

Holger Backhaus-Maul, Karsten Speck

Freiwilligenagenturen in Deutschland

Potenziale auf kommunaler Ebene

1. Freiwilligenagenturen als intermediäre Organisationen

Moderne Gesellschaften erfordern intermediäre Organisationen, die zumindest in Aussicht stellen können, die steigenden gesellschaftlichen Kommunikations- und Übersetzungsleistungen überhaupt zu bewerkstelligen.¹ Dabei empfehlen sich in allen Engagementangelegenheiten – folgt man ihrem Selbstverständnis – Freiwilligenagenturen als Prototyp intermediärer Organisationen. Sie können als „junge“ Organisation mittlerweile in einigen Großstädten auf eine rund dreißigjährige Tradition zurückgreifen, die bis weit in die Milieus und Strukturen neuer sozialer Bewegungen in den 1970er- und 1980er-Jahren zurückreicht.² Für die „Pioniere“ unter den Freiwilligenagenturen war die Auseinandersetzung mit etablierten Organisationen und trägen Institutionen ein zentrales Gründungsmotiv. Die Erfahrungen mit der relativen Geschlossenheit auf Seiten von Institutionen und Verbänden³, wie der Freien Wohlfahrtspflege und dem Bildungssystem, stellen für Freiwilligenagenturen immer noch einen wesentlichen Ausgangspunkt für Bestrebungen zur Öffnung von Institutionen und Organisationen dar. Dieses Anliegen kommt im Selbstverständnis von Freiwilligenagenturen treffend zum Ausdruck, wenn sie sich etwa als Vermittlungsagenturen zwischen Bürger/innen und Organisationen und als gesellschaftliche Entwicklungsagenturen in Engagementangelegenheiten verstehen.⁴

Im Folgenden soll anhand neuer empirischer Befunde der Frage nachgegangen werden, inwiefern Freiwilligenagenturen in Engagementangelegenheiten über ein Potenzial als intermediäre Organisationen verfügen und dieses gegebenenfalls auf lokaler Ebene in Deutschland auch zur Entfaltung bringen können.



Karsten Speck

2. Ausgangslage der sozialwissenschaftlichen Erforschung

Seit Anfang der 2000er-Jahre finden Freiwilligenagenturen auch Aufmerksamkeit in Teilbereichen der Sozialfor-

1) Grundlegend Streeck, W.: Vielfalt und Interdependenz. Überlegungen zur Rolle intermediärer Organisationen in sich ändernden Umwelten, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Heft 2/1986, S. 452–470; vgl. Angerhausen, S./Backhaus-Maul, H./Offe, C./Olk, T./Schiebel, M.: Überholen ohne einzuholen. Die freie Wohlfahrtspflege in Ostdeutschland, Opladen 1998; Boebenecker, K.-H.: Inter-

mediäre Organisationen, in: Maelicke, B. (Hrsg.), Lexikon der Sozialwirtschaft, Baden-Baden 2008, S. 520–522; Olk, T./Evers, A. (Hrsg.): Wohlfahrtspluralismus, Opladen 1996.

2) Vgl. Brand, K.-W.: Neue soziale Bewegungen. Entstehung, Funktion und Perspektive neuer Protestpotenziale. Eine Zwischenbilanz, Opladen 1982; Brand, K.-W./Büsser, D./Rucht, D.: Aufbruch in eine andere Gesellschaft. Neue soziale Bewegungen in der Bundesrepublik, Frankfurt am Main/New York 1983.

3) Vgl. Backhaus-Maul, H./Speck, K.: Bürgerschaftliches Engagement 2005. Eine empirische Untersuchung des bürgerschaftlichen Engagements in den Mitgliedsorganisationen des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes Berlin, Halle/Potsdam 2005; Backhaus-Maul, H.: Engagierte Organisationen. Welche Faktoren begünstigen Engagierte in sozialen Diensten und Einrichtungen?, in: Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege (Hrsg.): Sozialwirtschaft – mehr als Wirtschaft? Baden-Baden 2010, S. 175–180.

4) Vgl. Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen: Anleitung zum Aufbau einer Freiwilligenagentur, Berlin 2007; Ebert, O.: Freiwilligenagenturen: Profile, Erfolgskriterien, Probleme. Gutachten für die Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ des Deutschen Bundestages, in: Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ des Deutschen Bundestages (Hrsg.): Bürgerschaftliches Engagement in den Kommunen. Band 8, Opladen 2003, S. 53–108; Jakob, G./Janning, H.: Freiwilligenagenturen als Mittler zwischen Unternehmen und Non-Profit-Organisationen, in: Wirtschaftspsychologie, Heft 1/2007, S. 14–22.



Holger Backhaus-Maul

Holger Backhaus-Maul, Soziologe und Verwaltungswissenschaftler, Fachgebiet „Recht, Verwaltung und Organisation“ der Philosophischen Fakultät III an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Kontakt: holger.backhaus-maul@paedagogik.uni-halle.de;
Dr. Karsten Speck ist Professor für Forschungsmethoden in den Bildungs- und Erziehungswissenschaften an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, Kontakt: karsten.speck@uni-oldenburg.de

schung,⁵ wenngleich der sozialwissenschaftliche Kenntnisstand immer noch als unzureichend zu beschreiben ist. Hervorzuheben ist zunächst eine quantitative Selbstuntersuchung der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen aus dem Jahr 2002.⁶ Diese Studie verweist u.a. auf eine relativ geringe Bestandsdauer von Freiwilligenagenturen, eine Vielfalt und bisweilen auch die Beliebbarkeit von Arbeitsschwerpunkten sowie eine insgesamt als unzureichend und in Einzelfällen als defizitär einzuschätzende finanzielle Absicherung der zumeist noch „jungen“ Freiwilligenagenturen.

