

Rosine Schulz

Arbeitslosigkeit und Freiwilliges Engagement Wie reagieren Freiwilligenagenturen darauf?

„Kultur des Wandels“ – Leitmotiv der 15. Jahrestagung der Freiwilligenagenturen

Veränderungen und Wandlungsprozesse vollziehen sich in zeitlich immer kürzeren Abständen und verursachen immer komplexere Wirkungen. Kennzeichnend für den gesellschaftlichen Wandel der letzten Jahre in Deutschland ist die deutsche Wiedervereinigung, der Wandel der Arbeitsgesellschaft, des Sozialstaates, der demografische Wandel oder auch der Wandel der Bürgergesellschaft.

Transparenz zum Wandel innerhalb des bürgerschaftlichen Engagements bietet uns die seit 1999 im Auftrag des BMFSFJ durchgeführte repräsentative Langzeitstudie des „Freiwilligen-surveys“. Im Fokus stehen hier beispielsweise ein Wandel der Engagementmotive, der Zielgruppen, der Tätigkeitsfelder oder der Organisationsstrukturen.

Die Freiwilligenagenturen als Agenten der Bürgergesellschaft

Ein unverzichtbarer Eckstein dieses Wandels ist die noch recht junge organisatorische Entwicklung der Freiwilligenagenturen, die als eine Erfolgsgeschichte bezeichnet werden kann. Als Agenten der Bürgergesellschaft begleiten und gestalten sie diesen multifunktionalen zivilgesellschaftlichen Wandel auf innovative, unkonventionelle und inzwischen professionelle Art und Weise.

Die innovative Förderung des bürgerschaftlichen Engagements wird als eigentlicher Entstehungshintergrund der Freiwilligenagenturen betrachtet. Sie wenden sich insbesondere an die so genannten „neuen Freiwilligen“, für die traditionelle und herkömmliche Formen des Engagements nicht attraktiv genug sind und denen neue Zugänge und Engagementfelder eröffnet werden sollen.

Viele der heute existierenden Freiwilligenagenturen stehen jedoch immer wieder vor chronischen Ressourcenengpässen. Die Leistungsfähigkeit dieser Organisationen ließe sich erweitern, sofern sie eine adäquate Unterstützung und Förderung erhielten.

Engagementpotenzial Arbeitsloser – eine Herausforderung für Freiwilligenagenturen?

Mit Bezug auf die repräsentative Trenderhebung des „Freiwilligensurveys“ wird freiwilliges Engagement konkretisiert als eine freiwillige, gemeinwohlorientierte, öffentliche, nicht auf materiellen Gewinn gerichtete und gemeinschaftlich ausgeübte Tätigkeit, die sich in Organisationen des Nonprofit-Sektors entfaltet.¹ Den Ergebnissen des Freiwilligensurveys zufolge wird deutlich, dass Arbeitslose und geringer qualifizierte Personen innerhalb des freiwilligen Engagements unterrepräsentiert sind.² Berücksichtigt man jedoch bei den noch nicht freiwillig engagierten Personen deren Bereitschaft zum Engagement, so zeigt sich, dass dieses „externe“ Engagementpotenzial überwiegend durch die Gruppe der Arbeitslosen getragen wird. In den alten wie in den neuen Bundesländern wären in 2004 jeweils 48 % der noch nicht engagierten Arbeitslosen zu einem freiwilligen Engagement bereit gewesen.

Lenkt man erneut den Blick auf die Freiwilligenagenturen, so werden diese innerhalb der Agenda der Enquetekommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ auch wie folgt charakterisiert: Freiwilligenagenturen *umwerben die Engagementbereitschaft* der Bürgerinnen und Bürger und bieten Interessierten eine breite Auswahl individueller Möglichkeiten zum Engagement an. Hierbei wenden sie sich an *alle* Bevölkerungsgruppen, mit dem Ziel, eine möglichst genaue institutionelle Passung zwischen den individuellen Interessen und Motiven der Freiwilligen sowie den Anforderungen und Erwartungen der Organisationen zu erreichen.

¹ Vgl. das zweite Freiwilligensurvey: Thomas Gensicke/Sibylle Picot/Sabine Geiss (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999 – 2004*. Empirische Studien zum bürgerschaftlichen Engagement, Wiesbaden 2006, S. 34 ff.;

BMFSFJ (Hrsg.), *Monitor Engagement. Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999 – 2004 – 2009*. Kurzbericht des 3. Freiwilligensurveys, BMFSFJ Ausgabe Nr. 2/2010.

