



STIFTERVERBAND

Bildung. Wissenschaft. Innovation.

DISCUSSION PAPER

AUSGABE 02 | 25. MAI 2020

ENGAGEMENT IM DIGITALEN WANDEL

Entwicklung einer Forschungsheuristik und Indikatorik für die quantitative Forschung

1. EINLEITUNG

Digitaler Wandel ist eine „stille Revolution“, die „ohne viel Lärm zu machen (...) Wissen, Arbeit, Öffentlichkeit und Politik“ nachhaltig verändert (Bunz 2017). Aber auch auf der Ebene von Lebensstilen (Prensky 2001), Vergemeinschaftungsprozessen (Reckwitz 2018: 261 ff.), Kultur (Stalder 2018) und Formen zivilgesellschaftlicher Selbstorganisation (Rasmussen 2018, Weber/Kreutter/Dufft 2018) zeigt sich zunehmend das Veränderungspotenzial der Nutzung und Verbreitung digitaler Techniken und Medien.

Abbildung und Analyse wichtiger Veränderungen zivilgesellschaftlicher Selbstorganisation, sowohl auf der individuellen als auch auf der organisationalen Ebene, ist Aufgabe der quantitativen sozialwissenschaftlichen Forschung und Berichterstattung. Aber gerade stark standardisierten Erhebungsinstrumenten, wie sie für die Survey- und Panelforschung üblich sind, kann eine solche Erfassung leicht misslingen. Voraussetzung für eine bestmögliche Erfassung gesellschaftlicher Trends ist eine Indikatorik, die auf Grundlage qualitativer Forschung und theoretischer Reflexion kontinuierlich weiterentwickelt wird. Dieser Schritt ist beim Thema „digitaler Wandel im bürgerschaftlichen Engagement und in der Zivilgesellschaft“ dringend notwendig.

» Krimmer, Holger

Geschäftsführer der ZiviZ gGmbH
im Stifterverband

Dieser Text nimmt die Frage auf, wie eine konzeptuelle Fundierung und Entwicklung einer Indikatorik zum Thema des digitalen Wandels im bürgerschaftlichen Engagement aussehen kann. Da die Entwicklung des bürgerschaftlichen Engagements, insbesondere des digitalen Wandels im bürgerschaftlichen Engagement, nicht losgelöst von den organisationalen Kontexten verstanden werden kann, in denen Engagement stattfindet, wird auch die Ebene zivilgesellschaftlicher Organisationen in den Blick genommen.

Im ersten Abschnitt wird dazu ein einfaches Konzept von Digitalisierung und digitalem Wandel entwickelt. Der Kerngedanke ist, dass Digitalisierung nicht nur eine technische, sondern auch eine kommunikative Revolution darstellt. Neben der Entwicklung einer modernen digitalen Infrastruktur muss daher auch die Entwicklung aktueller digitaler Medien in den Blick genommen werden. Im zweiten Abschnitt erfolgt ein knapper Abriss der bisherigen Forschung zum digitalen Wandel im bürgerschaftlichen Engagement. Anschließend wird eine Forschungsheuristik entwickelt, die versucht, die zentralen Dimensionen zu identifizieren, über die digitaler Wandel im bürgerschaftlichen Engagement abgebildet und analysiert werden kann. Hauptergebnis dieses Textes ist ein darauf aufbauender Vorschlag für eine themenbezogene Indikatorik.

Dieser Text kann nicht mehr sein als eine erste Annäherung an das eben skizzierte Thema. Digitaler Wandel ist ein fortlaufender „gesellschaftlicher Prozess“ (Baecker 2018: 59), der sich schon allein deshalb jedem Versuch entzieht, ein abschließendes Konzept für dessen Beschreibung zu formulieren. Gleiches gilt folglich für die Entwicklung einer Indikatorik.

2. WEGE IN DEN DIGITALEN WANDEL

Unter dem Begriff Digitalisierung werden häufig zwei verschiedene, eng miteinander verbundene Prozesse subsumiert. Zum einen bezeichnet Digitalisierung einen Prozess der Übersetzung von analogen Informationen in digitale Daten zum Zweck ihrer Speicherung, Kommunikation und Weiterverarbeitung (ebd.). Die Entwicklung von Speichermedien und des Computers sowie die rasante Entwicklung der modernen Prozessortechnologie seit Entwicklung des ersten Mikrochips zu Beginn der 70er Jahre haben zu einer Computerisierung zuerst beruflicher, dann auch privater Handlungskontexte geführt. Dieser gleich noch näher zu beschreibende Prozess unterscheidet sich vom Prozess der Evolution neuer Kommunikationsmedien, modernen sozialen Medien und Netzwerken und dem Internet. Diese verändern die kommunikationstechnische Infrastruktur moderner Gesellschaften und greifen damit tief in unterschiedliche Lebenszusammenhänge ein. Beide Entwicklungslinien sollen hier kurz skizziert werden.

Vom Computer zu künstlicher Intelligenz

Der Techniksoziologe Roger Häußling (2019) untergliedert den erstgenannten Prozess der Digitalisierung in fünf Phasen (ebd., S. 325 ff.). Den Beginn stellt danach die Computerisierung ab den 50er Jahren dar. Insbesondere große Unternehmen, Universitäten und militärische Einrichtungen beginnen, mit Großrechnern zu arbeiten, zu denen einzelne Mitarbeiter über Terminals Zugang haben. Die zweite Phase bildet die „PC-isierung“. Ab den 70er Jahren entwickelten US-amerikanische Unternehmen den modernen Mikroprozessor, der bisherige Prozessoren zu einem kleinen Mikrochip miniaturisierte.

