die Landesarbeitsgemeinschaften gut informiert und ist mit deren Arbeit zufrieden.

Anmerkungen

(1) Speck, Karsten, Backhaus-Maul, Holger und Krohn, Maud (2021): Freiwilligenagenturen in Deutschland. Die Befunde der dritten quantitativen Wiederholungsbefragung, herausgegeben von der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen e.V., Berlin, S.4/5. Der Bericht kann unter: https://bagfa.de/wp-content/uploads/2022/01/2021_Befunde_Freiwilligenagenturen_in_Deutschland_Druckversion.pdf heruntergeladen oder mit einer formlosen E-Mail an bagfa@bagfa.de als Druckversion bestellt werden.

Autor

Tobias Kemnitzer ist seit 2009 Geschäftsführer der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen e. V. (bagfa). Zuvor war er als fachpolitischer Referent für demografische Entwicklung für die Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen und als Geschäftsführer für die Stiftung für die Rechte zukünftiger Generationen tätig. Tobias Kemnitzer hat Geschichte und Politikwissenschaften in Leipzig und Bologna studiert.

Kontakt: bagfa@bagfa.de

Redaktion

Stiftung Mitarbeit

Redaktion eNewsletter Wegweiser Bürgergesellschaft

Björn Götz-Lappe, Ulrich Rüttgers

Am Kurpark 6

53177 Bonn-Bad Godesberg

E-Mail: newsletter@wegweiser-buergergesellschaft.de