Eine weitere thematisch relevante Untersuchung wurde vom Institut für Sozialwissenschaftliche Analysen und Beratung ebenfalls im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend erstellt. Im Mittelpunkt dieser Untersuchung stehen die Förderpraxis und die Engagementunterstützung von Selbsthilfekontaktstellen, Freiwilligenagenturen und Seniorenbüros.⁷ Hingewiesen wurde in der Studie u.a. auf ein besonders „junges“ und „engagementförderliches“ Profil von Freiwilligenagenturen mit Schwerpunkten im Gesundheits- und Freizeitbereich, Überschneidungen bei den Zielgruppen und inhaltlichen Schwerpunktsetzungen und Defizite in der Kooperation zwischen Selbsthilfekontaktstellen, Seniorenbüros und Freiwilligenagenturen sowie eine als unzureichend eingestufte (finanzielle) Unterstützung von freiwilligem Engagement und entsprechenden Einrichtungen.⁸

In einem dritten Forschungszusammenhang wird der „Modellverbund der Freiwilligen-Zentren im Deutschen Caritasverband“ untersucht.⁹ Die Autoren kommen zu dem Ergebnis, dass sich die Freiwilligen-Zentren als Einrichtungen für bürgerschaftliches Engagement verstehen, wobei ihre Ressourcenausstattung knapp und instabil sowie ihre Einbindung in den Träger eher gering ist.¹⁰

Darüber hinaus sind zwei Forschungsarbeiten mit themen- bzw. regionalspezifischen Fragestellungen erwähnenswert. Jens Ehrhardt¹¹ vertritt auf der Basis personenbezogener Längsschnittanalysen die Meinung, dass Freiwilligenagenturen die Engagementquote in der Bevölkerung nicht steigern können, weil die „natürlichen“ Mobilisierungsquoten bereits hoch seien und das gesellschaftliche Engagementpotenzial auch ohne organisierte Unterstützung erschlossen werden würde. Auf der Basis qualitativer Fallstudien in 15 hessischen Kommunen kommen Jakob und Koch¹² u.a. zu der Einschätzung, dass in Kommunen unterschiedliche Varianten der Engagementförderung präferiert werden, eine Unterstützung des Themas durch die „politische Spitze“, leitendes Verwaltungspersonal sowie aktive Bürger/innen unerlässlich ist und dass bürgerschaftliches Engagement zur Öffnung und Veränderung von Organisationen beiträgt.

Festzuhalten ist, dass sich seit den 2000er-Jahren ein empirischer Forschungsstand zum Thema Freiwilligenagenturen als intermediäre Organisationen in Ansätzen identifizieren lässt. Die vorliegenden Untersuchungen zeichnen das Bild einer relativ „jungen“ und fragilen Organisation, die ihrem Selbstanspruch zufolge nicht nur Vermittlungs-

agentur für engagementbereite Bürger/innen, sondern „lokale Entwicklungsagentur bürgerschaftlichen Engagements“ sein will.¹³

3. Aktuelle empirische Befunde

Dieser hohe Anspruch von Freiwilligenagenturen an sich selbst als intermediäre Organisationen soll anhand ausgewählter Befunde aus einem vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend in den Jahren 2009–2010 geförderten Forschungsprojekt über das Selbstverständnis, die Leistungen und die Institutionalisierung von Freiwilligenagenturen eingehend erörtert werden.¹⁴ Konkret wurden Freiwilligenagenturen, Freiwilligenbüros, Ehrenamtsbörsen und Freiwilligenzentren sowie deren Träger- und Dachverbandsstrukturen untersucht; zur besseren Lesbarkeit wird im Fortgang der Darstellung der Begriff der Freiwilligenagentur als Oberbegriff verwendet.

Vor dem Hintergrund des fachlichen Diskussionsstandes über Freiwilligenagenturen wurden im Rahmen der Untersuchung drei umfangreiche Teilstudien durchgeführt: (1) eine repräsentative standardisierte Fragebogenerhebung aller Freiwilligenagenturen in Deutschland, (2) qualitative Fallstudien in vier – für die Situation von Freiwilligenagenturen in Deutschland insgesamt exemplarisch ausgewählten – Kommunen sowie (3) qualitative Interviews mit thematisch einschlägigen Expert/innen auf Bundesebene. Die standardisierte Fragebogenerhebung basiert auf insgesamt 224 Fragebögen aller 360 recherchierten Freiwilligenagen-