Diese technische Innovation machte zu Beginn der 80er Jahre die Entwicklung und Einführung von Personal Computern (PC) möglich, die ebenfalls zunächst in beruflichen, anschließend in privaten Kontexten Verbreitung fanden. Verbunden waren diese PCs durch ein gemeinsames Netzwerk, das Intranet. Häußling nennt die „Internetisierung“ die dritte Phase in diesem Strang der Digitalisierung. Das Internet als ein „Zwischennetz“ stellt nicht eine Verbindung einzelner PCs, sondern eine Vernetzung der vorausgegangenen Intranets dar. Mit Ubiquisierung, der vierten Phase, ist die zunehmende Einbindung von Mikrochips auch in sogenannte konventionelle Technik gemeint: in Heizthermen, Waschmaschinen, Bordcomputern in Autos, Mobiltelefonen etc. Durch diese massive Ausbreitung von digitaler Technik und deren Vernetzung wird das Internet der Dinge (IoT) möglich und damit eine eigenständige technische Infrastruktur und Umwelt. Erst den fünften Schritt dieser Entwicklung nennt Häußling Digitalisierung. Damit meint er vor allem die Entwicklung moderner Ansätze von künstlicher Intelligenz. Durch die enorme Leistungssteigerung von Computertechnologien, die Sammlung und Auswertung großer Datenmengen und den Einsatz leistungsfähiger Algorithmen entstehen potenziell autonom lern- und handlungsfähige technische Akteure, die selbstständig in die soziale Sphäre interagieren. Daten werden so zu einem wichtigen Rohstoff, insbesondere in wirtschaftlichen Kontexten (Mayer-Schönberger/Ramge 2017). Für Systeme künstlicher Intelligenz entstehen immer neue Anwendungskontexte, sie verändern – lapidar gesprochen – das moderne Verhältnis von „Mensch und Maschine“ (Ramge 2019).

Vom „elektronischen Zeitalter“ zur fragmentierten Öffentlichkeit

Von diesem Prozess zu unterscheiden ist die Entwicklung moderner Kommunikationsmedien als zweite Dimension von Digitalisierung (Stalder 2019; Baecker 2018), die eher aus dem Blick gerät, wenn lediglich empirische Phänomene wie die digitalen Voraussetzungen von Arbeit 4.0, neue Formen der Kollaboration in Organisationen oder ähnliche Anwendungsfelder betrachtet werden.

Impulsgeber für die wissenschaftliche Beschäftigung mit modernen Medien ist Marshall McLuhan, der Innovationen auf der Ebene von Medien als epochebildende Phänomene beschreibt. McLuhan (Ders. 1995) unterscheidet zwischen vier Phasen der Kultur- und Mediengeschichte: dem oralen Zeitalter (Leitmedium Sprache), der Phase der Schrift- bzw. Manuskriptkulturen mit Beginn der frühen Hochkulturen (Leitmedium Schrift), der mit der Einführung und Verbreitung der Druckpresse einsetzenden „Gutenberg-Galaxis“ und schließlich das „elektronische Zeitalter“.

Die wichtigste technische Innovation für diese letzte Epoche war nach McLuhan die Einführung der Telegrafie mit Eröffnung der ersten Telegrafenerbindung zwischen Washington und Baltimore am 25. Mai 1844 (Wenzel 2001: 264). Das bald darauf entstandene Telegrafennetz machte die Entwicklung einer landesweit kohärenten Nachrichtenberichterstattung möglich, die auch die lokale Presse in entlegenen Regionen einbezog. „Das in den vierziger Jahren noch für kaum denkbar gehaltene all-telegraphic-newspaper (Herv. i.O.) war Wirklichkeit geworden. Bei kleineren Zeitungen machte der telegrafische Report der AP (Associated Press, frühe US-amerikanische Nachrichtenagentur, H.K.) 80 bis 100 Prozent des redaktionellen Inhaltes aus – und bewirkte damit eine Uniformität des Zeitungsmarktes.“ (Wenzel 2001: 269).

Öffentlichkeit auf nationaler Ebene und darüber hinaus im Sinne der Vorstellung eines „gemeinsamen homogenen Erfahrungsraums“ (ebd. 267) ist damit ein mittelbares Ergebnis dieser technischen Innovation. Das Leitmedium dieser frühen Phase des „elektronischen Zeitalters“ ist für McLuhan folglich die Presse, die bald vom Hörfunk und schließlich vom Fernsehen abgelöst wurde.

McLuhan zufolge verwandeln die massenmedialen Kommunikationsrevolutionen des 19. und 20. Jahrhunderts die Welt sukzessive in ein „global village“. Durch eine globale mediale Vernetzung und permanente Echtzeitkommunikation ist die „raumzeitliche Einheit der Kommunikationssituation“ (Hickethier 2010: 41 ff.), also die dialogische Gesprächssituation im Hier und Jetzt ohne technische Hilfsmittel, aufgelöst worden. Diese „Annihilation von Raum und Zeit“ (Wenzel 2001) ermöglicht medial vermittelte gesellschaftliche Integrationsprozesse über prinzipiell unbegrenzte räumliche Distanzen. Nähe und Distanz sind nicht mehr vorwiegend geografische oder räumliche Kategorien. Auch Vergemeinschaftungsprozesse sogenannter virtueller Communities oder von Neogemeinschaften sind über das Internet und andere neue Medien möglich (Reckwitz 2018). Mit dem Übergang zur Kommunikation im Internet, auf Plattformen, in sozialen Netzwerken und sozialen Medien haben sich die Möglichkeiten zur Bildung von Öffentlichkeiten im Kontrast zu den Massenmedien, die McLuhan im Blick hatte, nochmals deutlich geändert. Darauf machen Hunger und Kissau (2009) mit ihrer Rezeption des Begriffes eines Long Tail der Politik aufmerksam. Während bei etablierten Medien wie Hörfunk, Zeitungen und Fernsehen Redaktionen, Lektoren und Journalisten als Gatekeeper fungierten und die Auswahl und Aufbereitung von Inhalten steuerten, zeichnen sich neuere, digitale Kanäle dadurch aus, dass prinzipiell jeder für jedes Thema unbegrenzt Öffentlichkeit generieren kann. Der Wegfall dieser früheren Gatekeeper ermöglicht, dass der lange Überhang (Long Tail) an Themen, der zuvor nicht den Weg durch die Redaktionen ans Licht der Öffentlichkeit gefunden hat, nun ungefiltert zum Gegenstand öffentlicher Kommunikation und Debatte werden kann. Vormalis eher geschlossene mediale Öffentlichkeiten fransen so in einem Long Tail fragmentierter Öffentlichkeiten aus.