² Tatsächlich freiwillig engagiert waren im Jahr 2004 40 % aller Erwerbstätigen, 27 % aller Arbeitslosen und 20 % aller ungelerten Arbeiter. Die Angaben zum freiwilligen Engagement Arbeitsloser im Erhebungsjahr 2009 können dem Gesamtbericht des 3. Freiwilligensurveys entnommen werden, der vor der Publikation dieses Beitrages noch nicht öffentlich zugänglich war.

Dieser Anspruch, alle Bevölkerungsgruppen zu umwerben, in Verbindung mit dem oben beschriebenen empirischen Befund zur Unterrepräsentanz Arbeitsloser im freiwilligen Engagement, stellt Freiwilligenagenturen vor neue Herausforderungen. Wie stehen die Freiwilligenagenturen diesen gegenüber und welche zukünftigen Entwicklungschancen sehen sie diesbezüglich?

Einblicke in die Studie „Kompetenz-Engagement“

Innerhalb einer eigenen empirischen Studie bin ich den folgenden drei Fragen nachgegangen: Welche Auswirkungen hat freiwilliges Engagement speziell auf die Gruppe der Arbeitslosen? Gibt es einen Zusammenhang zwischen den gegenwärtigen Engagementstrukturen innerhalb der Organisationen des Nonprofit-Sektors und der Unterrepräsentanz Arbeitsloser innerhalb des freiwilligen Engagements? Wie kann das freiwillige Engagement Arbeitsloser gefördert werden?

Zur Beantwortung dieser Fragen wurden 15 leitfadengestützte Experteninterviews in Sachsen, Sachsen-Anhalt, Hessen und Berlin durchgeführt. Befragt wurden Sachverständige innerhalb unterschiedlicher Organisationen des Nonprofit-Sektors, bei denen sowohl ein Kontakt zu arbeitslosen Freiwilligen als auch zu den übrigen Freiwilligen innerhalb der Organisationen vorausgesetzt werden konnte, um auf diese Weise vergleichbare Ergebnisse zu erhalten. Zu den befragten Sachverständigen gehörten beispielsweise die Leiter/-innen verschiedener Freiwilligenagenturen, eine Referentin des Generalsekretariates des Deutschen Roten Kreuzes – dort zuständig für den Bereich des Ehrenamtes –, Leiterinnen des Projektes „Generationsübergreifende Freiwilligendienste“ (GÜF), Sprecher zweier verschiedener Landesarbeitsgemeinschaften der Freiwilligenagenturen, ein Vorstandsmitglied der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen, der Geschäftsführer der LandesEhrenamtsagentur Hessen und der Geschäftsführer des Bundesnetzwerks Bürgerschaftliches Engagement. Die empirische Erhebung wurde auf der individuellen Ebene durch ein Gruppeninterview mit vier langzeitarbeitslosen Frauen, die sich freiwillig engagierten, ergänzt.

Erfahrungsmerkmale der Erwerbsarbeit

Innerhalb dieser Studie wird der Strukturwandel des deutschen Arbeitsmarktes mit seinen beobachtbaren Veränderungen quantitativer sowie qualitativer Art vorangestellt. Dabei lässt sich die dominierende erwerbszentrierte Integration in unserer Gesellschaft insbesondere über die folgenden Erfahrungsmerkmale der Erwerbsarbeit begründen, von denen diejenigen, die einer Erwerbsarbeit nachgehen, profitieren: Wahrnehmung einer sinnvollen Aufgabe und Erfahrung einer Tagesstruktur, Einbindung in soziale Netzwerke, Kompetenzerwerb, Identitäts- und Statusbezug sowie Einkommensbezug und soziale Absicherung.³

Der derzeitige konjunkturelle Aufschwung erreicht nicht alle erwerbswilligen Menschen, denn 33 Prozent der im Oktober dieses Jahres registrierten Arbeitslosen sind länger als 12 Monate arbeitslos; gegenüber dem Vorjahr erhöhte sich ihr Anteil an allen Arbeitslosen um zwei Prozentpunkte. Von den 2.945.000 registrierten Arbeitslosen im Oktober gehören 2.037.000 zum Kreis der Hartz-IV-Empfänger.⁴ Die strukturellen Veränderungen auf dem deutschen Arbeitsmarkt zeigen, dass die integrierende Funktion der Erwerbsarbeit für einen immer größer werdenden Personenkreis verloren geht, denn sowohl Erwerbslosen als auch Menschen in prekären Beschäftigungsverhältnissen bieten sich kaum noch Möglichkeiten, von den oben genannten Erfahrungsmerkmalen zu profitieren.

