

Freiwilligenagenturen in Deutschland

Ausgewählte empirische Befunde der quantitativen Langzeituntersuchung¹

Prof. Dr. Karsten Speck

Professor für Forschungsmethoden in den Erziehungs- und Bildungswissenschaften,
Institut für Pädagogik, Carl-von-Ossietzky-Universität Oldenburg | karsten.speck@uol.de

Dr. Holger Backhaus-Maul

Soziologe und Verwaltungswissenschaftler, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
und Forschungsinstitut Gesellschaftlicher Zusammenhalt |
holger.backhaus-maul@paedagogik.uni-halle.de

Tobias Kemnitzer

Politikwissenschaftler, Co-Geschäftsführer, Bundesarbeitsgemeinschaft
der Freiwilligenagenturen | tobias.kemnitzer@bagfa.de

Christine Sattler

Erziehungswissenschaftlerin, Geschäftsführerin der Freiwilligen-Agentur Halle-Saalkreis e. V. |
christine.sattler@freiwilligen-agentur.de

Lara Stauvermann

Erziehungswissenschaftlerin, Institut für Pädagogik, Carl-von-Ossietzky-Universität Oldenburg
| lara.stauvermann@uol.de

Zusammenfassung

Freiwilligenagenturen wurden in den 1980er Jahren in der Bundesrepublik Deutschland gegründet, sind heutzutage flächendeckend präsent und bundesweit verbandlich organisiert. Seit nunmehr über zwei Jahrzehnten werden Freiwilligenagenturen fortlaufend quantitativ erforscht (Trenduntersuchung). Der vorliegende Beitrag präsentiert ausgewählte empirische Befunde der dritten quantitativen Wiederholungsbefragung von Freiwilligenagenturen, beschreibt deren Verbreitung, Trägerschaft, Finanzierung, Unterstützung, Aufgabenprofil und Selbstverständnis und analysiert ihre Entwicklung inferenzstatistisch. Der Beitrag stützt sich auf die Stichproben von drei Messzeitpunkten (2001: 80 Freiwilligenagenturen = 42 % Rücklauf, 2009: 224

1 Die Projektleitung lag bei Prof. Dr. Karsten Speck (Universität Oldenburg) und Dr. Holger Backhaus-Maul (Universität Halle-Wittenberg). In der Forschungsgruppe waren Maud Krohn, Lara Stauvermann und Nantke Schmidt (alle Universität Oldenburg) für die Datenerhebung und Auswertung verantwortlich. Tobias Kemnitzer (Berlin), Christine Sattler (Halle) und auch Monika Engelmann-Böls (Oldenburg) waren als ausgewiesene Praxisexpert*innen an der Vorbereitung und Durchführung der qualitativen Erhebung sowie vor allem der fortlaufenden Diskussion der Befunde maßgeblich beteiligt. Unser Dank gilt zum einen dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) sowie der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa) für die Mitfinanzierung und Unterstützung, die damit die dritte quantitative Wiederholungsbefragung erst ermöglicht haben. Unser Dank gilt zum anderen der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE), deren Förderung die inferenzstatistische Auswertung und Diskussion ermöglicht hat.

Freiwilligenagenturen = 62 % Rücklauf und 2019: 179 Freiwilligenagenturen = 44 % Rücklauf). Die Untersuchungsergebnisse veranschaulichen eine flächendeckende Verbreitung und beschleunigte Institutionalisierung, ein sukzessiv erweitertes Kernprofil, einen Trend zur kommunalen Trägerschaft, Unterstützung, Finanzierung und Selbstverortung sowie eine Orientierung von Freiwilligenagenturen an neue gesellschaftlich Themen bei zugleich relativer politischer Enthaltsamkeit.

Schlagwörter: Freiwilligenagenturen; Institutionalisierung; Engagement

Volunteer Centers in Germany

Selected Empirical Findings from the Quantitative Long-Term Study

Abstract

Volunteer centers were founded in the Federal Republic of Germany in the 1980s and have become nonprofit organizations to promote civic engagement at the municipal level. For two decades, volunteer centers in Germany have been a subject of regular quantitative research (trend study). This article presents selected empirical findings from the third quantitative survey of volunteer centers and describes data on the quantitative distribution, ownership, funding, municipal support, task profile and self-understanding of volunteer centers. The article is based on the samples from three measurement points (2001: 80 volunteer centers = 42 % response rate, 2009: 224 volunteer centers = 62 % response rate and 2019: 179 volunteer centers = 44 % response rate). The results of the survey show an increasing spread, accelerated institutionalization, an increasingly expanded core profile, a trend towards municipal sponsorship, support, funding and self-positioning, an adaptation of volunteer centers to new societal trends, and a relative political abstinence of volunteer centers.

Keywords: Volunteer centers; institution building; volunteering

1. Annäherung an eine umweltoffene Organisation

Die immer noch relativ junge Geschichte von Freiwilligenagenturen in Deutschland lässt sich bis Anfang der 1980er Jahre zurückverfolgen. Im Kontext neuer sozialer Bewegungen und in Auseinandersetzung mit etablierten und traditionsreichen Verbänden im ehrenamtlichen Engagement entstanden in einigen Großstädten, wie etwa München und Berlin, Freiwilligenagenturen, -zentren oder -börsen. Ihre bisweilen normativ anspruchsvollen Eigennamen, wie etwa „Taten-drang“ oder „Hilfsbereitschaft“, signalisieren zugleich die Notwendigkeit als auch die Bereitschaft zum entschiedenen Handeln in Engagementangelegenheiten (Ebert et al. 2002). Dabei bildeten die neuen sozialen Bewegungen der 1970er und 1980er Jahre, insbesondere die Alternativ-, Bürgerinitiativ-, Frauen- und Ökologiebewegung (Brand/Büsser/Rucht 1983), eine wesentliche sozialkulturelle

Grundlage für die Gründung der ersten Freiwilligenagenturen. Bürger*innen erlebten Gesellschaft in dieser Zeit, die Ulrich Beck (1986) treffend als Risikogesellschaft beschrieb, als individuell (mit-)entscheidbar und -gestaltbar.² Freiwilligenagenturen waren unter den Bedingungen einer freiheitlich-demokratischen Risikogesellschaft im Wohlstandsmodus die organisationalen Prototypen eines neuen Engagements, in dem sie Bürger*innen weitreichende Möglichkeiten individuellen und selbstorganisierten Engagements eröffneten, ohne damals absehen zu können, wie sich daraus kollektives Handeln und gesellschaftlicher Zusammenhalt ergeben könnten (Deitelhoff et al. 2020).