Die durch digitale Kanäle bewirkte Medienrevolution zeichnet sich zudem durch eine regionale Entgrenzung aus. Richten sich Funk und Fernsehen noch überwiegend an nationale Arenen, finden transnationale Vernetzung, Dialog und öffentliche Kommunikation mit sozialen Netzwerken wie Facebook, LinkedIn und anderen, Foren und Blogs und Mikroblogging-Plattformen im Internet eine neue kommunikationstechnische Infrastruktur.

Neben der räumlichen Entgrenzung findet zugleich eine thematische statt. Der Wegfall von Gatekeepern in digitalen Plattformen eröffnet vormalis ausselektierten Themen neue Chancen auf Zugang zu einem breiten Publikum. Beispielsweise kann der europaweite Aufstieg rechtspopulistischer Parteien in direkten Zusammenhang mit der Ausbreitung neuer Kommunikationsmedien gebracht werden. „The transformation of the media landscape and political communication by social networks has allowed them (populist movements, H.K.) to communicate directly with a steadily growing number of followers and distribute their political content to a mass audience.“ (Dittrich 2017:1).

Neben diesen beiden Formen der Entgrenzung lösen digitale Medien das alte Grundmuster einer „One-to-many“-Kommunikation“ auf, die für Presse, Hörfunk und Fernsehen konstitutiv ist, indem sie jedes Mitglied einer Gesellschaft

zu einem potenziellen Sender in der modernen öffentlichen Arena machen. Schließlich weichen Sie die vormalige räumliche und soziale Differenz zwischen Privat und Öffentlich auf, unter anderem auch deshalb, weil es diesen Medien zu Eigen ist, dass sie für beide Bereiche wichtige Plattformen geworden sind.

Gesellschaftliche Auswirkungen des digitalen Wandels

Digitaler Wandel führt also zur Veränderung der Handlungsbedingungen und -kontexte für zivilgesellschaftliche Selbstorganisation. Wichtige Dimensionen sind:

- » *Relevanzverlust von Raum und Zeit:* Die zunehmende und zunehmend leistungsfähige Vernetzung (Breitbandausbau, 4G, 5G) und die Zunahme von portablen Smart Devices (Smartphone, Tablet u.a.) führt zu einer Reduzierung der für soziale Interaktionen strukturierenden Bedeutung geografischer Kontexte. Dialog, Kooperation und Vernetzung können zunehmend vielfältig über digitale Wege erfolgen, ungeachtet räumlicher und auch zeitlicher Distanzen.
- » *Integration und Exklusion:* Die stationäre (84 Prozent) und mobile Internetnutzung (68 Prozent) steigt kontinuierlich (Initiative D21 2018). Damit sind auch immer mehr (potenziell) Engagierte digital miteinander vernetzt. Mit steigender Nutzung digitaler Medien steigt jedoch auch das Risiko der Exklusion jener, sei es freiwillig, aus Kompetenzgründen oder mangels technischer Infrastruktur (Netzabdeckung), die im digitalen Raum nicht handlungsfähig sind. Digitaler Wandel kann damit auch als ein dialektischer Prozess der Auflösung alter durch Etablierung neuer Muster von Exklusion und sozialen Grenzen beschrieben werden.
- » *Kulturwandel:* Als „digital natives“ (Prensky 2001) wird eine Generation bezeichnet, die von Geburt an in einer digitalen Welt aufgewachsen ist. Die selbstverständliche Nutzung digitaler Medien für nahezu alle Belange des Lebens unterscheidet sie von früheren Generationen, was wechselseitig über einen „digital divide“ hinaus als ein kultureller Bruch wahrgenommen werden kann.
- » *Kompetenzen:* Die kompetente Nutzung digitaler Medien ist an Fähigkeiten und Kompetenzen gebunden, die ungleich verteilt sind. Die Möglichkeit zum Mitmachen, auch in gemeinnützigen Organisationen, kann damit an Kompetenzvoraussetzungen gebunden sein, die exkludierend wirken.

Zusammengenommen finden auch Engagement und zivilgesellschaftliche Selbstorganisation zunehmend in medial konstituierten Handlungskontexten statt, an denen zu partizipieren voraussetzungsreich und die Grundlage dafür sein kann, dass sich Spielregeln zivilgesellschaftlichen Handelns ändern.

3. BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT IM DIGITALEN WANDEL

Wenn Digitalisierung zu einem weitreichenden gesellschaftlichen Wandel führt, der tief in unterschiedliche Handlungsbereiche hineinwirkt, wie verändert sich dann das bürgerschaftliche Engagement im digitalen Wandel?

Und wie kann bürgerschaftliches Engagement selbst digitalen Wandel mitgestalten? Diese Fragen sind aktuell schon deshalb nicht abschließend zu beantworten, weil der mit Digitalisierung verbundene soziale Wandel kein abgeschlossener, ex post zu analysierender ist. Erschwerend kommt hinzu, dass die Forschungslage zum Thema noch lückenhaft ist.

3.1 DER FORSCHUNGSSTAND

Die aktuelle Forschungslage weist in großen Teilen zwei gemeinsame Merkmale auf. Der überwiegende Teil der Forschung hat explorativen Charakter, da ein Mangel an repräsentativen Daten herrscht. Die meisten empirischen Studien basieren auf kleineren, nicht repräsentativen Datenerhebungen (Dufft, Kreutter 2018, Mason, Schwedersky, Alfawakheeri 2017, Rasmussen 2018). Vorliegende Studien erlauben damit nur erste Einblicke in mögliche Entwicklungslinien und Herausforderungen, vor denen Engagierte und gemeinnützige Organisationen im digitalen Wandel stehen. Sie ermöglichen jedoch kein Verständnis davon, wie sich das Engagement in der Breite und die organisierte Zivilgesellschaft entwickeln. Eine Ausnahme bilden hier die mit dem Freiwilligensurvey 2014 erhobenen Indikatoren zur Nutzung des Internets im und für das bürgerschaftliche Engagement (Hagen, Simonson 2017).