Erfahrungsmerkmale des freiwilligen Engagements

Die Ergebnisse der Studie „Kompetenz-Engagement“ führen zu folgender These: Freiwilliges Engagement bietet den Engagierten insbesondere immaterielle Vorteile, die Parallelen zu den Erfahrungsmerkmalen der Erwerbsarbeit aufweisen. Folgende Erfahrungsmerkmale freiwilligen Engagements habe ich dabei herausgearbeitet:

- Freiwilliges Engagement bietet den Engagierten eine sinnvolle Aufgabe und eine Strukturierungsmöglichkeit ihres Alltags, die für die Gruppe der Arbeitslosen unter den Freiwilligen eine Orientierungs- und Ankerfunktion übernimmt.
- Menschen, die aus sozialen Netzwerken herausgefallen sind, wird das Knüpfen neuer sozialer Kontakte erleichtert.

³ Vgl. Rosine Schulz, Kompetenz-Engagement. Ein Weg zur Integration Arbeitsloser in die Gesellschaft, Wiesbaden 2010, Kapitel 3.

⁴ Vgl. Bundesagentur für Arbeit. Statistik. Der Arbeits- und Ausbildungsmarkt in Deutschland, Monatsbericht Oktober 2010.

- Freiwilliges Engagement ermöglicht die Erhaltung und Erweiterung der sozialen und fachlichen Kompetenzen über gezielte Qualifizierungen sowie über informelle Lernprozesse, die einen beträchtlichen Beitrag dazu leisten, den wachsenden Herausforderungen eines „lebenslangen Kompetenzerwerbs“ begegnen zu können.
- Innerhalb der Organisationen des Nonprofit-Sektors, die eine gezielte Anerkennungskultur für ihre Freiwilligen etabliert haben, erfahren auch Arbeitslose für ihren Einsatz Wertschätzung und Anerkennung. Dies fördert ein neues, selbstbewusstes Auftreten sowie eine Stärkung der Persönlichkeit dieser Menschen.
- Situationsbezogen werden auch Aufwandsentschädigungen und geringfügige finanzielle Pauschalen angeboten, die bedürftigen Personen eine Freiwilligentätigkeit ermöglichen, die sie sich ohne diesen materiellen Rahmen nicht leisten könnten.

Wenn freiwilliges Engagement den Engagierten die oben beschriebenen Vorteile bietet, weshalb engagieren sich dann nicht auch mehr Erwerbslose? Und wieso finden engagementbereite Erwerbslose nicht den Weg zum freiwilligen Engagement? Nachfolgend werden einige Anregungen für Freiwilligenagenturen unterbreitet – in Form dreier verschiedener Ansätze einer Perspektivenerweiterung.

I. Perspektivenerweiterung der Öffentlichkeitsarbeit

Die Organisationen des Nonprofit-Sektors lassen sich – hinsichtlich der auf die in diesem Beitrag in den Blick genommenen Gruppe der Erwerbslosen – in ihrer Öffentlichkeitsarbeit wie folgt unterscheiden:

- (1) Organisationen, die vor allem das *Bildungsbürgertum* als Freiwillige umwerben.
- (2) Organisationen, die an öffentlichen Förderprogrammen teilnehmen, die direkt an die Zielgruppe der Erwerbslosen adressiert sind. Ein Wechsel der Inanspruchnahme der Fördermittel bedingt einen Wechsel in der Umwerbung der jeweiligen Zielgruppen als potenzielle Freiwillige. Für diesen Typ hat sich umgangssprachlich der Begriff „*Projektitis*“ etabliert.
- (3) Organisationen, die keine bestimmte Zielgruppe favorisieren und dem *Zufallsprinzip* Vorrang geben. In Abhängigkeit davon, ob sich im unmittelbaren regionalen Umfeld der jeweiligen Vermittlungsagentur ein hoher Anteil an Erwerbslosen befindet, besteht die Wahrscheinlichkeit, dass diese Agenturen mit ihrer Beratungs- und Vermittlungstätigkeit auch einen entsprechend hohen Anteil an Erwerbslosen erreichen.