Letztlich blieben die ersten im Kontext neuer sozialer Bewegungen entstandenen Freiwilligenagenturen über Jahre hinweg gesellschaftliche Randerscheinungen. Gleichwohl gelang es ihnen mit einer minimalen Ressourcenausstattung und unter bisweilen prekären Arbeitsbedingungen sowie in Auseinandersetzung mit etablierten Engagementorganisationen sich und ihre Arbeit auf Dauer zu stellen. Während sich etablierte und traditionsreiche Verbände als Hort ehrenamtlichen Engagements öffentlich selbst legitimierten, verwiesen Freiwilligenagenturen von Beginn an darauf, dass es außerhalb der Welt des verbandlichen Ehrenamtes eine wachsende Zahl engagierter und engagementbereiter Bürger*innen gäbe, die sich unter Verweis auf eigene Interessen und Leidenschaften jenseits tradierter Verbände selbstorganisiert engagieren würden (Backhaus-Maul et al. 2015; Speck et al. 2012).

Flächendeckende Verbreitung fanden Freiwilligenagenturen in Deutschland³ aber erst nach der Wiedervereinigung und vor allem im Zuge der gesellschafts- und engagementpolitischen Aktivitäten der Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ des Deutschen Bundestages (1999–2002) (Enquete-Kommission 2002). So waren Freiwilligenagenturen vor rund zwei Jahrzehnten noch junge und vielversprechende Hoffnungsträgerinnen zur Erschließung neuer, vielerorts übersehener Engagementpotenziale. Quantitative Bevölkerungsumfragen wie der Freiwilligensurvey bestätigten diesen Trend im sozialen Wandel des Engagements, auf den Freiwilligenagenturen rekurrieren: Neben einem langfristig orientierten ehrenamtlichen Engagement gewinnen Formen eines kurzfristigen, selbstbestimmten und -organisierten Engagements quantitativ erheblich an Bedeutung (Simonson et al. 2022). Konsequenterweise widmete die Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ des Deutschen Bundestages Freiwilligenagenturen besondere Aufmerksamkeit und erkannte deren Förderwürdigkeit als eine alle Engagementfelder und Verbändedomänen

2 Mittlerweile wird die von Ulrich Beck vor vier Jahrzehnten vertretene optimistische Perspektive erweiterter individueller Handlungsoptionen kritisch als unübersichtliche Vielzahl und Vielfalt an Handlungsoptionen gedeutet, die Bürger*innen überfordert (Nassehi 2021).

3 Demgegenüber zählten Freiwilligenagenturen bzw. Volunteer Centers insbesondere in den USA und Großbritannien zu diesem Zeitpunkt bereits seit Jahrzehnten zum „festen Inventar“ ihrer jeweiligen Gesellschaft“.

übergreifende Organisationsform zur Beratung und Vermittlung engagementbe-reiter Bürger*innen ausdrücklich an (Enquête-Kommission 2002: 309–318). Im Vergleich mit stark formalisierten und hierarchisch strukturierten Engagement-organisationen erweisen sich Freiwilligenagenturen als gering formalisierte und wenig hierarchisierte Organisationen, die die Dynamik sozialen Wandels und die Veränderungen der institutionalisierten Erwartungen ihrer Umwelt aufmerksam und frühzeitig wahrnehmen. Im Selbstverständnis der bagfa wird diese Organisationsweise etwa mit Begriffen wie „Agilität“ oder „Schnellboot“ umschrieben (Backhaus-Maul/Kemnitzer 2012).

Die Kehrseite dieser produktiven Umweltoffenheit von Nonprofit-Organisatio-nen einer dynamischen und turbulenten Umwelt gegenüber ist notwendigerweise eine gewisse Unbestimmtheit und Vagheit im organisationalen Selbstverständ-nis. Nonprofit-Organisationen bearbeiten die Ambivalenz von Umweltoffenheit und organisationaler Unbestimmtheit, indem sie auf institutionalisierte gesell-schaftliche Erwartungen mit einer anschlussfähigen Erzählung über sich antwor-ten. Diese „Legitimationsfassade“ (Kühl 2020: 136ff.) ist für Organisationen von existenzieller Bedeutung, da sie das Innenleben von Organisationen für einige Zeit gegenüber ihrer Umwelt abdunkelt und den Entscheider*innen hinter den „Kulis-sen“ für einen absehbaren Zeitraum kostbare und organisationsstrategisch erfor-derliche Handlungsspielräume eröffnet (Kühl 2020; Walgenbach/Meyer 2008). In den Selbstbeschreibungen von Freiwilligenagenturen kommt diese – wie gesagt funktional sinnvolle, zweckmäßige und notwendige – Unbestimmtheit im orga-nisationalen Selbstverständnis in Begriffen wie Anlauf-, Beratungs- und Vermitt-lungsstelle, Infrastruktureinrichtung und kommunale Dienstleisterin, zum Aus-druck (<https://bagfa.de/>).