- 5) Vgl. Braun, J./Abt, H. G./Bischoff, S.: Leitfaden für Kommunen zur Information und Beratung über freiwilliges Engagement und Selbsthilfe, Köln/Leipzig 2000; Braun, J./Bischoff, S./Gensicke, T.: Förderung des freiwilligen Engagements und der Selbsthilfe in Kommunen. Kommunale Umfrage und Befragung von Selbsthilfekontaktstellen, Freiwilligenagenturen und Seniorenbüros zur Förderpraxis und zur künftigen Unterstützung des freiwilligen Engagements, Köln 2001; Ehrhardt, J.: Machen Freiwilligenagenturen Sinn? Längsschnittanalysen zur Aufnahme von ehrenamtlichen Tätigkeiten (http://www.aktive-buergerschaft.de/vab/resources/Kurzfassung_Vortrag_FVZGF-12-9-2008.pdf), 2008 [9. März 2009]; Evers, A./Riedel, B.: Engagementförderung mit eigenem Profil. Der Verbund Freiwilligenzentren im deutschen Caritasverband. Gutachten für den Deutschen Caritasverband, Freiburg 2004; Feslmeier, G./Massouh, M./Schmid, C.: Kosten-Nutzen-Analyse des Ehrenamtes am Beispiel der Freiwilligenagentur Regensburg, Regensburg 2004; Jakob, G./Koch, C.: Lokale Engagementförderung in hessischen Kommunen. Akteure, Infrastrukturen, Instrumente, Darmstadt 2007.
- 6) Vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.): Freiwilligenagenturen in Deutschland. Ergebnisse einer Erhebung der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa). Schriftenreihe des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Band 227, Stuttgart 2002.
- 7) Vgl. Braun/Abt/Bischoff (Fußn. 5); Braun/Bischoff/Gensicke (Fußn. 5).
- 8) Vgl. Braun/Abt/Bischoff (Fußn. 5); Braun/Bischoff/Gensicke (Fußn. 5).
- 9) Vgl. Baldas, E./Bock, T./Gleich, J. M./Helmbrecht, M./Roth, R. A.: Zwischenbericht über die wissenschaftliche Begleitung des Modellverbundes, Freiburg 1999; Baldas, E./Bock, T./Gleich, J./Helmbrecht, M./Roth, R. A.: Modellverbund Freiwilligenzentren. Bürgerengagement für eine freiheitliche und solidarische Gesellschaft. Ergebnisse und Reflexionen. Schriftenreihe des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Band 203, Stuttgart/Berlin/Köln 2001.
- 10) Vgl. Baldas u.a. 1999 (Fußn. 9), Baldas u.a. 2011 (Fußn. 9); Evers/Riedel (Fußn. 5).
- 11) Ehrhardt (Fußn. 5).
- 12) Vgl. Jakob/Koch (Fußn. 5).
- 13) Vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Fußn. 6); Ebert (Fußn. 4); Evers/Riedel (Fußn. 5); Jakob/Janning (Fußn. 4); Jakob, G.: Infrastrukturen und Anlaufstellen zur Engagementförderung, in: Olk, T./Klein, A./Hartnuß, B. (Hrsg.): Engagementpolitik. Die Entwicklung der Zivilgesellschaft als politische Aufgabe, Wiesbaden 2010, S. 239–259.
- 14) Vgl. zum Folgenden Speck, K./Backhaus-Maul, H.: Flächendeckende Präsenz und prekäre Institutionalisierung. Eine quantitative und qualitative Untersuchung im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Bericht, Berlin 2010.

turen in Deutschland (Rücklauf = 62 %). Die qualitativen Fallstudien basieren auf insgesamt 36 leitfadengestützten Experteninterviews mit leitenden Mitarbeiter/innen von Freiwilligenagenturen, gemeinnützigen Organisationen sowie Kommunalpolitik und -verwaltung in vier exemplarisch ausgewählten Kommunen in Deutschland sowie Dokumentenanalysen und Beobachtungsprotokollen. Ergänzend wurden qualitative Interviews mit 15 Expert/innen aus den Bereichen Wissenschaft, Gesellschaft, Politik, Verwaltung und Wirtschaft geführt.

Selbstverständnis und Leistungen

Ihrem Selbstverständnis als intermediäre Organisation zufolge agieren Freiwilligenagenturen als unabhängige lokale Infrastruktureinrichtungen an den „Schnittstellen“ zwischen engagamentinteressierten Bürger/innen, gemeinnützigen Organisationen sowie Kommunalpolitik und -verwaltungen. Durch Informations-, Beratungs-, Vermittlungs- und Qualifizierungsangebote sowie eine breite Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit wollen sie ihrem Selbstverständnis zufolge das bürgerschaftliche Engagement vor Ort fördern. Die Selbsteinschätzungen von Freiwilligenagenturen weisen auf ein breites und unterschiedlich ausgeprägtes Leistungsspektrum hin (vgl. Abb. 1).

net. Im Durchschnitt wandten sich im Jahr 2008 rund 130 Bürger/innen an eine Freiwilligenagentur, nahmen 72 Bürger/innen eine persönliche Beratung in Anspruch und wurden 46 Bürger/innen an 45 Organisationen vermittelt. Auffällig ist, dass von den Freiwilligenagenturen im Durchschnitt eher Frauen (71 % Frauen vs. 29 % Männer) und Menschen über 50 Jahre (60 % vs. 40 % in der Altersgruppe 14–49 Jahre) erreicht werden. Darüber hinaus informieren, beraten und vermitteln Freiwilligenagenturen auch im Internet über ihre Leistungen. So verfügen gut vier Fünftel der Freiwilligenagenturen über eine Homepage und etwa die Hälfte von ihnen nutzt ihre Homepage für die Veröffentlichung von Tätigkeitsprofilen. Im Durchschnitt werden über die Homepage rund 500 Interessierte pro Monat erreicht. Die Befragungsergebnisse deuten darauf hin, dass sich sowohl die Nachfragen an Freiwilligenagenturen als auch deren Leistungen auf direkte Bürgerkontakte vor allem in den Engagementbereichen Soziales und Bildung vor Ort konzentrieren. Für die Weiterentwicklung von Freiwilligenagenturen und erleichtere Zugänge zu bislang ungenutzten Engagementpotenzialen ist die Erprobung neuer Angebote wichtig. So geben fast alle Einrichtungen in der Befragung an, dass sie den Arbeitsbereich Entwicklung von Projekten abdecken, andererseits ist

aber hier nur rund die Hälfte von ihnen auch tatsächlich aktiv. Konkret verweisen Freiwilligenagenturen in diesem Zusammenhang auf Projekte zur Gewinnung spezifischer Gruppen: Etwa die Hälfte nennt dabei Jugendliche und/oder ältere Bürger/innen (55+), ein Drittel Migrant/innen, ein Fünftel Arbeitslose und gut ein Zehntel Menschen mit psychischen und/oder physischen Beeinträchtigungen.