Im ersten Fall entsteht der Eindruck, freiwilliges Engagement sei besonders attraktiv für gut ausgebildete Rentner, Schüler und Studenten sowie Erwerbstätige. Innerhalb der Studie finden sich Aussagen, dass zur größten Gruppe derjenigen, die sich "bei uns engagieren" die „Zeitungsleser“, „Berufstätige“ und „aufgeklärte Bürger, die wissen, was um sie herum passiert“ gehören. Das Zitat „Moderne Analphabeten vermitteln wir nicht“ bezieht sich auf Menschen ohne Führerschein bzw. ohne Erfahrung im Umgang mit modernen Medien. Geringer Qualifizierten, Arbeitslosen und sozial benachteiligten Menschen wird in diesen Fällen eine eher „paternalistische“ Fürsorgepflicht entgegengebracht, d. h. diesen Menschen werden über das Engagement der eher besser situierten und gut ausgebildeten Freiwilligen Hilfsangebote unterbreitet, die bspw. von Lebensmitteltafeln bis zu Patenschaften in der Alltagsbegleitung reichen.

Wandel könnte hier beispielsweise bedeuten, einen Perspektivenwechsel vorzunehmen und diesen geringer qualifizierten oder benachteiligten Personen eine gezielte „Hilfe zur Selbsthilfe“ anzubieten. Gemeinnützige Organisationen, die zwar professionelle Organisationsstrukturen aufweisen, bei ihren Freiwilligen jedoch einen hohen Grad an Eigeninitiative und Selbstständigkeit voraussetzen, müssten zusätzlich spezifische *Zuwendungsstrategien* etablieren, sofern sie Bevölkerungsgruppen ansprechen wollen, die sie über ihre bisherige Öffentlichkeitsarbeit nicht oder nur per Zufall erreichen. Neben einer veränderten Öffentlichkeitsarbeit besteht die große Herausforderung darin, die Ansprechpartner der Freiwilligen in den Einsatzstellen der jeweiligen gemeinnützigen Organisationen auf die veränderten Bedürfnisse dieser neuen Gruppe von Freiwilligen vorzubereiten. Diese benötigen mehr Orientierungs- und Begleitungsprozesse, sofern sie innerhalb ihres oftmals ersten freiwilligen Engagements positive Erfahrungen sammeln sollen, sodass sie auch noch nach einer Rückkehr in den ersten Arbeitsmarkt weiterhin an einer Engagementtätigkeit interessiert bleiben. Innerhalb der Studie Kompetenz-Engagement beziehen sich die dazugehörigen Praxisbeispiele auf die Interviews mit der jeweiligen Leiterin des Freiwilligenzentrums Offenbach, der Freiwilligenagentur Nordharzregion oder des Projektes im Rahmen des Generationsübergreifenden Freiwilligendienstes in Sachsen. Hinzu kommt, dass *neue Engagementangebote* für Menschen kreiert werden müssen, die mit dem Risiko konfrontiert sind, sowohl den Anschluss an die Arbeitsgesellschaft als auch an die Bürgergesellschaft zu verpassen. Für sie sind Einsatzfelder erforderlich, die den Bildungsfaktor relativieren.

Ein weiteres Hemmnis, das es zu überwinden gilt, ist das negative *Image*, das Erwerbslose sowie benachteiligte Bevölkerungsgruppen in der Gesellschaft haben und das sich auch auf ihre Engagementtätigkeit überträgt. Es erschließen sich immer mehr Gründe dafür, dass Erwerbslose im freiwilligen Engagement unterrepräsentiert sind: ein negativer Imageaspekt, generelle Alltagsschwierigkeiten Erwerbsloser und ein häufig damit einhergehendes vermindertes Selbstbewusstsein sowie die bislang vielerorts noch fehlende Erfahrung dieses Personenkreises im freiwilligen Engagement in Verbindung mit den oft fehlenden adäquaten Engagementsetzstellen.

II. Perspektivenerweiterung der Anerkennungskultur

Die Studienergebnisse weisen auf unterschiedliche Perspektiven einer Balance im „Geben und Nehmen“ innerhalb des Engagements hin. In den gemeinnützigen Organisationen, in denen sich überwiegend Personen aus dem Bildungsbürgertum engagieren (wie bspw. die Freiwilligen, die über die Freiwilligenagentur „BüroAktiv“ in Frankfurt/Main vermittelt werden), findet sich häufig das Engagement-Motiv, „der Gesellschaft aus Dankbarkeit etwas zurückgeben zu wollen“. Die Leiterin des GÜF-Projektes in Sachsen – das zum Interviewzeitpunkt über 80 % Langzeitarbeitslose unter den vermittelten Freiwilligen umfasst – vertritt die Meinung, dass diese Freiwilligen für ihre Engagementleistung, die sie der Gesellschaft gegenüber erbringen, auch etwas „zurückbekommen“ müssen. Ein konträrer Ausgleichsanspruch zwischen „Geben und Nehmen“ stellt sich ein, der sich auch in den entsprechenden Anerkennungsformen spiegelt. Die gemeinnützigen Organisationen stehen vor der Herausforderung, ihre Anerkennungsformen des Engagements an diesen unterschiedlichen Gegenleistungsprinzipien auszurichten.