Empirische wissenschaftliche Forschung wiederum eröffnet feine und unge-trübte Blicke hinter essenziell notwendige organisationale Fassaden, damit Entscheider*innen datenbasiert fundierte Entscheidungen treffen können und sich nicht im „Weiter so“ von Gewohnheiten und Routinen verfangen. In den vergangenen beiden Jahrzehnten haben sich Freiwilligenagenturen regel-mäßig jedes Jahrzehnt quantitativ untersuchen sowie zeitweise und punktuell auch qualitativ vertiefend wissenschaftlich erforschen lassen (Speck et al. 2012) – eine Entscheidung, die sie von anderen Nonprofit-Organisationen positiv unter-scheidet. Mit Verweis auf eine in der Zivilgesellschaft bisher einmalige quantita-tive Langzeituntersuchung gewinnen Freiwilligenagenturen wissenschaftliche Erkenntnisse über sich und können öffentlich darlegen, dass sie sich fortlaufend unabhängig wissenschaftlich untersuchen lassen. Dabei haben sich bei der quan-titativen Langzeituntersuchung von Freiwilligenagenturen Sozialforscher*innen und Praxisexpert*innen im Sinne eines forschungsbasierten Wissenstransfers in der Vorbereitung, Durchführung und Auswertung der Untersuchung wechselseitig

beraten (Backhaus-Maul et al. 2023). In Form von Gruppendiskussionen mit lokal, regional und bundesweit tätigen Praxisexpert*innen wurden empirische Befunde und Praxisexpertise ausgetauscht, diskutiert und reflektiert.

Im folgenden Kapitel werden anhand einiger weniger ausgewählter quantitativer Daten Aspekte eines nunmehr über vier Jahrzehnte zunächst langsam verlaufenen und seit zwanzig Jahren beschleunigten Institutionalisierungsprozesses einer in Deutschland noch neuen Organisationsform nachgezeichnet (Speck et al. 2023).

2. Kurze Blicke hinter Fassaden: Ausgewählte Befunde der quantitativen Langzeituntersuchung von Freiwilligenagenturen

Die nachfolgende inferenzstatistische Sekundäranalyse basiert auf Instrumenten, Erhebungen und Daten aus Wiederholungsbefragungen der Jahre 2001 (Ebert/Hartnuß/Rahn/Schaaf-Derichs 2002), 2009 (Speck/Backhaus-Maul/Friedrich/Krohn 2012) und 2019 (Speck/Backhaus-Maul/Krohn 2021; Speck/Backhaus-Maul/Krohn/Stauvermann 2022). Adressiert wurden zu den drei Messzeitpunkten alle bundesweit bekannten Freiwilligenagenturen mittels Onlinebefragung. Geantwortet haben zum ersten Messzeitpunkt (2001) 80 von 190 Freiwilligenagenturen (42 %), zum zweiten Messzeitpunkt (2009) 224 von 360 Freiwilligenagenturen (62 %) und zum dritten Messzeitpunkt (2019) 179 von 406 Freiwilligenagenturen (44 %). Nachfolgend werden – basierend auf einer vorliegenden deskriptiven Analyse (Speck/Backhaus-Maul/Krohn 2021) – ausgewählte quantitative Ergebnisse präsentiert und diskutiert, die die Entwicklung von Freiwilligenagenturen über einen Zeitraum von 20 Jahren skizzieren. Der Fokus der Auswertung liegt dabei auf der Analyse der Entwicklung von Freiwilligenagenturen im Allgemeinen und ihrer organisationalen Strukturmerkmale im Besonderen.

2.1. Bestand

Anhand der Datenbank und von Recherchen der bagfa lässt sich die quantitative Entwicklung der Gesamtheit der Freiwilligenagenturen bestimmen. Demnach gab es im Erhebungsjahr 2001 bundesweit bereits 190 Freiwilligenagenturen. Im Jahr 2009 waren es 360 Freiwilligenagenturen und im Jahr 2019 die beachtliche Zahl von 406 Freiwilligenagenturen. Der Bestand an Freiwilligenagenturen hat sich damit in den vergangenen zwanzig Jahren mehr als verdoppelt. Die regionale Dichte von Freiwilligenagenturen ist jedoch unterschiedlich. So ist beispielsweise zwischen 2009 und 2019 entgegen des bundesweiten Ausbaus von Freiwilligenagenturen in Ostdeutschland – bei einer insgesamt geringeren Verbreitung – sogar eine rückläufige Entwicklung feststellbar.

2.2. Trägerschaft

Angesichts der Selbstpositionierung von Freiwilligenagenturen – als gemeinnützige und trägerübergreifende Organisationen – ist es von Interesse, wie sich die Trägerschaft von Freiwilligenagenturen entwickelt hat. Die jeweilige Trägerschaft einer Freiwilligenagentur hat Auswirkungen auf ihre gesellschaftliche, administrative und politische Einbindung, die Ausgestaltung ihrer Entscheidungs- und Organisationsstrukturen sowie ihr Selbstverständnis und Aufgabenprofil. So könnte beispielsweise die kommunale Trägerschaft einer Freiwilligenagentur mit einer Ausrichtung an kommunalpolitischen Zielen und einer organisationalen Einbindung in die Kommunalverwaltung bei relativer Distanz gegenüber Bürger*innen und Gesellschaft einhergehen.