Im Vergleich zu anderen Arbeitsbereichen erscheint die Zusammenarbeit mit Unternehmen zumindest bei der Mehrzahl der befragten Freiwilligenagenturen ein Randthema zu sein. Zwar erhalten immerhin fast zwei Drittel aller Freiwilligenagenturen eine monetäre oder nicht-monetäre Unterstützung von Unternehmen, aber nur



Abb. 1: Leistungsspektrum von Freiwilligenagenturen

Eine wichtige, wenngleich nicht ausschließliche Funktion von Freiwilligenagenturen besteht in der Information, Beratung und Vermittlung von Bürger/innen und Organisationen. Dieses erfolgt direkt, telefonisch und über das Inter-

ein Drittel der Freiwilligenagenturen arbeitete – den eigenen Angaben zufolge – im Jahr 2008 in Engagementangelegenheiten überhaupt mit Unternehmen zusammen. Bezogen auf die gesamte Bestandsdauer von Freiwilligen-

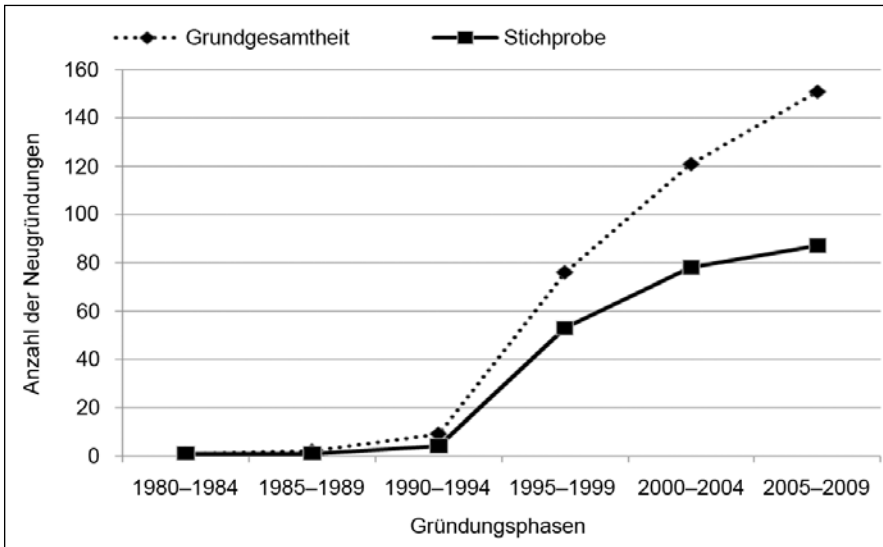


Abb. 2: Entwicklung von Freiwilligenagenturen (Gründungsjahr)

agenturen hat lediglich die Hälfte der Einrichtungen bereits einmal ein Unternehmen zu Möglichkeiten des gesellschaftlichen Engagements beraten und nur ein Drittel kann auf ein Projekt verweisen, das sich mit dem gesellschaftlichen Engagement von Unternehmen befasst hat.

Entwicklung

Die aktuellen Befragungsergebnisse zeigen zum einen, dass Freiwilligenagenturen in Deutschland eine relativ junge Organisationsform sind, und zum anderen, dass sich die Landschaft der Freiwilligenagenturen durch eine hohe Dynamik auszeichnet: So wurde die erste Freiwilligenagentur in Deutschland im Jahr 1980 gegründet. Nach einer eher zögerlichen Gründungswelle kam es vor allem Ende der 1990er-Jahre im Zuge der beginnenden Engagementdebatte zu einem deutlichen quantitativen Wachstum der Zahl der Freiwilligenagenturen. So existierten im Jahr 2001 deutschlandweit bereits ca. 190 Freiwilligenagenturen.¹⁵ Knapp zehn Jahre (2009) später weist unsere Untersuchung bereits rund 360 Freiwilligenagenturen aus, was annähernd einer Verdoppelung in knapp einem Jahrzehnt entspricht. Dieses Wachstum von Freiwilligenagenturen erfolgte über die Jahre hinweg allerdings nicht kontinuierlich, sondern war durch erhebliche Schwankungen und vor allem durch Neugründungen und gleichzeitige Schließungen geprägt (vgl. Abb. 2).

Vergleicht man die Befragungsergebnisse der Jahre 2001 und 2009 miteinander, dann zeigt sich, dass in diesem Zeitraum mindestens 16 % der ursprünglich befragten Freiwilligenagenturen geschlossen wurden. Dieser Zahl an Schließungen steht eine Gründung von 47 % der Freiwilligenagenturen im gleichen Zeitraum gegenüber. Unter den älteren Einrichtungen (acht Jahre und älter) befinden sich häufiger Freiwilligenagenturen im mittel- und großstädtischen Umfeld und unter den jüngeren Freiwilligenagenturen (drei Jahre und jünger) überdurchschnittlich oft Einrichtungen in Kleinstädten. Die Erhöhung der Zahl der Freiwilligenagenturen im vergangenen Jahrzehnt hat offensichtlich zu einem Wachstum in der Fläche geführt.