Zweitens – und das trifft gleichermaßen auf wissenschaftliche Publikationen wie auch auf solche von Thinktank und Akteuren der wissenschaftlichen Politikberatung zu – ist viel der aktuell vorliegenden Literatur getragen von einem Empowermentmotiv: Der Impuls zahlreicher Texte zielt darauf ab, für Engagierte und gemeinnützige Organisationen einen Zugang zum Thema aufzubauen und konkrete Handlungsempfehlungen zu geben (Gilroy 2017; ders. 2018, Hinz/Wegener/Weber/Fromm 2014). Das zeigt sich auch an Publikationen im internationalen Diskurs, etwa an der Fokussierung auf Fragen, wie die Nutzung sozialer Medien beim Fundraising helfen kann (Saxton, Wang 2013; Bhati, McDonnell 2019) oder welche Chancen diese Medien für die anwaltschaftliche Tätigkeit von sogenannten Advocacy-Organisationen haben. (Guo, Saxton 2017; dies. 2013).

Für weite Teile des sich langsam entwickelnden Diskurses gilt, dass digitaler Wandel aus einer Organisationsperspektive in den Blick genommen wird und damit Fragen nach der Ressourcenmobilisierung (Fundraising, Mobilisierung freiwillig Engagierter) oder der Effektivität und Zielerreichung von Organisationen dominieren. Deutlich seltener anzutreffen ist hingegen eine Perspektive, die digitalen Wandel als einen Prozess versteht, der Handlungsumwelten und -kontexte von Organisationen und Akteuren verändert und dadurch Anpassungs- und Adaptionsprozesse erforderlich macht. Eine solche Perspektive wählte beispielsweise Marc Prensky (2001), der aus dem Eintritt der ersten digital aufgewachsenen Generation, den „digital natives“, in US-amerikanische Bildungsinstitutionen die Forderung nach weitreichenden Reformen für diese Institutionen ableitete. Häufig anzutreffen ist diese Perspektive auch in der betriebswirtschaftlichen Diskussion. Mit digitalem Wandel wird hier häufig eine Veränderung von Umwelten und Märkten in Richtung einer Zunahme von Instabilität verstanden, die an das Management von Unternehmen neue Anforderungen stellt (Kruse 2015, Mack u.a. 2015).

Erste belastbare Daten zur Nutzung von Internet und sozialen Medien im bürgerschaftlichen Engagement liefert der Freiwilligensurvey 2014 (Hagen, Simonson 2017). Die repräsentative Erhebung gibt darüber Aufschluss, wie die

Nutzung des Internets, von sozialen Medien und Blogs im bürgerschaftlichen Engagement aussieht. Darüber hinaus können zahlreiche weitere wichtige Erkenntnisse gewonnen werden, unter anderem über die Unterschiede im Nutzungsverhalten zwischen unterschiedlichen Altersgruppen, welchen Einfluss das Bildungsniveau auf diese Nutzung hat. Schließlich zeigt sich auch, dass die Nutzung digitaler Medien im Engagement einerseits ein weit verbreitetes Phänomen ist, denn 2014 nutzten immerhin 58,4 Prozent aller Befragten sie. Andererseits ist die Teilgruppe jener, die angaben, sich ausschließlich oder überwiegend im Internet zu engagieren, noch eher klein. Auch bei der Teilgruppe der 14- bis 29-Jährigen liegt der Anteil dieser Online-Volunteers bislang lediglich bei 3,3 Prozent. „Online-Volunteering, im Sinne einer ausschließlich oder überwiegend über das Internet ausgeübten Tätigkeit, ist insofern als Phänomen zwar feststellbar, jedoch (noch) keine weit verbreitete Form des Engagements“ (ebd. 320).

Auch auf Zugangswege ins bürgerschaftliche Engagement hat digitaler Wandel Einfluss, wie ebenfalls der Freiwilligensurvey belegt (Müller u.a. 2017). Immerhin 8,5 Prozent der in 2014 freiwillig Engagierten gaben an, über das Internet oder Medien Anstöße bekommen zu haben, die zur Aufnahme ihres aktuellen Engagements führten. Damit liegt der Wert für Anstöße über diesen Weg nur um einen Prozentpunkt hinter dem für Anstöße über Informations- und Kontaktstellen, im weitesten Sinne also engagementfördernde Infrastruktureinrichtungen.

Was neben diesen ersten Befunden in der gegenwärtigen Forschungslage noch fehlt, ist der Versuch einer Gesamtdeutung, was digitaler Wandel für das Feld bürgerschaftlichen Engagements bedeutet. Eine Einordnung einzelner Befunde und Forschungsfragen in einen breiteren Kontext fällt daher schwer.

3.2 ENTWICKLUNG EINER FORSCHUNGSHURISTIK

Die Ableitung von Dimensionen bürgerschaftlichen Engagements im digitalen Wandel aus Sicht einer durch den bisherigen Forschungsstand konsolidierten Gesamtdeutung ist folglich kein gangbarer Weg. Die Entwicklung einer Indikatorik zur Messung von Veränderungen im Engagement, die durch digitalen Wandel beeinflusst sind, muss daher auf Grundlage eines anderen, selektiveren Zugangs erfolgen.

Im Folgenden sollen daher einzelne Dimensionen entwickelt werden, die Phänomene des Wandels bestmöglich abdecken. Die hier vorgeschlagene Auswahl von Dimensionen orientiert sich an den zentralen Forschungsfragen, wie sie sich im bisherigen Forschungsdiskurs zum bürgerschaftlichen Engagement herausgebildet haben: Wer engagiert sich, wer nicht? Mit welchen Erwartungen an und Motiven für das Engagement wird eine Tätigkeit aufgenommen? Wie verlaufen Zugangswege in ein Engagement? In welchen sozialen und organisationalen Kontexten findet Engagement statt?

Diese zentralen Forschungsfragen werden im Folgenden in Verbindung gesetzt mit den vorausgehend entwickelten Dimensionen, wie digitaler Wandel gesellschaftliche Handlungskontexte verändert.