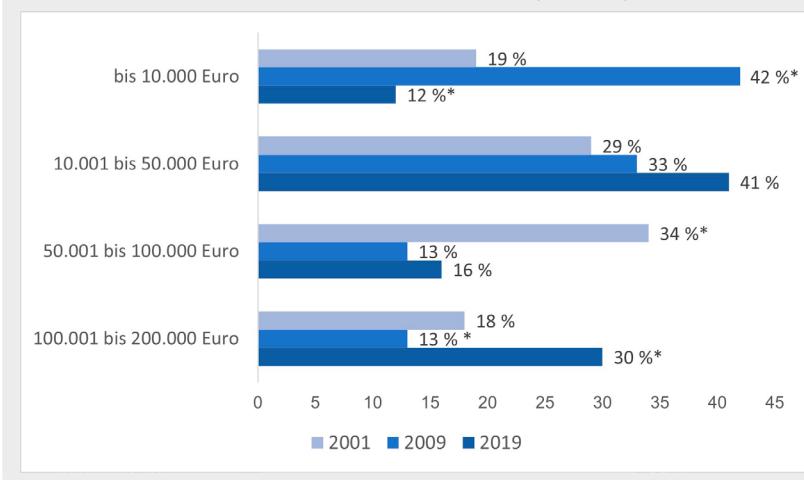
Freiwilligenagenturen wurden daher um Angaben zu ihrem Träger gebeten. Anhand der Untersuchungsergebnisse zeigt sich eine große Vielfalt von Trägerschaften. Besondere Bedeutung kommt dabei Wohlfahrtsverbänden, eingetragenen Vereinen, Trägerverbünden und Kommunen zu (Speck/Backhaus-Maul/Krohn 2021). Die differenzierte Analyse deutet allerdings auf eine sukzessive Verschiebung der Trägerlandschaft hin: 2001 befanden sich Freiwilligenagenturen besonders häufig in Trägerschaft eines Wohlfahrtsverbandes (35 %), eines eingetragenen Vereins (30 %) oder eines Trägerverbundes (15 %). Im Jahr 2009 waren Freiwilligenagenturen oft in Trägerschaft eines eingetragenen Vereins (28 %), eines Wohlfahrtsverbandes (26 %) oder einer Kommune (21 %). Diese Entwicklung setzte sich 2019 fort: Die antwortenden Agenturen befanden sich im Jahr 2019 oftmals in Trägerschaft eines eingetragenen Vereins (30 %), einer Kommune (30 %) oder eines Wohlfahrtsverbandes (23 %). In der Tendenz deutet sich also eine Zunahme kommunaler Träger von Freiwilligenagenturen und eine Abnahme der Trägerschaft durch Wohlfahrtsverbände an. Allerdings lässt sich der skizzierte Trend über die verschiedenen Messzeitpunkte inferenzstatistisch (noch) nicht sichern. D. h. obwohl anhand der Daten nahezu eine Verdopplung der Freiwilligenagenturen in kommunaler Trägerschaft von 2001 bis 2019 erkennbar ist, können diese Unterschiede statistisch (noch) nicht belegt werden. Ob und inwiefern die hohe Anzahl von Freiwilligenagenturen in kommunaler Trägerschaft und die kommunale Unterstützung und Finanzierung auf einen Trend zur Kommunalisierung verweisen und Konflikte zwischen Freiwilligenagenturen als Nonprofit-Organisationen auf der einen Seite und Freiwilligenagenturen als Teil einer Kommunalverwaltung auf der anderen Seite zu erwarten sind, lässt sich perspektivisch nur mit wissenschaftlich fundierten Fallstudien hinreichend beantworten.

2.3. Jahresbudget und Personalausstattung

Die Anfänge von Freiwilligenagenturen waren vielerorts durch eine bisweilen prekäre Ressourcenausstattung geprägt (Speck et al. 2012). Die finanzielle

Ausstattung von Freiwilligenagenturen kann als zentrale Arbeits- und Beschäftigungsgrundlage für das hauptamtliche Personal sowie Ermöglichungsraum für die Projektarbeit verstanden werden. Die befragten Freiwilligenagenturen sollten daher angeben, wie hoch ihr Jahresbudget ist. Auffällig sind anhand der Befragungsergebnisse zum einen sehr unterschiedliche Jahresbudgets von Freiwilligenagenturen (Speck/Backhaus-Maul/Krohn 2021). Die Spannbreite der Jahresbudgets von Freiwilligenagenturen reicht von unter 10.000 Euro bis zu über einer halben Million Euro. Im Jahr 2019 hatten relativ wenige Freiwilligenagenturen ein Jahresbudget von unter 10.000 Euro (12 %). Relativ viele Freiwilligenagenturen verfügten hingegen über mehr als 10.000 Euro bis 50.000 Euro (41 %) bzw. über mehr als 100.000 Euro bis 200.000 Euro (30 %) (vgl. Abbildung 3.1).

Abb. 1: Jahresbudget von Freiwilligenagenturen. Frage: Wie hoch war das Jahresbudget Ihrer Freiwilligenagentur im vergangenen Jahr? $n_{2001} = 68$; $n_{2009} = 178$; $n_{2019} = 146$; * $p < .001$



Die inferenzstatistische Analyse weist auf unterschiedliche Verteilungen der Jahresbudgets zwischen den einzelnen Messzeitpunkten hin ($H = 36.3$; $n = 392$; $p = .000$). Dabei ist jedoch kein klarer Trend erkennbar. Zwar unterscheiden sich sowohl die Messzeitpunkte 2001 und 2009 ($z = -3.7$; $n = 246$; $p = .001$) als auch 2009 und 2019 ($z = 5.8$; $n = 324$; $p = .000$) signifikant voneinander, allerdings ist keine eindeutige Entwicklung erkennbar. Bei näherer Betrachtung zeigt sich, dass zwischen den Messzeitpunkten 2001 und 2009 das Jahresbudget zunächst signifikant gesunken ist, um dann zwischen 2009 und 2019 signifikant zu steigen (siehe Abbildung 1). Im zeitlichen Verlauf deutet sich zwischen 2001 und 2019 jedoch insgesamt eine Verbesserung der finanziellen Situation von Freiwilligenagenturen an. Eine Korrelationsanalyse zeigt ferner, dass a) Freiwilligenagenturen, die sich in einem eher (groß-)städtischen Umfeld befinden ($r = .2$; $n = 294$; $p = .008$)

und b) ältere Freiwilligenagenturen ($r = .2$; $n = 375$; $p = .001$) über ein höheres Jahresbudget verfügen. Die Befunde deuten darauf hin, dass Freiwilligenagenturen in (Groß-)Städten und älteren Freiwilligenagenturen die Akquise finanzieller Mittel besser gelingt. Die vergleichsweise günstigere finanzielle Ausstattung von Freiwilligenagenturen in (Groß-)Städten dürfte sowohl mit der Zuständigkeit von Kommunen als auch mit dem größeren Einzugs- und Aufgabenbereich der Freiwilligenagenturen zusammenhängen. Die bessere Finanzierung älterer Freiwilligenagenturen könnte auf die größere Erfahrung dieser Freiwilligenagenturen im Umgang mit unterschiedlichen Förderprogrammen, aber auch die aufgebauten Beziehungen der Freiwilligenagenturen zu Fördermittelgebern zurückzuführen sein.