Trägerstruktur und Ressourcenausstattung

Die Befragungsergebnisse weisen darauf hin, dass Freiwilligenagenturen durch eine Heterogenität in ihrer Trägerschaft und Unterschiede in ihren Ausgangsbedingungen gekennzeichnet sind. Als Träger fungieren jeweils zu einem Viertel eigenständige Vereine oder Wohlfahrtsverbände, zu einem Fünftel kommunale Träger und zu einem Sechstel Trägerverbände verschiedener Verbände und Vereine. Die Heterogenität der Freiwilligenagenturen zeigt sich nicht nur in der Trägerstruktur, sondern besonders in ihrer finanziellen und personellen Ausstattung sowie dem zugrunde liegenden Finanzierungsmix.

Unsere Befragungsergebnisse machen auf eine erhebliche Heterogenität in der finanziellen und personellen Ausstattung sowie eine oftmals unzureichende und mit Risiken behaftete Grundfinanzierung von Freiwilligenagenturen aufmerksam. So arbeitet fast die Hälfte der Freiwilligenagenturen mit einem Jahresetat von bis zu 10.000,- €, ein weiteres Drittel mit einem Budget von bis zu 50.000,- € und weniger als ein Drittel mit einem Jahresbudget von über 50.000,- € (vgl. Abb. 3).

Frage: Wie hoch war das Jahresbudget Ihrer Freiwilligenagentur im letzten Jahr?

	Jahresbudget (in Euro)		
	bis 10.000	10.001 bis 50.000	mehr als 50.000
	%	%	%
Jahr 2009	42	33	26
Jahr 2001	19	29	51

n (2009) = 178, n (2001) = 68

Abb. 3: Vergleich des Jahresbudgets von Freiwilligenagenturen 2009 und 2001

Insbesondere die Freiwilligenagenturen mit einem Jahresetat von bis zu 10.000,- € dürften erhebliche Schwierigkeiten haben, überhaupt eine breite und kontinuierliche Leistungspalette vorzuhalten und nachhaltige Wirkungen zu erzielen. Ähnlich heterogen und unzureichend ist die personelle Ausstattung von Freiwilligenagenturen: Fast ein Drittel von ihnen arbeitet ohne hauptamtliches Personal, über die Hälfte verfügt immerhin über ein bis zwei hauptamtliche Mitarbeiter/innen und ein vergleichsweise geringer Anteil der Freiwilligenagenturen verfügt über drei und mehr hauptamtliche Mitarbeiter/innen. Der Längsschnitt zeigt zudem, dass sich das Jahresbudget der bereits 2001 untersuchten Freiwilligenagenturen sowie die Anzahl ihrer

15) Vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (FuBn. 6).

hauptamtlichen Mitarbeiter/innen im Durchschnitt nicht wesentlich verändert haben. Dieses deutet darauf hin, dass vor allem jüngere Einrichtungen über eine relativ schlechte Ressourcenausstattung verfügen. Und die bereits im Jahr 2001 untersuchten Freiwilligenagenturen können bis heute keine wesentliche Budgeterweiterung vorweisen. Insofern liegt es nahe, im Kernbereich kommunaler Selbstverwaltung von einer prekären öffentlichen Förderung einer an und für sich vielversprechenden intermediären Organisation zu sprechen.

Lokale Verankerung und kommunale Unterstützung

Freiwilligenagenturen bemühen sich – so unsere Untersuchungsergebnisse – um ihre lokale Verankerung vor Ort, sei es in Kooperation mit anderen gemeinnützigen Organisation, in engagementbezogenen Arbeitsgruppen oder durch konkrete Aktivitäten. So sind nach eigenen Angaben vier Fünftel aller Freiwilligenagenturen in ein lokales Netzwerk eingebunden, und knapp die Hälfte koordiniert engagementbezogene Arbeitsgruppen. Im Hinblick auf die Zusammenarbeit mit Kommunalverwaltung und -politik verweisen vier Fünftel der Freiwilligenagenturen darauf, dass sie einen konkreten Ansprechpartner in der jeweiligen Kommunalverwaltung haben, und die Hälfte der Freiwilligenagenturen gibt an, dass sie Vertreter aus Kommunalpolitik und -verwaltung in ihre Organisationsstruktur eingebunden haben. Insofern überrascht es nicht, dass Freiwilligenagenturen auf Unterstützung durch Kommunalverwaltung und -politik verweisen können (vgl. Abb. 4).

Freiwilligenagenturen äußern in unserer Untersuchung einerseits ihre Zufriedenheit bei der Bereitstellung von Räumlichkeiten und in der ideellen Unterstützung seitens ihrer Kommune; andererseits fällt die Zufriedenheit mit der finanziellen Unterstützung ihrer Kommune eher gering aus, wobei kommunale Mittel im Durchschnitt aller Freiwilligenagenturen mit einem Anteil von 40 % die größte Finanzierungsquelle bilden.