Die selbstbewussten Freiwilligen, die sich anhand ihres geleisteten Beitrags innerhalb ihrer Engagementtätigkeit der Gesellschaft gegenüber als dankbar erweisen wollen, erkennen einen Erfahrungsaustausch, die Wahrnehmung von Mitbestimmungsrechten oder die Möglichkeit, konstruktive Kritik äußern zu dürfen, als eine für sie angemessene Anerkennungsform an. Für einen bildungsbürgerlichen Personenkreis stellt auch die medienwirksame Bekanntmachung ihrer Engagementaktivitäten durch Veröffentlichungen in der Presse oder im Rundfunk eine bevorzugte Form der Wertschätzung dar.

Dagegen müssen langzeitarbeitslosen sowie sozial benachteiligten Personen zunächst Chancen eröffnet werden, um an der Gestaltung der Gesellschaft teilzuhaben, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen und die oben beschriebenen Vorteile eines freiwilligen Engagements erfahren zu können. Dazu bedarf es einer aktiven Ermutigung dieser Personen und der Etablierung einer bedarfsgerechten Anerkennungskultur innerhalb der gemeinnützigen Organisationen, mit dem Ziel, diesen Menschen zu helfen, ihr Selbstbewusstsein zu steigern und ihre tatsächlichen Potenziale zu entdecken, damit sie sich zutrauen, diese in ihrem Engagement einzubringen. Für Freiwilligenagenturen, die anhand ihrer regelmäßig geführten Beratungs- und Vermittlungsstatistiken erkennen, dass dieser Personenkreis in ihrem Umfeld unterrepräsentiert ist, ergeben sich Anregungen in Richtung eines entsprechend angepassten Freiwilligenmanagements, das zusammen mit den jeweiligen Einsatzstellen eine zielgruppenorientierte Erweiterung der Anerkennungsinstrumente zum Inhalt haben kann.

III. Perspektivenerweiterung in Richtung eines Kompetenz-Engagements

Im Hinblick auf den Aspekt des Kompetenzerwerbs kristallisieren sich zwei Richtungen heraus: Dies sind einerseits die Bildungsangebote in Form gezielt organisierter Seminare und Fortbildungen sowie andererseits Synergieeffekte, die sich in Form einer qualifizierenden Wirkung durch die alleinige Ausübung einer freiwilligen Engagementtätigkeit einstellen. Die vermittelnden Agenturen können zusammen mit den Freiwilligen-Koordinatoren in den gemeinnützigen Organisationen auf die Gestaltung dieser Alternativen eines Kompetenzerwerbs Einfluss nehmen.

Zwei Beispiele zu den organisierten Qualifizierungen: (1) Die überwiegend arbeitslosen Freiwilligen, die über die Freiwilligenagentur Nordharzregion vermittelt und während ihrer Engagementtätigkeit in den Einsatzstellen weiterhin von dieser begleitet werden, erhalten die Möglichkeit, an Fortbildungen teilzunehmen, die sich vorrangig an ihren Engagementsinsatzfeldern und ihren eigenen Bedürfnissen ausrichten. Dazu gehören ausgewählte Seminarthemen zu Kommunikation, Konfliktbeherrschung, Bewerbungstrainings etc. (2) Für die Arbeitslosen, die sich über das GÜF-Projekt in Sachsen engagiert haben, wurden monatliche Bildungstage organisiert. Neben den Fachvorträgen wurden die Freiwilligen zur Teilnahme an Rollenspielen animiert. Diese sollten den Freiwilligen helfen, ihre persönlichen Hemmungen zu überwinden, sich selbst aktiv in Gruppenaktivitäten einzubringen, ihre Konzentrationsfähigkeit zu trainieren sowie zu lernen, ein reflektiertes Feedback zu erteilen.