Auf diesem Weg sollen Forschungsfragen identifiziert werden, die für die Indikatorenentwicklung zu zivilgesellschaftlichem Handeln im digitalen Wandel anleitend sein können.

Tabelle 1 gibt über diese Ableitung von Leitfragen einen ersten Überblick. Wichtig zu unterscheiden bei relevanten Fragestellungen ist, ob es sich um Fragen handelt, die mit bestehenden Indikatoren ausgewertet werden können, oder ob es sich um solche Fragen handelt, die tatsächlich die Entwicklung neuer Indikatoren notwendig machen (dunkelblaue Felder). Nur diese Fragestellungen sollen im Folgenden diskutiert werden.

Der Fokus der im Folgenden vorgeschlagenen Indikatorik liegt auf der Frage nach einem Wandel bürgerschaftlichen Engagements. Erwartbare Veränderungsprozesse auf der Ebene zivilgesellschaftlicher Organisationen werden hier nur insoweit berücksichtigt, als von diesen ein relevanter Einfluss auf Formen des Engagements zu erwarten ist.

TABELLE 1: ENTWICKLUNG VON LEITFRAGEN

	RAUM UND ZEIT	KOMPETENZEN	EXKLUSION	KULTUR	MEDIUM
WER/ SOZIALSTRUKTURELLE FRAGE	-	Wie korrelieren digitale Kompetenzen mit Bildungsniveau?	2.1.) Neue Muster von Exklusion aufgrund ungleicher Zugänge zu digitalem Handeln?	Kulturelle Brüche zwischen Generationen?	2.2.) Digitale Voraussetzungen für ein Engagement
WARUM/ FRAGE NACH DEN MOTIVEN	-	1.) Neues Handlungsfeld Digitalisierung/ Digitalpolitik in der Zivilgesellschaft?	-	-	-
WIE/ ZUGANGSWEGE	Neutralisierung räumlicher Distanzen als Barrieren für Engagement?	Ungleiche Nutzung digitaler Zugänge, da ungleiche Kompetenzen zur Nutzung dieser Optionen?	-	-	5.) Digitale Zugangswege?
WO/ KONTEXTE	3.) Ermöglichung von Engagement in ländlichen Regionen?	4.) Welche digitalen Kompetenzen sind für den Zugang zu welchen Feldern des Engagements relevant?	Effektivitätsfalle: neue Formen von Exklusion durch digitale Kollaboration in vormals rein analog aufgestellten Organisationen?	-	6.) Neue Formen der Kollaboration?

Quelle: eigene Darstellung (ZiviZ)

- Keine Leitfrage/Zusammenhang
- Leitfrage, benötigt aber keine neue Indikatorik/kann mit vorhandenen Indikatoren analysiert werden
- Neue themenspezifische Indikatorik notwendig

1.) In welchem Umfang bildet sich ein eigenes Handlungsfeld von Engagierten und Organisationen zu Digitalthemen?

Die Themen, die mit einem Engagement aufgegriffen und bearbeitet werden, variieren im zeitlichen Verlauf. So lässt sich in den letzten zwei bis drei Dekaden eine deutliche Zunahme von Engagements zu den Themen Entwicklungszusammenarbeit, Bildung und auch Bürger- und Verbraucherinteresse feststellen (Priemer et. al. 2018).

Mit dem digitalen Wandel kommt auch ein neues Thema in die Zivilgesellschaft: die Mitgestaltung des digitalen Wandels. Diese kann kritisch mit Blick auf Datenschutzthemen und neue gesellschaftliche Machtverhältnisse (Digitale Watchdogs und Pressure Groups, zum Beispiel Stiftung Neue Verantwortung), ermöglichend zur besseren Nutzung digitaler Handlungsoptionen (zum Beispiel Correl Aid, youvo, Stiftung Bürgermut, betterplace) oder auch aufklärend und vernetzend (zum Beispiel Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement, Stiftung Datenschutz), erfolgen. Mitwirkung des digitalen Wandels ist daher nicht mit affirmativer Beförderung gleichzusetzen. Zudem besteht dieses Handlungsfeld gleichermaßen aus neu gegründeten Single-Issue Organisationen wie aus älteren Organisationen, die das Thema digitaler Wandel zu einem Schwerpunkt ihres Engagements machen.

Um diese Herausbildung eines neuen Akteursfeldes beobachten zu können, braucht es eine Indikatorik auf Personen- und auf Organisationsebene. Dazu muss kein neuer Indikator entwickelt werden. Vielmehr müssen bestehende Indikatoren zur Erfassung der Inhalte und Themen von Engagement um eine weitere Dimension ergänzt werden.

- » *Indikator 1 (Organisationsbefragung):* Aufnahme der Merkmalsausprägung „Digitalisierungsthemen“ in bestehende Indikatoren zur Messung der Bereichszugehörigkeit und Themenschwerpunkte von gemeinnützigen Organisationen, zum Beispiel im ZiviZ-Survey,
- » *Indikator 2 (Personenbefragung):* Aufnahme der Merkmalsausprägung „Digitalisierungsthemen“ in bestehende Indikatoren zur Messung der Engagementbereiche und -themen von bürgerschaftlich Engagierten, zum Beispiel im FreiwilligenSurvey.

2.1 & 2.2) Neue Muster von Exklusion aufgrund ungleicher Zugänge zu digitalem Handeln?

Soziales Handeln findet zunehmend im Kontext einer durch digitale Medien mitkonstituierten Wirklichkeit statt. Der Zugang zu Informationen, die Teilhabe an Diskursen und unter Umständen auch die Teilhabe an Vergemeinschaftung und gemeinsamem Handeln ist damit an die Voraussetzung des Zugangs und der kompetenten Nutzung dieser digitalen Medien gebunden.

Damit entsteht auch das Risiko neuer Muster von Exklusion, falls entweder Zugang oder Kompetenzen nicht gegeben sind. Aktuell nutzen zwar 84 Prozent der Bundesbürger einen Internetzugang. Umgekehrt bedeutet das aber, dass nahezu ein Sechstel der Bevölkerung (16 Prozent) über keinen Zugang zum Internet verfügen.