Die im Rahmen der Untersuchung durchgeführten lokalen Fallstudien sowie die Experteninterviews auf Bundesebene verdeutlichen ein grundlegendes Spannungsverhältnis von Freiwilligenagenturen als intermediäre Organisationen mit einem vielversprechenden Leistungspotenzial einerseits und einer prekären Institutionalisierung andererseits. Dabei werden in den Fallstudien – ergänzt durch die Experteninterviews auf Bundesebene – markante Facetten einer mittlerweile über dreißigjährigen Genese von Freiwilligenagenturen und deren flächendeckender Ausdehnung in den vergangenen zehn Jahren im gesamten Bundesgebiet

herausgearbeitet.

In den vier – für die Situation von Freiwilligenagenturen in Deutschland insgesamt exemplarischen – Fallstudien fällt zunächst die Heterogenität kommunaler Rahmenbedingungen und Voraussetzungen auf. Die Spannweite kommunaler Umgangsweisen mit Freiwilligenagenturen reicht dabei vom „privilegierten Status einer kommunal gegründeten Einrichtung“, über die „wohlwollende kommunale Billigung eines öffentlichen Experiments“ bis hin zu einem unverkennbaren kommunalen Desinteresse an selbst organisierten und eigensinnigen Freiwilligenagenturen.

Diese verschiedenartigen kommunalpolitischen Setzungen und Rahmenbedingungen wiederum „korrespondieren“ mit einer Heterogenität im Selbstverständnis und in der Profilbildung von Freiwilligenagenturen. Bemerkenswert sind dabei zunächst die in einigen Fallstudien zum Ausdruck kommenden normativen Selbstüberhöhungen des eigenen Tuns sowie die weitreichenden „fachlichen“ Ambitionen der Beteiligten. Das Verständnis und das Aufgabenprofil der „ambitionierten“ unter den untersuchten Freiwilligenagenturen reichen dabei von Selbstbeschreibungen wie „kommunale Entwicklungsagentur“ bis hin zur Selbstinthronisierung als „lokaler Problemlöser“. Angesichts dieses weitreichenden und gemessen an den tatsächlichen Möglichkeiten einzelner Freiwilligen-

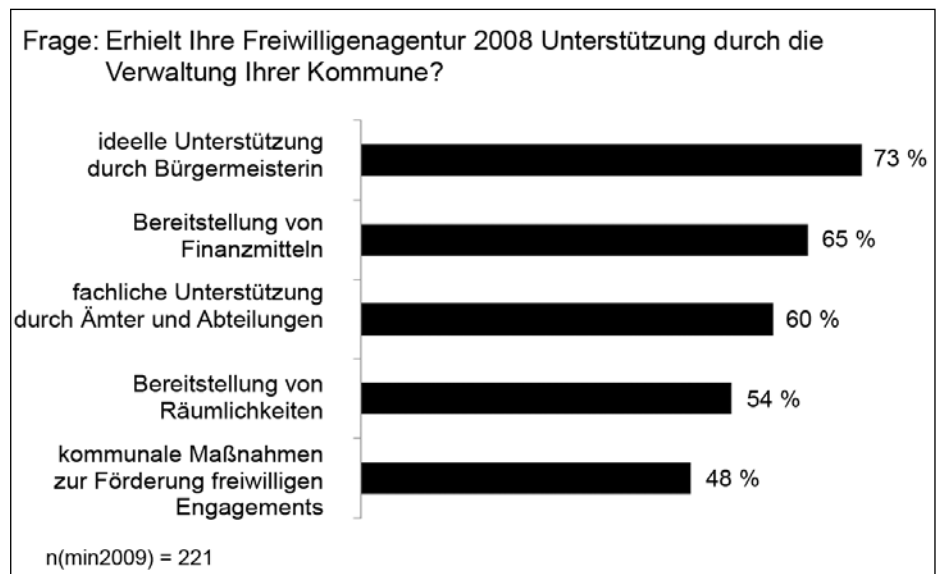


Abb. 4: Erfahrungen von Freiwilligenagenturen mit kommunaler Unterstützung

agenturen bisweilen auch „überzogenen“ Selbstverständnisses stellt sich die Frage, wie eine Freiwilligenagentur mit ihrem wenigen Personal die selbst genannten und zugewiesenen Aufgabenbereiche der Beratung von Bürger/innen, gemeinnützigen Organisationen und privatgewerblichen Unternehmen, der Initiierung und Entwicklung einer lokalen Engagementinfrastruktur, der engagementpolitischen Lobbyarbeit und nicht zuletzt der Entwicklung engagementbezogener Projekte auch nur ansatzweise erfüllen kann.

Und wenn Freiwilligenagenturen quasi „personalisierte Projekte“ sind, die von Einzelpersonen geprägt werden,

stellt sich die Anschlussfrage, was die „tragenden Personen“ neben einer hohen Motivation und Frustrationsresistenz auszeichnet. Betrachtet man das bestehende Aufgabenprofil von Freiwilligenagenturen, die in der Regel über wenige Mitarbeiter/innen verfügen, so ergibt sich eine Kompetenzanforderung, die keinem bestehenden Berufsbild entspricht. Die professionelle Leitung einer Freiwilligenagentur bedarf sozialpädagogischer Kompetenzen in der Beratung von Bürger/innen und Kenntnissen über die jeweiligen Einsatzstellen. Die Beratung von Organisationen und insbesondere von Unternehmen wiederum erfordert grundlegende Organisations- und Wirtschaftskennntnisse. Die Lobbyarbeit und die Politikberatung sowie die Entwicklung einer lokalen Engagementinfrastruktur und einer engagementbezogenen Öffentlichkeitsarbeit setzen gesellschafts- und engagementpolitische Kenntnisse und Erfahrungen sowie kommunikative und organisatorische Kompetenzen voraus. Hinzu kommt für das Leitungspersonal, dass sie für die Führung der Einrichtung und die Verwaltung diverser Einzelprojekte bei einer insgesamt heterogenen Finanzierungsstruktur verantwortlich sind. In Kenntnis unserer Fallstudien kann davon ausgegangen werden, dass die (Selbst-)Professionalisierung der Mitarbeiter/innen und besonders des Leitungspersonals zukünftig von zentraler Bedeutung für die weitere Entwicklung von Freiwilligenagenturen als formal strukturierten und fachlich qualifizierten Organisationen sein wird.

In der aktuellen – die Untersuchung begleitenden – fachpolitischen Diskussion werden Freiwilligenagenturen eine besondere Bedeutung und ein besonderer Stellenwert als Teil einer vielfach proklamierten „öffentlichen Engagementinfrastruktur“ zugewiesen. In den Experteninterviews ist aber deutlich geworden, dass es in der Regel weder auf Seiten von Kommunen und Ländern noch des Bundes eine institutionalisierte Förderung von Freiwilligenagenturen gibt. Während in einigen Bundesländern befristete Modellprogramme zur Förderung lokaler und regionaler Engagementprojekte bestanden, oblag dem Bund die Projektförderung zugunsten bundesweiter Verbandsstrukturen sowie sachlich, zeitlich und sozial begrenzter Modelle, wie etwa den sogenannten Mehrgenerationenhäusern. Die Förderung seitens der eigentlich für Freiwilligenagenturen im Rahmen der kommunalen Selbstverwaltung zuständigen Kommunen ist – so die Fallstudien und die Experteninterviews auf Bundesebene – außerhalb großstädtischer Verdichtungsräume in der Regel gering und oftmals nicht auf Dauer angelegt. Während in der untersuchten ländlichen Region jährlich neu ausgehandelt werden muss, ob der Freiwilligenagentur überhaupt eine anteilige öffentliche Förderung gewährt wird, zeichnet sich die in der zweiten Fallstudie untersuchte Kommune zwar durch eine kontinuierliche, aber geringe öffentliche Förderung aus, die der Freiwilligenagentur kaum Entwicklungsspielräume eröffnet. Die beiden von uns untersuchten Großstädte hingegen verdeutlichen das unausgeschöpfte Potenzial von Freiwilligenagenturen, das sich entfalten könnte, wenn Freiwilligenagenturen grundständig und verlässlich gefördert werden würden. Die Arbeit von Freiwilligenagenturen ist insofern vielerorts immer noch kein integra-

Landkreis Oder-Spree
Der Landrat

Juli 2011

**Der Landkreis Oder-Spree schreibt
zur Besetzung ab 1. Oktober 2011
im Jugendamt folgende Stelle aus:**

Amtsleiter/-in

Der Dienort ist die Kreisstadt Beeskow.

Der Landkreis Oder-Spree hat ca. 185.000 Einwohner und liegt im Osten des Landes Brandenburg.

Das Jugendamt ist in vier Sachgebiete (Planung und Controlling, Unterhaltsangelegenheiten/AV/BEEG, ASD und KJA/Kindertagesbetreuung) mit 67 Mitarbeitern gegliedert. Zum Jugendamt gehört als nachgeordnete Einrichtung eine Erziehungs- und Familienberatungsstelle mit drei Mitarbeitern.

Das Jugendamt als sozialpädagogische Fachbehörde gestaltet seine Arbeit auf der Basis systemischen Handelns und setzt gemeinsam mit Trägern der freien Jugendhilfe das Fachprinzip der Sozialraumorientierung um.

Nähere Informationen sind im Internet unter www.l-os.de zu finden.

Um den fristgerechten Eingang zu gewährleisten, reichen Sie bitte Ihre aussagekräftigen Unterlagen (Bewerbungsschreiben, Lebenslauf, Zeugnisse, letzte Beurteilung) bis zum **31. Juli 2011** ausschließlich bei folgender Adresse ein:

**Landkreis Oder-Spree
Der Landrat
Herrn Manfred Zalenga
- persönlich -
Breitscheidstraße 7
15848 Beeskow**

Von einer Zusendung in Heftern oder Bewerbungsmappen ist abzusehen, da Bewerbungsunterlagen aus Kostengründen nicht zurückgesandt werden. Es erfolgt keine schriftliche Eingangsbestätigung der Bewerbung. Bewerber, die nicht berücksichtigt werden, erhalten eine schriftliche Information.

ler Bestandteil kommunaler Selbstverwaltung, aber zumindest die beiden großstädtischen Fallstudien halten entsprechende Argumente zugunsten einer verstärkten Förderung von Freiwilligenagenturen hierfür bereit. Die Fallstudien verdeutlichen insgesamt, dass eine kommunale Förderung von Freiwilligenagenturen als freiwilliger Aufgabe möglich ist, vorausgesetzt, Kommunalverwaltung und -politik stufen das Thema bürgerschaftliches Engagement überhaupt als kommunal- und gesellschaftspolitisch relevant ein. Haben Freiwilligenagenturen diese kommunale Hürde genommen, sind sie dem typischen Dilemma und Spannungsverhältnis intermediärer Organisationen ausgesetzt: Eine Randstellung oder Marginalisierung in der Kommune bedeutet für eine Freiwilligenagentur mangelnde Gestaltungsmöglichkeiten, aber die Inkorporierung einer Freiwilligenagentur in die Kommune verleiht ihr das „bürokratische Image“ und den „diskreten Charme“ einer öffentlich beauftragten Dienstleistungsorganisation ohne Autonomie. Quasi nebenbei erfordert die erfolgreiche Entwicklung einer intermediären Organisation nichts Geringeres als das Vorhandensein einer lokalen Bürgergesellschaft. Denn nur dort, wo eine Bürgergesellschaft zumindest rudimentär existiert, können sich Freiwilligenagenturen als intermediäre Organisationen entfalten. Daraus ergibt sich, dass Freiwilligenagenturen nicht geeignet sind, in einer engagementpolitischen Terra incognita eine lokale Bürgergesellschaft zu initiieren und zu entwickeln.