Im Hinblick auf die gezielte Qualifizierung weist der Geschäftsführer der LandesEhrenamtsagentur Hessen auf eine erweiterte Perspektive hin: Die flächendeckenden und bedarfsgerechten Qualifizierungsangebote in Hessen sind nicht nur für die Freiwilligen konzipiert, sondern auch für die hauptamtlichen Mitarbeiter und Koordinatoren in den gemeinnützigen Organisationen, die mit den Freiwilligen zusammenarbeiten bzw. diese begleiten. Hochprofessionelle Strukturen eines modernen Freiwilligenmanagements reichen hier so weit, dass bspw. die Verantwortlichen des Freiwilligenzentrums Kassel oder der Freiwilligenagentur „BüroAktiv“ in Frankfurt/Main den Fokus der Qualifizierung auf die gemeinnützigen Organisationen richten, und weniger auf die Freiwilligen.

Dieser erweiterte Ansatz beruht auf der Annahme, dass die Koordinatoren und Betreuer der Freiwilligen in den jeweiligen Organisationen entsprechend zu qualifizieren sind, damit die Freiwilligen innerhalb ihres Engagements positive Erfahrungen sammeln können und somit gleichzeitig zu einem langfristigen Engagementsinsatz motiviert werden. Einige Praxisbeispiele zeigen jedoch, dass Organisationen und Freiwilligenagenturen, die diesen Qualifizierungsansatz praktizieren, einen hohen Anteil an bildungsbürgerlichen und einen nur geringen Anteil an weniger qualifizierten sowie arbeitslosen Freiwilligen aufweisen. Eine Perspektivenerweiterung könnte hier konkret bedeuten, die Qualifizierung der Koordinatoren in den Einsatzstellen der jeweiligen gemeinnützigen Organisationen dahin gehend auszubauen, dass diese Koordinatoren auf die veränderten Bedürfnisse einer für sie neuen Gruppe von Freiwilligen – die aus sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen stammen – vorbereitet werden.

Gleichzeitig darf nicht übersehen werden, dass eine gezielte Qualifizierung entsprechende finanzielle Ressourcen voraussetzt. Die Interviewpartnerin einer Freiwilligenagentur in einem strukturschwachen Stadtteil Berlins verweist auf fehlende Ressourcen für Fortbildungen der Freiwilligen. Die Synergieeffekte eines freiwilligen Engagements zeigen jedoch auch bei Ressourcenknappheit ihre qualifizierende positive Wirkung. Engagement bietet den Freiwilligen die Möglichkeiten, ihre Fähigkeiten zu erhalten und auszubauen oder ein Umfeld zu finden, innerhalb dessen sie – ohne Angst haben zu müssen, zu scheitern bzw. negativ bewertet zu werden – neue Tätigkeitsfelder ausprobieren und darüber neue Chancen entdecken können. Unbestritten ist auch die persönlichkeitsstabilisierende Wirkung eines Engagements für arbeitslose Freiwillige mit ihren positiven Seiten bei der Jobsuche und insbesondere bei den Bewerbungsgesprächen.

Für die Arbeitslosen unter den Freiwilligen stellen sich die Möglichkeiten zur Qualifizierung, Neuorientierung und Persönlichkeitsstärkung über ein Engagement als wichtige Schlüsselkomponenten heraus. Für ihre Rückkehr in den ersten Arbeitsmarkt und die Erfüllung des dortigen Anforderungsprofils können sie eine Brückenfunktion übernehmen, die sich konkret in der Kompetenzerhaltung und -erweiterung ausdrückt. Innerhalb der hier beschriebenen Studie habe ich hierfür den Begriff „Kompetenz-Engagement“ – speziell für ein freiwilliges Engagement Arbeitsloser – eingeführt.

Mögliche Vorbehalte vonseiten der Freiwilligenagenturen?

Die Bürgergesellschaft darf sich weder ihrer politischen noch ihrer kulturellen oder sozialintegrativen Verantwortung entziehen. Dies setzt ein bewusstes Bemühen um die Inklusion aller gesellschaftlichen Gruppen und die Förderung der Chancengleichheit voraus.

Der mancherorts ungewollte Ausschluss Erwerbsloser und sozial Benachteiligter aus der Bürgergesellschaft kann vonseiten der Freiwilligenagenturen steuernd verhindert werden. In diesem Beitrag wurden folgende Steuerungsalternativen erwähnt: eine erweiterte zielgruppenorientierte Öffentlichkeitsarbeit, eine der neuen Zielgruppe entsprechend ausgerichtete Einbindungsstrategie und angemessene Ankerkennungskultur sowie die Ermöglichung eines Kompetenzerwerbs, der sich ebenfalls an den verschiedenartigen Zielgruppen orientiert.