Hinsichtlich der Personalausstattung lässt sich – übereinstimmend zur Finanzausstattung – bei Vollzeitstellen eine positive Entwicklung feststellen. So hat die Anzahl der Vollzeitstellen zwischen 2009 (Median = 0.62; $n = 199$) und 2019 (Median = 1.0; $n = 142$) zugenommen ($z = -4.2$; $p = .000$).

2.4. Dauer der finanziellen Absicherung

Für die Gewährleistung von Leistungsangeboten, Strategiebildungen und Kooperationen sowie die personelle Stabilität von Freiwilligenagenturen ist es wichtig, dass die finanzielle Ausstattung über einen längeren Zeitraum abgesichert ist. Freiwilligenagenturen sollten daher Auskunft über die Dauer ihrer Finanzierung geben. Die Befragungsergebnisse zeigen, dass Freiwilligenagenturen sehr unterschiedlich abgesichert sind. Im Jahr 2019 waren beispielsweise 39 % der befragten Freiwilligenagenturen länger als zwei Jahre, 25 % zwei Jahre und 19 % für nur ein Jahr finanziell abgesichert; 17 % konnten die Dauer der Finanzierung gar nicht einschätzen. Eine dauerhafte Grundfinanzierung von Freiwilligenagenturen ist offensichtlich noch nicht überall gewährleistet (Speck/Backhaus-Maul/Krohn 2021).

Anhand der erhobenen Daten zeigen sich unterschiedliche finanzielle Absicherungen zwischen den Messzeitpunkten 2009 und 2019 ($\chi^2 = 12.2$; $df = 3$; $n = 357$; $p = .007$). Auffällig ist insbesondere ein Rückgang einjähriger und damit kurzfristiger Finanzierungen (2009: 35 % und 2019: 19 %). Nicht belegt werden kann hingegen mittels Korrelationsanalysen ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Dauer der finanziellen Absicherung und der Höhe des Jahresbudgets. Ein niedrigeres Jahresbudget geht beispielsweise nicht mit einer längerfristigen finanziellen Absicherung einher. In Abhängigkeit von der Trägerschaft zeigen sich hingegen Unterschiede. So ist die finanzielle Absicherung von Freiwilligenagenturen, die sich in kommunaler Trägerschaft befinden, signifikant häufiger für einen Zeitraum von über zwei Jahren gesichert ($\chi^2 = 30.9$; $df = 12$; $n = 340$; $p = .002$) (vgl. die Tabelle 1).

Tab. 1: Dauer der finanziellen Absicherung unterschieden nach Trägerschaften

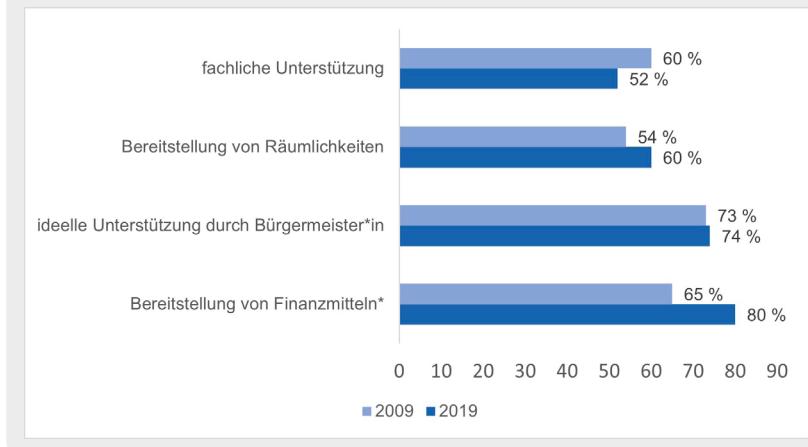
Träger	lässt sich nicht abschätzen %	Dauer finanzieller Absicherung		
		für ein Jahr %	für zwei Jahre %	für einen längeren Zeitraum %
Wohlfahrtsverband	21	28	36	19
eigenständiger Verein	31	35	25	23
Kommunalverwaltung	23	15	18	40*
Trägerverbund	13	19	13	13
andere Träger	12	3	8	6

n = 340; *p < .01

2.5. Unterstützung von Freiwilligenagenturen durch Kommunalverwaltung

Eine hilfreiche und notwendige Ressource von Freiwilligenagenturen ist eine Unterstützung durch die jeweilige Kommunalverwaltung. Freiwilligenagenturen wurden daher 2009 und 2019 danach gefragt, ob sie im vergangenen Jahr eine Unterstützung seitens ihrer Kommunalverwaltung erhalten haben. Die Befragungsergebnisse für den Messzeitpunkt 2019 zeigen, dass die Mehrheit der Freiwilligenagenturen diese Unterstützung erhalten hat, wobei Form und Intensität unterschiedlich ausfallen. Sehr oft gibt es eine finanzielle Unterstützung (80 %) und ideelle Unterstützung durch die Bürgermeister*innen (74 %). Die Mehrzahl der Freiwilligenagenturen erhält außerdem Personalmittel von der Kommune (62 %; in der Abbildung nicht dargestellt) und kann kommunale Räumlichkeiten nutzen (60 %). Auf eine fachliche Unterstützung der Kommune hingegen kann nur eine knappe Mehrheit der Freiwilligenagenturen zurückgreifen (52 %) (Speck/Backhaus-Maul/Krohn 2021; Abbildung 2).

Abb. 2: Unterstützung durch die Kommunalverwaltung. Frage: Erhielt Ihre Freiwilligenagentur im vergangenen Jahr Unterstützung durch die Verwaltung Ihrer Kommune?
 $n_{2009} = 221-222$; $n_{2019} = 171$; * $p < .01$



Ein inferenzstatistischer Vergleich der Unterstützung durch die Kommunalverwaltung macht darauf aufmerksam, dass sich lediglich bei der Bereitstellung von Finanzmitteln zwischen 2009 und 2019 signifikante Unterschiede nachweisen lassen ($Chi^2 = 10.4$; $df = 1$; $n = 393$; $p = .00$): Gaben im Jahr 2009 lediglich zwei Drittel (65 %) der Freiwilligenagenturen eine finanzielle Unterstützung durch die Kommune an, so waren es 2019 bereits vier Fünftel der Freiwilligenagenturen (80 %) (vgl. Abbildung 2).