Um Prozesse und Umfang der Teilhabe und Exklusion im bürgerschaftlichen Engagement zu messen, sind zwei Indikatoren relevant.

- » *Indikator 3 (Personenbefragung):* Nutzen Sie persönlich zumindest ab und zu das Internet?

3.) Ermöglichung von Engagement in ländlichen Regionen?

Eine der wohl wichtigsten Auswirkungen von Digitalisierung ist die Relativierung räumlicher Distanzen für soziales Handeln, ganz gleich, ob es um Kommunikation, geteilte Erfahrungs- oder Arbeitszusammenhänge geht oder anderes. Die damit verbundenen Auswirkungen für Engagement können immens sein.

Eine Befragung von ehrenamtlichen Führungskräften in gemeinnützigen Organisationen (Behr et.al. 2008; Krimmer 2010) hat gezeigt, dass rund zwei Drittel der ehrenamtlichen Führungskräfte bereits seit zehn oder mehr Jahren am selben Ort wie jene Organisationen wohnen, in der sie ihrem Engagement nachgehen. Sozialräumliche Nähe und die über Jahre gewachsene Integration in lokale soziale Netzwerke sind damit – zumindest bislang – eine wichtige Voraussetzung für Engagement, insbesondere für zeitintensive Engagementformen. Das könnte sich mit der Zunahme digitaler Formen der Kollaboration ändern. Zahlreiche Beispiele jüngerer Organisationen belegen, dass auch Organisationen überlebensfähig sind, in der die maßgeblich verantwortlichen Engagierten räumlich weit voneinander entfernt leben und das Zusammenwirken überwiegend im Kontext digitaler Medien erfolgt.

Gerade mit Blick auf die Herausforderungen in sich ausdünnenden ländlichen Regionen und den damit verbundenen Potenzialen digitaler Medien ist es daher eine wichtige Aufgabe künftiger Engagementforschung, den Sozialraumbezug von Engagement in den Blick zu nehmen. Die Auswirkungen können dabei in beide Richtungen gehen: als Risiko im Sinne eines Bedeutungsverlustes geografisch konstituierter Solidargemeinschaften sowie als Potenzial im Sinne digitaler Vergemeinschaftungsprozesse in Regionen, in denen Entvölkerung und Landflucht die Grundlage für kommunale Solidargemeinschaften längst geschwächt haben.

- » *Indikator 4 (Organisationsbefragung):* Wie hat die Nutzung von Internet und digitalen Medien dazu beigetragen, Ihre Zusammenarbeit in der Organisation zu erleichtern? (Antwortoptionen: Wir arbeiten intensiver zusammen, ohne uns treffen zu müssen/digitale Zusammenarbeit hat unsere Treffen zu großen Teilen ersetzt/Gar nicht)

4.) Welche digitalen Kompetenzen sind für den Zugang zu welchen Feldern des Engagements relevant?

In dem Maße, in dem sich im gemeinsamen Engagement oder beim Zugang zum Engagement digitale Handlungszusammenhänge mit Offline-Handeln verbinden, sind Kompetenzen im Umgang mit ebendiesen digitalen Medien Voraussetzung zur Teilhabe. Das kann ganz basale Kenntnisse betreffen wie den Umgang mit Cloud-Speichern, die Teilhabe an Video-Calls oder die Wahl der richtigen Kommunikationskanäle in einer sich wandelnden Medienwirklichkeit. Das kann aber auch komplexere Kompetenzen betreffen wie Kenntnisse über eine den geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen konforme Handhabung mit personenbezogenen Daten in einem Verein.

Wie asymmetrisch digitale Kompetenzen verteilt sein können, zeigt für die Jahrgangsstufen von Schülern etwa die International Computer and Information Literacy Study (ICILS), die seit 2013 international vergleichend computer- und informationsbezogene Kompetenzen erhebt (Eickelmann u.a. 2019).

So wichtig es einerseits ist, über solche digitalen Kompetenzen zu verfügen, so lässt sich andererseits doch kein Set an Kenntnissen und Fähigkeiten bestimmen, das in allen unterschiedlichen Feldern des Engagements gleichermaßen teilhabekritisch ist. Denn sicher gibt es viele Bereiche im Engagement, die auch zukünftig ganz ohne digitale Medien auskommen.

Die Entwicklung eines standardisierten Indikators auf Ebene von Organisationsbefragungen dürfte daher schwierig werden. Auf Ebene einer Personenbefragung zum freiwilligen Engagement könnte zumindest mit einem subjektiven Indikator erfragt werden, ob die eigenen digitalen Kompetenzen von Engagierten als ausreichend erlebt werden oder nicht.

- » *Indikator 5 (Personenbefragung):* Welche der folgenden Fähigkeiten und Kenntnisse sind Ihrer Erfahrung nach wichtig, um Ihr aktuelles Engagement auszuüben? (Antwortoptionen: Internet/soziale Medien/kollaborative Instrumente, zum Beispiel Trello/Arbeiten mit Cloud-Speichern/Video-Telefonie usw.)

5.) Wie verändern Internet und digitale Medien Zugangswege ins Engagement?

Gängige Zugangswege in ein Engagement verliefen bislang überwiegend über personengebundene Netzwerke: familiäre, private oder berufliche. In dem Maß, in dem individuelle Vernetzung und persönlicher Informationszugang über digitale Medien und das Internet erfolgen, nimmt die Wahrscheinlichkeit zu, dass auch Zugänge zu einem Engagement über solche Medien vermittelt werden. Für diese Annahme spricht auch, dass die Aufnahme eines Engagements zunehmend selbstinitiiert erfolgt, also einer initialen Entscheidung folgt, und sich die Inhalte eines Engagements lebensphasengebunden aus der eigenen Biografie ergeben (Jakob 1981). In Verbindung mit solchen selbstinitiierten Engagements kann zumindest vermutet werden, dass der Akt einer strukturierten Informationsbeschaffung über Engagementangebote von größerer Bedeutung ist als bei netzwerkinitiierten Engagements.