Diesen Entwicklungschancen werden vonseiten der Freiwilligenagenturen auch folgende Vorbehalte entgegengebracht: Der gezielte Umgang mit Erwerbslosen sei kein originäres Tätigkeitsfeld der Freiwilligenagenturen bzw. die Freiwilligenagenturen würden hier an ihre Grenzen stoßen. Diese Bedenken sind wichtig und ernst zu nehmen! Ein gemeinsamer Austausch mit Partnern, die inzwischen konkrete Erfahrungen mit der Zielgruppe der Erwerbslosen als freiwillig Engagierte gesammelt haben, könnte allerdings Perspektiven erweitern und die bewusste Gestaltung des Wandels verändern.

Ein weiteres Beispiel aus der Praxis

Die Freiwilligenagentur Nordharzregion in Sachsen-Anhalt liegt in einer Region, die eine bundesweit überdurchschnittlich hohe Quote an Langzeitarbeitslosen aufweist. Diese Freiwilligenagentur (FA) entwickelte sich 2002 aus dem Projekt „Dritte Chance“ heraus, in dem

Langzeitarbeitslose über freiwilliges Engagement wieder fit für den ersten Arbeitsmarkt gemacht werden sollten. Nachdem die öffentlichen Mittel, mit denen das Projekt bei seiner Neugründung gefördert wurde, ausgelaufen waren, gelang es der Leiterin dieser FA, über unkonventionelle Wege eine solide Finanzierungsbasis für die weiteren Tätigkeiten der FA zu sichern. Kennzeichnend für dieses Praxisbeispiel ist die aktive Beteiligung der gemeinnützigen Organisationen an der Finanzierung der anfallenden Aufwendungen. Die Leiterin der FA versuchte, den knappen Ressourcen sowohl ihrer engagementbereiten Freiwilligen als auch der gemeinnützigen Organisationen gerecht zu werden und setzte sich für die Erzielung einer „win-win“-Situation ein. Die gemeinnützigen Einrichtungen übernehmen für die Freiwilligen die Unfall- und Haftpflichtversicherung sowie die Bezahlung einer Aufwandspauschale von 76 Euro für ihre Freiwilligentätigkeit von 15 Stunden in der Woche. Diese Strukturen erwiesen sich für die Zielgruppe der Erwerbslosen als vorteilhaft, sodass deren Nachfrage nach Freiwilligentätigkeiten in der betreffenden Region weitaus größer war als das Angebot an Einsatzstellen in gemeinnützigen Einrichtungen. Um diese Lücke zu schließen, gründete das Team dieser FA das Projekt „Alltagshilfe“, das sich an hilfsbedürftige Menschen im privaten Bereich richtet. Eine weitere „win-win“-Situation wurde generiert, indem die potenzielle Engagementbereitschaft der Menschen in der betreffenden Region aktiviert und darüber gleichzeitig gegenwärtigen Herausforderungen des demografischen Wandels mit Lösungsansätzen begegnet wurde. Im Projekt „Alltagshilfe“ erhalten die freiwilligen Helfer von der hilfsbedürftigen Person eine Aufwandsentschädigung in Höhe von 2,50 Euro pro Stunde. Die Mitarbeiter/-innen der FA führen Hausbesuche bei den hilfsbedürftigen Personen durch, beraten beide Parteien über die Rahmenbedingungen dieser Freiwilligeneinsätze und versuchen, bei der Vermittlung der Freiwilligen auf eine gewisse „Passung“ zu achten.⁵

Die Notwendigkeit förderlicher Rahmenbedingungen

Das dominierende Leitbild der Enquetekommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ ist das eines „ermöglichenden“ Staates, der über geeignete Rahmenbedingungen und Infrastrukturmaßnahmen die Wirkungsweise der Bürgergesellschaft unterstützt.

⁵ Vgl. Rosine Schulz, Kompetenz-Engagement: Ein Weg zur Integration Arbeitsloser in die Gesellschaft, Wiesbaden 2010. S. 156 f., S. 160 f. sowie Kapitel 6.4. Dort auch weitere Beispiele aus der Praxis.