2.6. Aufgabenprofil und Themensetzungen

Als noch relativ junge Organisationsform haben Freiwilligenagenturen sukzessiv ihr Aufgabenprofil entwickelt. Deutungsoffene Begriffe, wie Anlauf-, Beratungs- und Vermittlungsstelle, Entwicklungsagentur für Engagement und kommunale Dienstleisterin prägten lange Zeit das Aufgabenverständnis von Freiwilligenagenturen. Den Ergebnissen der dritten, quantitativen Wiederholungsbefragung zufolge bieten Freiwilligenagenturen – in Abhängigkeit von ihrem lokalen Umfeld, ihrer Größe und ihrer Ausstattung – ein unterschiedlich breites Aufgabenprofil an. Zum Kernprofil fast aller Freiwilligenagenturen zählen a) die Information und Beratung von Freiwilligen, b) die Zusammenarbeit mit Organisationen, c) die Vermittlung von Freiwilligen und d) die Öffentlichkeitsarbeit für freiwilliges Engagement (Speck/Backhaus-Maul/Krohn 2021). Die inferenzstatistische Analyse weist ferner auf eine sukzessive Erweiterung des Aufgabenprofils von Freiwilligenagenturen im Zeitverlauf hin. So zeigt sich beispielsweise, dass der Anteil der Freiwilligenagenturen, die den Arbeitsbereich „Vernetzung im Freiwilligensektor“

besetzen, von 2001 (81 %) bis 2019 (98 %) signifikant gestiegen ist ($\text{Chi}^2 = 36.5$; $df = 2$; $n = 477$; $p = .000$). Ähnliche Entwicklungen zeigen sich im gleichen Zeitraum für andere Arbeitsbereiche. So hat der Anteil der Freiwilligenagenturen, die die Arbeitsbereiche „Projektentwicklung zum freiwilligen Engagement“ (2001: 71 % und 2019: 89 %; $\text{Chi}^2 = 23.4$; $df = 2$; $n = 481$; $p = .000$) und „Fort- und Weiterbildung im freiwilligen Engagement“ (2001: 72 % und 2019: 89 %; $\text{Chi}^2 = 12.4$; $df = 2$; $n = 480$; $p = .002$) abdecken, deutlich zugenommen. Entsprechend dieser Befunde zeigt die Datenanalyse, dass es beim Aufgabenprofil von Freiwilligenagenturen Unterschiede im Zeitverlauf gibt ($\text{Chi}^2 = 31.2$; $df = 2$; $n = 483$; $p = .000$): Im Jahr 2001 gab lediglich die Hälfte der befragten Freiwilligenagenturen an, über ein umfassendes Aufgabenprofil zu verfügen (50 %). In den Jahren 2009 und 2019 stieg der Anteil der Freiwilligenagenturen mit einem umfassenden Aufgabenprofil auf knapp vier Fünftel an (78 % bzw. 82 %). Im Vergleich zum Jahr 2001 verfügen damit signifikant mehr Freiwilligenagenturen über ein umfassendes Aufgabenprofil.

Tab. 2: Umfassendes und eingeschränktes Aufgabenprofil von Freiwilligenagenturen

Messzeitpunkt	Aufgabenprofil von Freiwilligenagenturen	
	umfassend %	eingeschränkt %
2001	50	50
2009	78*	22*
2019	82*	18*

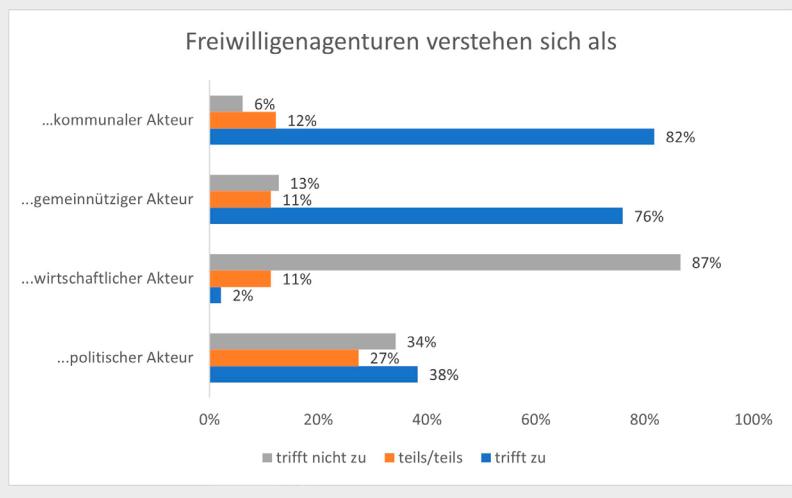
Umfassend = Information, Beratung und Vermittlung von Bürger*innen, Zusammenarbeit mit und Beratung von Organisationen, Öffentlichkeitsarbeit, personelle und organisationale Vernetzung, Fort- und Weiterbildung sowie Projektentwicklung; eingeschränkt = mindestens einer der unter „umfassend“ genannten Bereiche fehlt; $n_{2001} = 80$; $n_{2009} = 224$; $n_{2019} = 179$; $p < .001$

Befragt nach den Themen, denen sich die Freiwilligenagenturen künftig zuwenden wollen, ergibt sich folgende Rangfolge: Digitalisierung ($M = 3.19$; $SD = .73$), Integration ($M = 2.93$; $SD = .71$), Demokratiestärkung ($M = 2.81$; $SD = .77$), Inklusion ($M = 2.74$; $SD = .70$) und Klimaschutz ($M = 2.55$; $SD = .66$). Inwieweit diese flexible Anpassung (Staab 2022) an eine dynamische und krisenhafte Umwelt in konkretes Handeln mündet und Freiwilligenagenturen selbst themensetzende, innovative Akteure sind, ist aber eine weiter zu klärende Frage.