Zum besseren Verständnis, welche Rolle digitale Medien bei Zugangswegen und der Aufnahme eines Engagements spielen, ist eine Operationalisierung dieser Frage analog zum Freiwilligensurvey 2014 sinnvoll.

- » *Indikator 6 (Personenbefragung):* Spielten Internet und digitale Medien eine Rolle bei der Informationsbeschaffung, die zur Aufnahme Ihres aktuellen Engagements führen?

6.) Wie verändert sich die Zusammenarbeit in gemeinnützigen Organisationen durch die Nutzung digitaler Technik?

Für die Weiterentwicklung der Zusammenarbeit in Organisationen bietet die Digitalisierung zahlreiche neue Instrumente und Möglichkeiten. In wirtschaftlichen Kontexten ist ein relevanter Anteil sogenannter New-Work-Konzepte mit diesen Optionen verknüpft: Digitale Medien erlauben schnellere Abstimmungsprozesse, kollaboratives Arbeiten an gemeinsamen Dokumenten,

vermehrte Möglichkeiten der Kommunikation auch mit mehreren Gesprächspartnern über räumliche Distanzen (Video-Call), Cloud-Speicher ermöglichen gemeinsame Ablagen etc. Erst diese digitalen Optionen ermöglichen auch neue Bürokonzepte und Formen der Zusammenarbeit in Teams.

Die Erfassung der Nutzung digitaler Instrumente in Organisationen verhält sich komplementär zur Erfassung digitaler Kompetenzen, da mit Zunahme digitaler Formen der Zusammenarbeit Anforderungen an die digitale Literalität von Engagierten gestellt werden und zugleich das Risiko einer Überforderung und kompetenzbasierten Exklusion bis hin zu Erfahrungen eines kulturellen Bruchs steigen.

- » *Indikator 7 (Organisationsbefragung)*: Für welche der folgenden Tätigkeiten werden in Ihrer Organisation das Internet und digitale Medien genutzt? (Antwortoptionen: Abstimmung und Koordination/externe Kommunikation/Treffen und Gremiensitzungen)

4. FAZIT

Die hier vorgeschlagene Forschungsheuristik und Indikatorik kann – wie dargestellt – nur ein erster Aufschlag für ein Thema sein, das sich in kontinuierlichem Wandel befindet. Soll der empirische Zugang um die Ebene zivilgesellschaftlicher Organisationen erweitert werden, müssten weitere Dimensionen hinzugenommen werden. Digitale Möglichkeiten der Mobilisierung organisationaler Ressourcen und neue Ansätze für organisationale Effektivität, also bessere Zielerreichung, wären sicher an erster Stelle zu nennen.

Die entwickelte Indikatorik ist zudem nicht dafür gedacht, ein vertiefendes Verständnis von Digitalisierungsprozessen in einzelnen Organisationen zu ermöglichen. Das zugrunde liegende Erkenntnisinteresse zielt vielmehr auf eine langfristige Erhebung und Erfassung von Prozessen digitalen Wandels auf Feldebene ab, das zugleich sensitiv für Risiken digitaler Exklusion sowie für Chancen der digitalen Integration ist und spezifische Anwendungsszenarien wie die Nutzung digitaler Instrumente in ländlichen Regionen in den Blick zu nehmen erlaubt.

5. LITERATUR

Aldehoff, L., und Morcos, S., (2017): Chancen der Digitalisierung für Engagement entdecken. MuP-Praxishilfe. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Baecker, D., (2018): 4.0 oder Die Lücke die der Rechner lässt, Leipzig.

Behr, K., Krimmer, H., Rauschenbach, T., Zimmer, A., (2008): Die vergessene Elite. Führungskräfte in gemeinnützigen Organisationen, Weinheim und München.

Bhati, A., McDonnell, D., (2019): Success in an Online Giving Day: The Role of Social Media in Fundraising, in: Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, Volume 49, issue 1, S. 74-92.

Bunz, M., (2017): Die stille Revolution. Wie Algorithmen Wissen, Arbeit, Öffentlichkeit und Politik verändern, ohne dabei viel Lärm zu machen, Berlin.

Dittrich, P.-J., (2017): Social Networks and Populism in the EU. Four Things you should know, Policy Paper, Jacques Delors Institut Berlin, im Internet: <https://institutdelors.eu/wp-content/uploads/2018/01/socialnetworksandpopulism-dittrich-jdib-april17.pdf> (letzter Zugriff: 17.2.2020).

Dufft, N., Kreutter, P., Peters, S. und Olfe, F., (2017): Digitalisierung in Non-Profit-Organisationen. Strategie, Kultur und Kompetenzen im digitalen Wandel.

Eickelmann, B., Masek, C., Labusch, A., (2019): Erste Ergebnisse der Studie ICILS 2018 für Nordrhein Westfalen im internationalen Vergleich. ICILS 2018, Münster/New York.

Fischer, J., Rulsch, M., Rück, N., (2016): Digitales Engagement wird immer wichtiger. Newsletter für Engagement und Partizipation in Deutschland 15/2016. BBE.

Gilroy, P., Krimmer, H., Dufft, N., Kreutter, P., Olfe, F., (2018): Denkanstöße zur Digitalisierung der Zivilgesellschaft. Ein Mutmacherpapier, Berlin.

Gilroy, P., Krimmer, H., Priemer, J., Konoykhina, O., Pereira Robledo, M., Stratenwerth-Neunzig, F., (2018): Vereinssterben in ländlichen Regionen. Digitalisierung als Chance, Berlin.

Grzymek, V., Puntschuh, M., (2019): Was Europa über Algorithmen weiß und denkt Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Bertelsmann Stiftung.

Guo, C., Saxton, G.D., (2017): Speaking and Being Heard: How Nonprofit Advocacy Organizations Gain Attention on Social Media, in: Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, Volume 47, Issue 1, S. 5-26.

Guo, C., Saxton, G.D., (2013): Tweeting Social Change: How Social Media Are Changing Nonprofit Advocacy, in: Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, Volume 43, issue 1, S. 57-79.

Hagen, C., Simonson, J., (2017): Inhaltliche Ausgestaltung und Leitungsfunktionen im freiwilligen Engagement, in: Simonson, J., Vogel, C., Tesch-Römer, C. (Hrsg.), Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligen-survey 2014, Wiesbaden.