Organisationen, die sich generell auf öffentlich geförderte Projekte stützen, stehen vor der Herausforderung, eine aufkommende „Projektitis-Situation“ mit ihren negativen Effekten zu vermeiden. Ziel sollte sein, positive Projektwirkungen nach Auslaufen der Projektförderung über andere Wege weiterzuverfolgen. Erwähnt werden kann in diesem Zusammenhang das vom Bundesfamilienministerium (BMFSFJ) geförderte Programm „Generationsübergreifende Freiwilligendienste“ (GÜF). Die Strukturen des dazugehörigen Projektes in Sachsen – organisiert durch die Paritätischen Freiwilligendienste Sachsen – wurden mit dem Ziel etabliert, insbesondere den Bedürfnissen Langzeitarbeitsloser zu entsprechen. Nach Auslaufen der dreijährigen GÜF-Förderung ist es der Leiterin des oben erwähnten Projektes gelungen, eine Weiterführung desselben mit der öffentlichen Förderung im Rahmen des Programms „Freiwilligendienste aller Generationen“ (FDaG) zu ermöglichen. Sowohl an der Zielgruppe als auch an den etablierten Projektrahmenbedingungen konnte weiterhin festgehalten werden.

Es lassen sich in der Praxis auch Projektprogramme lokalisieren, die über das Bundesministerium (BMAS) öffentlich gefördert werden. Damit es hier nicht bei wenigen Einzelbeispielen bleibt, sind die Vertreter der Arbeitsmarktpolitik von den nachhaltigen positiven Effekten eines Kompetenz-Engagements Arbeitsloser noch zu überzeugen, um Ressourcen der aktiven Arbeitsmarktpolitik vermehrt auch zur Etablierung der notwendigen Engagement-Infrastruktur einzusetzen. Erstrebenswert ist außerdem eine ressortübergreifende Zusammenarbeit bei der Förderung des bürgerschaftlichen Engagements.

Eckpunkte der Nationalen Engagementstrategie

Die gegenwärtige Entwicklung der deutschen Bürgergesellschaft wird durch einige erwähnenswerte engagementpolitische Meilensteine begleitet. Dazu gehören die Agenda der Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ von 2002, die Gründung des Bundesnetzwerkes Bürgerschaftliches Engagement in 2002, die Inkraftsetzung des Unterausschusses „Bürgerschaftliches Engagement“ in 2006, das erfolgreiche Wirken des Nationalen Forums für Engagement und Partizipation seit 2009 oder die Nationale Engagementstrategie, die im Oktober 2010 durch das Bundeskabinett beschlossen wurde.

Mit der Nationalen Engagementstrategie⁶ legt die Bundesregierung die Grundlage für eine gemeinsame und aufeinander *abgestimmte Engagementförderung aller Ressorts*. Darin heißt es: Eine moderne Engagementpolitik soll Engagement in der Weise fördern, dass sich auch bislang engagementfernen Menschen Möglichkeiten zum Engagement und damit zur Integration und zur Teilhabe an unserer Gesellschaft bieten.

In der Nationalen Engagementstrategie wird die Förderung der Beschäftigungsfähigkeit Arbeitsloser durch Engagement über das BMFSFJ und das BMAS ausdrücklich erwähnt. Die bessere Nutzung der Potenziale engagementpolitischer Instrumente und arbeitsmarktpolitischer Maßnahmen zur Eingliederung von Menschen in den Arbeitsmarkt soll genauer untersucht werden. Als ein mögliches funktionierendes Praxisbeispiel werden die Freiwilligendienste aller Generationen genannt, die auch das Ziel verfolgen sollen, Langzeitarbeitslose wieder an den Arbeitsmarkt heranzuführen.

Ausblick

Das Potenzial der Freiwilligenagenturen zeigt sich insbesondere an den erfolgreichen Errungenschaften im Bereich der sich wandelnden Bürgergesellschaft der letzten Jahre. Zweifellos bedürfen diese Agenten der Zivilgesellschaft, um weiterhin erfolgreich steuern und agieren zu können, einer nachhaltigen Unterstützung und Förderung vonseiten des Bundes, der Länder und der Kommunen.

Die oben erwähnten engagementpolitischen Meilensteine markieren einen langen Weg, der vonseiten der zivilgesellschaftlichen Akteure souverän beschritten worden ist. Dieselben Akteure haben auch Einfluss auf die Umsetzung der Nationalen Engagementstrategie sowie die geplante Inkraftsetzung des Gesetzes zur Engagementförderung. Die Freiwilligenagenturen können weiterhin ihren aktiven Beitrag dazu leisten, und sie haben, nicht zuletzt auch über ihre professionelle Vernetzung, über die jeweiligen Landesarbeitsgemeinschaften und die Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen, ein nicht zu unterschätzendes Gewicht.

⁶ Vgl. Nationale Engagementstrategie der Bundesregierung, 6.10.2010, online: www.b-b-e.de/fileadmin/inhalte/aktuelles/2010/10/Nationale%20Engagementstrategie_10-10-06.pdf (22.10.2010).