2.7. Selbstverständnis von Freiwilligenagenturen

Freiwilligenagenturen verstehen sich – je nach Standort und Ausrichtung – als Anlauf-, Beratungs- und Vermittlungsstellen, Entwicklungsagenturen und/oder kommunale Dienstleisterinnen in Engagementangelegenheiten. Angesichts dieser heterogenen Aufgabenstellung wurden Freiwilligenagenturen zum Messzeitpunkt (2019) gefragt, inwiefern sie sich als kommunaler, gemeinnütziger, wirtschaftlicher und politischer Akteur verstehen (Abbildung 3): Etwa vier Fünftel der Freiwilligenagenturen verstehen sich demnach als kommunaler (82 %) und gemeinnütziger Akteur (76 %). Deutlich geringer fällt die Zustimmung zu den anderen beiden Selbstverständnissen aus. So sieht sich nur ein gutes Drittel der Freiwilligenagenturen als wirtschaftlicher Akteur (38 %). Als wirtschaftlicher Akteur versteht sich eine verschwindend geringe Zahl der Freiwilligenagenturen (2 %). Das Selbstverständnis als politischer Akteur wird von einem Drittel der Freiwilligenagenturen ausdrücklich abgelehnt (34 %). Eine deutliche Mehrheit der befragten Freiwilligenagenturen lehnt ein Selbstverständnis als wirtschaftlicher Akteur ab (87 %).

Abb. 3: Selbstverständnis von Freiwilligenagenturen. Frage: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf das Selbstverständnis Ihrer Freiwilligenagentur zu? Wir verstehen uns...
n₂₀₁₉ = 142–148



Angesichts der sehr unterschiedlichen Antworten zum Selbstverständnis als politischer Akteur wurde eine differenzierte Korrelationsanalyse vorgenommen. Es zeigt sich: Freiwilligenagenturen mit a) einem höheren Budget ($r = .351; n = 139; p = <.001$), b), mehr hauptamtlich Mitarbeitenden ($r = .324; n = 146; p = <.001$) und mehr Kooperationspartnern ($r = .252; n = 146; p = .002$) sowie in Städten ($r = .187$;

$n = 146$; $p = .024$) geben häufiger an, sich als politischer Akteur zu verstehen. Das Selbstverständnis von Freiwilligenagenturen steht also mit den zur Verfügung stehenden Rahmenbedingungen und dem eigenen Wirkungsumfeld in Beziehung.

3. Bilanz und Perspektiven: „Es geht voran“ (Fehlfarben 1980), aber wohin?

Die quantitativen Befunde der Langzeituntersuchung zeichnen im Vergleich der Erhebungswellen (2001, 2009 und 2019) das Bild einer sukzessiven Institutionalisierung von Freiwilligenagenturen in Deutschland. Die Ausgangssituation in den 1980er Jahren der alten Bundesrepublik war durch vereinzelte Organisationsgründungen zumeist in Städten gekennzeichnet. Ausgehend von diesen durch Selbstorganisation und geringe Ressourcen geprägten Anfängen können Freiwilligenagenturen mittlerweile seit über einem Jahrzehnt darauf verweisen, dass sie flächendeckend in Deutschland verbreitet sind (Speck et al. 2012) und sich verstetigt haben (Speck et al. 2021), gleichwohl ist ihr Bestand aber nicht überall und nicht auf Dauer gesichert.

Wichtige Indikatoren für die Institutionalisierung von Freiwilligenagenturen werden in der dritten quantitativen Wiederholungsbefragung herausgearbeitet, wie etwa die Zunahme hauptamtlichen Personals (Speck et al. 2021), der Rückgang kurzfristiger Finanzierungen, der erhöhte Anteil kommunaler Finanzmittel und das erweiterte Aufgabenprofil von Freiwilligenagenturen (Speck et al. 2021, 2022). Ob und inwiefern die gestiegene Zahl von Freiwilligenagenturen in kommunaler Trägerschaft auf einen Trend zur Kommunalisierung verweist und (produktive) Konflikte zwischen Freiwilligenagenturen als Nonprofit-Organisationen und Freiwilligenagenturen als Teil einer Kommunalverwaltung zu erwarten sind, ist Gegenstand aktueller Diskussionen und qualitativer sozialwissenschaftlicher Forschung.

Die für alle Nonprofit-Organisationen konstitutive Ambivalenz von relativer Umweltoffenheit und einem eher vagen organisationalen Selbstverständnis bewältigen Freiwilligenagenturen einerseits in der intensiven Rezeption aktueller gesellschaftlicher Trends und institutionalisierter Erwartungen sowie andererseits im Bestreben, das organisationale Selbstverständnis fortlaufend zu profilieren (Speck et al. 2022). So zeigen sich Freiwilligenagenturen als gering formalisierte und wenig hierarchisierte Organisationen umweltoffen gegenüber sozialem Wandel und gesellschaftlichen Erwartungen: Sie rezipieren schnell aktuelle gesellschaftliche Themen und institutionalisierte Erwartungen ihrer Umwelt und übersetzen diese in konkretes Handeln (Speck et al. 2021; 2022; 2023). Ob und inwiefern sie dabei selbst auch themensetzende innovative Akteure sind, ist aber eine offene, wiederum empirisch zu klärende Frage.

Bilanzierend lässt sich festhalten, dass sich – so die Langzeituntersuchung – eine organisationale Verfestigung von Freiwilligenagenturen und eine deutliche „Bodenhaftung“ auf kommunaler Ebene abzeichnen (Speck et al 2021). In den vergangenen beiden Jahrzehnten haben sich Freiwilligenagenturen als umweltoffene (intermediäre), öffentlich (kommunal) mitfinanzierte und lokal tätige Organisationen institutionalisiert.