Insgesamt – so ein wesentlicher Befund unserer Fallstudien und Experteninterviews auf Bundesebene – verläuft die Entwicklung von Freiwilligenagenturen im Spannungsfeld zwischen lokalen Umweltbedingungen und Akteurskonstellationen einerseits sowie innerorganisatorischen Prozessen und Strukturen andererseits. In ihrem lokalen Umfeld haben sich „externe Faktoren“, wie die materielle und immaterielle Unterstützung und Akzeptanz, als konstitutiv für die Entwicklung von Freiwilligenagenturen erwiesen. Mit der Ressourcenausstattung und Akzeptanz von Freiwilligenagenturen sind dabei sowohl die zur Verfügung stehenden materiellen Ressourcen gemeint als auch das verfügbare Sozialkapital, das es Freiwilligenagenturen überhaupt erst ermöglicht, in der lokalen Gesellschaft soziale Unterstützung zu finden und ihnen Zugänge zu Kommunalverwaltung und -politik eröffnet. In diesem Zusammenhang verdeutlichen die qualitativen Fallstudien, dass immateriellen Faktoren eine hohe und oftmals unterschätzte Bedeutung für eine erfolgreiche Entwicklung von Freiwilligenagenturen im lokalen Umfeld zukommt. Der erklärte Wille und das bekundete Interesse an einer Freiwilligenagentur von lokalen Akteuren, wie Wohlfahrtsverbänden einerseits sowie von Kommunalverwaltung und -politik andererseits, sind eine wesentliche und geradezu elementare Voraussetzung für eine gelingende Institutionalisierung von Freiwilligenagenturen.

Eine adäquate Ressourcenausstattung sowie eine hinreichende lokale und kommunale Akzeptanz sind aber nicht

schon an sich erfolgversprechend, sondern – so die vergleichende Analyse der Fallstudien – bedürfen der Deutung und Ausgestaltung durch das Leitungspersonal und die Mitarbeiter/innen von Freiwilligenagenturen. Dabei setzen die nach wie vor ausstehende Profilbildung sowie die relativ diffuse und nur allenfalls ansatzweise erkennbare (Selbst-)Professionalisierung des Personals der Entwicklung von Freiwilligenagenturen deutliche Grenzen. Erschwerend kommt hinzu, dass das hier untersuchte Feld intermediärer Organisationen weder eine einheitliche begriffliche Beschreibung hervorgebracht hat noch dass die Organisationen in diesem Feld zumindest annähernd vergleichbare Grundstrukturen, Verfahrensweisen und Arbeitsmethoden aufweisen. Dem Personal von Freiwilligenagenturen sowie seinen Kompetenzen und Erfahrungen kommt für die Entwicklung und Profilbildung von Freiwilligenagenturen entscheidende Bedeutung zu.

Der nunmehr bereits über 30 Jahre verlaufende Institutionalisierungsprozess von Freiwilligenagenturen hat insgesamt nicht zu einer gesicherten und belastbaren „Verankerung“ von Freiwilligenagenturen auf lokaler Ebene sowie im Kontext von Kommunalverwaltung und -politik geführt. Die Entwicklung von Freiwilligenagenturen ist durch eine enge Verkettung von unvorteilhaften externen Rahmenbedingungen und internen Faktoren geprägt, aus der die Beteiligten versuchen, durch normative Erwägungen und hohe Selbstanforderungen Auswege zu erkunden und auch zu finden, die zuweilen aber auch in latenter Selbstüberforderung münden.

4. Latentes Innovationsversprechen und ungewisse Aussichten

Die vorliegenden Befunde machen deutlich, dass Freiwilligenagenturen im Hinblick auf ihr Selbstverständnis, ihre Leistungen sowie ihre Organisations- und Kooperationsformen als Prototyp einer intermediären Organisation in modernen Gesellschaften angesehen werden können. Bemerkenswerterweise gelingt es Freiwilligenagenturen trotz ihres förderpolitisch an den Rändern aufgeweichten Organisationsprofils und ihrer defizitären Ressourcenausstattung sowie der restriktiven institutionellen Rahmenbedingungen, dieses Potenzial in günstigen Momenten bisweilen wirkungsvoll zur Geltung zu bringen.

Die „lange Tradition“ dieser jungen Organisationsform ist „viel Vergangenheit“ und ihre flächendeckende Ausdehnung markiert einen wichtigen aktuellen Zwischenstand. Die Zukunft von Freiwilligenagenturen ist vermutlich noch einige Jahre offen, aber auf jeden Fall riskant. Und inmitten einer förderpolitisch imaginierten lokalen Engagementinfrastruktur wirken Freiwilligenagenturen heutzutage schon fast wie eine beständige und etablierte Organisation, mit dem leichten Versprechen von Innovationen auf den Berliner und Freiburger Lippen ihrer Verbandsorganisationen. ■