

2014). So wird im Folgenden ein ableitender Fokus auf das Machthandeln in Interaktionsbeziehungen zwischen Sozialarbeiterinnen und -arbeitern und Klientinnen und Klienten gelegt. Pädagogische Beziehungen, auch die Beziehungen in der Sozialen Arbeit, sind nicht nur aus der Perspektive der Professionellen zu betrachten, auch die Klientinnen und Klienten haben Einfluss auf die Interaktion. Das transaktionale Modell der Lehrer-Schüler-Interaktion von *Nickel* (1985) kann als Rahmenmodell auch auf die Soziale Arbeit bezogen werden. Hiernach vollzieht sich die Interaktion vor dem Hintergrund des soziokulturellen Bezugsrahmens. Dieser beinhaltet die eigene soziale Vergangenheit, die gegenwärtigen Beziehungen und objektivierte Einflüsse (wie zum Beispiel Richtlinien, die eingehalten werden sollen und müssen).

Der soziokulturelle Bezugsrahmen beeinflusst die kognitiven Schemata, zum Beispiel die Auffassung darüber, welche Art der Machtanwendung (zum Beispiel Partizipation oder Restriktion) gegenüber Klientinnen und Klienten auf beiden Seiten als üblich oder angemessen angesehen wird. Dies führt zu einem bestimmten Verhalten, das vom Gegenüber wahrgenommen wird und entsprechend dessen Erleben und Verhalten beeinflusst (*Thies* 2010; zum Beispiel die Auffassung des eigenen Machthandelns). Hier lassen sich auch die systemtheoretischen und konstruktivistischen Überlegungen zur Macht in der Sozialen Arbeit von *Kraus* (2013) einordnen: Durch das Verhalten der Sozialarbeiterin beziehungsweise des Sozialarbeiters können Handlungsspielräume und Möglichkeiten der Klientinnen und Klienten reduziert werden (destruktive Macht), zum Beispiel durch die Entfernung von Ressourcen. Weitergehend können sich die Kognitionen der Klientin beziehungsweise des Klienten durch die Umwelt (soziokultureller Bezugsrahmen, die Sozialarbeiterin beziehungsweise der Sozialarbeiter) so organisieren, dass sich eine Bereitschaft zur Unterwerfung herausbildet, zum Beispiel durch das Lernen von Hierarchiefolgen. Diese Bereitschaft ist aus Sicht von *Kraus* (2013) Grundlage für instruktive Macht, das heißt das Denken oder Verhalten einer anderen Person determiniert zu beeinflussen. Die Interaktion ist nicht einseitig strukturiert, sondern kann auch vice versa die Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter beeinflussen. Destruktive und instruktive Macht nach *Kraus* (2013) sind dabei weder angemessen noch unangemessen. Eine unangemessene Interaktion ist jedoch für die Sozialarbeiterinnen und -arbeiter als

Wunschzettel

Ein US-Unternehmen gründet eine Private Limited Company (Ltd.) in Irland und verkauft über diese Niederlassung ihre Produkte in Deutschland. Was fällt Ihnen bei dieser Konstellation spontan ein? Steuervermeidung? Ryanair? Apple? Mag sein. Ab Dezember könnte noch ein weiterer Begriff hinzukommen: GoFundMe!

Die nach eigenen Angaben weltweit größte Online-Spendenplattform www.gofundme.com wurde 2010 in den USA gegründet, warb seitdem laut Eigenwerbung 4 Milliarden US-Dollar von 40 Millionen Spendern ein und betritt im Dezember nun auch den deutschen Markt. Das heißt, jeder kann seinen persönlichen Wunschzettel als Projekt auf der Plattform veröffentlichen und um Unterstützung bitten. Damit ist klar: Bei GoFundMe steht der Eigennutz nicht nur im Namen, sondern steckt auch im System. Das beginnt beim Unternehmen selbst. Die Firma GoFundMe Ireland, Ltd. ist ein gewinnorientiertes Unternehmen und unterscheidet sich schon dadurch von der gemeinnützigen Aktiengesellschaft gut.org gAG, dem Rechtsträger der 2007 gegründeten bekanntesten deutschen Spendenplattform betterplace.org. 8,45 Prozent Provision behält GoFundMe von den geleisteten Unterstützungen ein, plus 25 Cent pro Spendenvorgang.

Welche Wünsche lassen sich auf GoFundMe erfüllen? Das Menü der Website bietet unter anderem folgende Spendenzwecke an: Medizinisches, Notfälle, Bildung, Wünsche, Jungverheiratet, Reisen, Unternehmen und – ach ja, auch „Wohltätigkeit“. In den USA ist der offenbar große Erfolg der Plattform wohl auch darauf zurückzuführen, dass das weniger dicht gewobene soziale Netz aus staatlichen Unterstützungsleistungen viel Raum lässt und Bedarf schafft für einen privaten „Markt“ der Einzelfallhilfe. Ob das in Deutschland ankommt? Viele Fragen sind offen: Wie gelingt es, für den einzelnen Wunsch genügend öffentliches Interesse zu wecken? Wie lassen sich die Authentizität und wirkliche Bedürftigkeit einschätzen? Von der seit Jahren so stark betonten Wirksamkeit ganz zu schweigen. Wer weiß – vielleicht erweist sich die neue Plattform für das digitale Betteln doch eher als besondere Variante einer „Soziallotterie“?

Burkhard Wilke
wilke@dzi.de