Aber, was war eigentlich der Gründungsanlass von Freiwilligenagenturen, wofür haben sie sich engagiert, was wollen sie erreichen, was sind ihr Selbstverständnis und ihr erklärtes Ziel? Sie reagieren schnell auf an sie gerichtete Erwartungen und versuchen diese in ihrem Verständnis „bestens zu erfüllen“. Angesichts dieser flexiblen Anpassung (Staab 2022) an eine dynamische und krisenhafte Umwelt sind sie besonders gefordert, ihr organisationales und gesellschaftspolitisches Selbstverständnis weiter zu entwickeln. Begriffe wie Anlauf-, Beratungs- und Vermittlungsstelle, Infrastruktureinrichtung und kommunale Dienstleisterin, sind deutungsoffene Platzmarkierungen in einer fragmentierten und parzellierten lokalen Engagementlandschaft und in Zukunft sicherlich allein keine hinreichend tragfähigen Begründungen mehr für das eigene Tun. Besondere Aufmerksamkeit verdient in diesem Zusammenhang die scheinbare politische Enthaltsamkeit von Freiwilligenagenturen, wenn nur 38 % von ihnen sich auch als politische Akteure verstehen. „Geschichte wird gemacht, es geht voran“ (Fehlfarben 1980), aber die Fragen nach dem „Warum“ und dem „Wohin“ stellen sich für jede Organisation immer wieder von Neuem. Für Freiwilligenagenturen wiederum gehört die Frage nach ihrem organisationalen Selbstverständnis und ihrer gesellschaftspolitischen Rolle ganz oben auf die Agenda.

Literaturverzeichnis

- Backhaus-Maul, Holger; Fücker, Sonja; Grimmig, Martina; Kamuf, Viktoria; Nuske, Jessica; Quent, Matthias (Hrsg.) (2023): Forschungsbasierter Wissenstransfer und gesellschaftlicher Zusammenhalt. Frankfurt/New York.
- Backhaus-Maul, Holger; Kemnitzer, Tobias (2012): Engagement und Organisation – Über kultivierte Idealvorstellungen und eingehegte Gestaltungsspielräume von Freiwilligenagenturen und -zentren in Deutschland. In: Heinrich-Böll-Stiftung (Hrsg.): Engagiert! Gedanken zum neuen bürgerschaftlichen Engagement. Schriftenreihe zur Demokratie, Band 29, Berlin, S. 31–36.
- Backhaus-Maul, Holger; Speck, Karsten (2011): Freiwilligenagenturen in Deutschland. Potenziale auf kommunaler Ebene. In: Nachrichtendienst des Deutschen Vereins für öffentliche und private Fürsorge, 19. Jg., Heft 7, S. 302–308.
- Backhaus-Maul, Holger; Speck, Karsten; Hörlein, Miriam; Krohn, Maud (2015): Engagement in der freien Wohlfahrtspflege. Empirische Befunde aus der Terra incognita eines Spitzenverbandes. Wiesbaden.
- Beck, Ulrich (1986): Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt.

- Brand, Karl-Werner; Büsser, Detlef; Rucht, Dieter (1983): Aufbruch in eine andere Gesellschaft. Neue soziale Bewegungen in der Bundesrepublik. Frankfurt/New York.
- Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (Hrsg.) (2022): Freiwilligenagenturen gestalten Gesellschaft. Ein Magazin über Geschichte(n) und Entwicklungen von Freiwilligenagenturen in Deutschland. Berlin.
- Deitelhoff, Nicole; Groh-Samberg, Olaf; Middel, Matthias (Hrsg.) (2020): Gesellschaftlicher Zusammenhalt. Ein interdisziplinärer Dialog. Frankfurt/New York.
- Ebert, Olaf; Hartnuss, Birger; Rahn, Erik; Schaaf-Derichs, Carola (2002): Freiwilligenagenturen in Deutschland. Ergebnisse einer Erhebung der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa). Stuttgart.
- Ebert, Olaf; Speck, Karsten (2011): Freiwilligenagenturen. In: Olk, Thomas; Hartnuss, Birger (2011) (Hrsg.): Handbuch Bürgerschaftliches Engagement. Weinheim/Basel, S. 553–566.
- Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ des Deutschen Bundestages (Hrsg.) (2002): Bürgerschaftliches Engagement. Auf dem Weg in eine zukunfts-fähige Gesellschaft. Bericht. Opladen.
- Fehlfarben (1980): Keine Atempause, Geschichte wird gemacht, es geht voran. In: dies., Monarchie und Alltag. Album. Köln.
- Kühl, Stefan (2020): Organisationen. Eine sehr kurze Einführung. 2. Auflage. Wiesbaden.
- Nassehi, Armin (2021): Unbehagen. Theorie der überforderten Gesellschaft. München.
- Simonson, Julia; Kelle, Nadiya; Kausmann, Corinna; Tesch-Römer, Clemens (Hrsg.) (2022): Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019. Wiesbaden.
- Speck, Karsten; Backhaus-Maul, Holger; Friedrich, Peter; Krohn, Maud (2012): Freiwilligenagenturen in Deutschland. Potenziale und Herausforderungen einer vielversprechenden intermedienären Organisation. Wiesbaden.
- Speck, Karsten; Backhaus-Maul, Holger; Krohn, Maud (2021): Freiwilligenagenturen in Deutschland. Die Befunde der dritten quantitativen Wiederholungsbefragung. Berlin.
- Speck, Karsten; Backhaus-Maul, Holger; Krohn, Maud; Stauvermann, Lara (2022): Freiwilligenagenturen in Deutschland. Ausgewählte Befunde der dritten quantitativen Wiederholungsbefragung. In: Blätter der Wohlfahrtspflege, 169. Jg., Heft 1, S. 20–23.
- Speck, Karsten; Backhaus-Maul, Holger; Kemnitzer, Tobias; Sattler, Christine; Schmidt, Nantke; Stauvermann, Lara (2023): Freiwilligenagenturen auf ihrem Institutionalisierungspfad in Deutschland. Befunde der quantitativen Langzeituntersuchung. Bericht an die DSEE. Oldenburg; www: #####
- Staab, Philipp (2022): Anpassung. Leitmotiv der nächsten Gesellschaft. Berlin.
- Walgenbach, Peter; Meyer, Renate (2008): Neoinstitutionalistische Organisationstheorie. Stuttgart.