Häußling, R., (2019): Techniksoziologie. Eine Einführung, Opladen/Toronto.

Hickethier, K., (2010): Einführung in die Medienwissenschaft, Stuttgart.

Hinz, U., Wegener, N., Weber, M., und Fromm, J., (2014): Digitales Bürgerschaftliches Engagement. Berlin: Kompetenzzentrum Öffentliche IT/Fraunhoferinstitut für offene Kommunikationssysteme FOKUS.

Initiative D21 e. V., (Hg.), (2019): D21Digitalindex 2018/2019: Jährliches Lagebild zur Digitalen Gesellschaft.

Jakob, G., (1993): Zwischen Dienst und Selbstbezug. Eine biographieanalytische Untersuchung ehrenamtlichen Engagements, Opladen.

Kissau, K., Hunger, U., (2009): Im „Long Tail“ der Politik: Zum politischen Potential des Internet für Migranten, in: Hunger, U., Kissau, K., (Hrsg.), Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde, Wiesbaden, S. 15-32.

Krimmer, H., (Hrsg.), (2019): Datenreport Zivilgesellschaft, Wiesbaden

Krimmer, H., (2010): Die Engagementelite, Zur Rekrutierung ehrenamtlicher Führungskräfte in gemeinnützigen Organisationen, Münster.

Kruse, P., (2015): Next Practice. Erfolgreiches Management von Instabilität. Veränderung durch Vernetzung, Offenbach.

Mack, O., Khare, A., Krämer, A., Burgartz, T., (Hrsg.), (2015): Managing in a VUCA World, Wiesbaden.

Mason, B., Schwedersky, L., Alfawakheeri, A., (2019): Digitale Wege zur Integration. Wie innovative Ansätze der Zivilgesellschaft Geflüchtete in Deutschland unterstützen, Berlin.

Matuschek, K., und Lange, V., (2018): Engagement im digitalen Zeitalter. Trends, Chancen und Herausforderungen. Akademie Management und Politik (MuP). Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.

McLuhan, M., (1995): Die Magischen Kanäle. Understanding Media, Dresden/Berlin.

Meyer-Schönberger, V., Ramge, T., (2017): Das Digital. Markt, Wertschöpfung und Gerechtigkeit im Datenkapitalismus, Berlin.

Müller, D., Hameister, N., Lux, K., (2017): Anstoß und Motive für das freiwillige Engagement, in: Simonson, J., Vogel, C., Tesch-Römer, C. (Hrsg.), Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligen-survey 2014, Wiesbaden.

Peters, S., Dufft, N., Eckert, M., und Jäger, K., (2017): Auswirkungen und Erfolgsfaktoren der Google Impact Challenge - Erfolgsbeispiele, Hürden und Empfehlungen, Berlin: betterplace lab.

Prahm, M., Ullrich, A., und Ziemann, K., (2013): NGOs im Netz - wie soziale Organisationen online arbeiten, Berlin: betterplace lab.

Premsky, M., (2001): Digital Natives, Digital Immigrants, in: MCB University Press, Vol. 9 No. 5, Oktober 2001.

Priemer, J., Bischoff, A., Hohendanner, C., Krebstakies, R., Rump, B., Schmitt, W., (2019a): Organisierte Zivilgesellschaft, in: Krimmer, H., (Hrsg.): Datenreport Zivilgesellschaft, Wiesbaden, S. 7-54.

Priemer, J., Corcoran-Schliemann, B., Geue, D., Krimmer, H., Schulz-Sandhof, K., (2019b): Finanzierung der Zivilgesellschaft, in: Krimmer, H., (Hrsg.): Datenreport Zivilgesellschaft, Wiesbaden, S. 7-54.

Ramge, T., (2018): Mensch und Maschine. Wie künstliche Intelligenz und Roboter unser Leben verändern, Ditzingen.

Rasmussen, W., (2019): Digitalisierung braucht Zivilgesellschaft. Report. Robert Bosch-Stiftung/Bertelsmann-Stiftung/Stiftung neue Verantwortung/Phineo.

Reckwitz, A., (2018): Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne, Berlin.

Samochowiec, J., Thalmann, L., und Müller, A., (2018): Die neuen Freiwilligen. Die Zukunft zivilgesellschaftlicher Partizipation. Gottlieb Duttweiler Institut. Rüslikon/Zürich: GDI.

Saxton, G.D., Wang, L., (2013): The Social Network Effekt: The Determinants of Giving Through Social Media, in: Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, Volume 43, issue 5, S. 850-868.

Stalder, F., (2016): Kultur der Digitalität, Berlin.

Stiehler, A., Kreutter, P., Dufft, N., (2019): Lernen.Verstehen.Vernetzen. Perspektiven des digitalen Wandels in etablierten sozialen Organisationen. Diskussionspapier der Digitize Non-Profits Initiative, Berlin/Düsseldorf.

Stiftung Bürgermut (Hg.), (2019): Digitalisierung: Vom Buzz Word zur zivilgesellschaftlichen Praxis. <https://opentransfer.de/e-book-digitalisierung/>, Zugriff am: 22.08.2019.

Stiftung Mercator Schweiz (Hrsg.), (2014): Freiwilliges Engagement in einer digitalisierten Welt. Digitalisierung und Gesellschaft, Zürich: Stiftung Mercator Schweiz.

Wenzel, H., (2001): Die Abenteuer der Kommunikation. Echtzeitmassenmedien und der Handlungsraum der Hochmoderne, Weilerswist.

IMPRESSUM

Herausgeber

Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V.
Barkhovenallee 1, 45239 Essen
T 0201 8401-0 F 0201 8401-301
mail@stifterverband.de
www.stifterverband.org

Dieses Discussion Paper ist aus dem Forum Zivilgesellschaftsdaten (FZD) heraus entstanden. Weitere Informationen unter:
www.ziviz.de/projekte/fzd

Redaktion

Christine Beyer
Antje Klaudius

Gestaltung

Atelier Hauer + Dörfler, Berlin



Gefördert vom:

