

C.3 Stärkung von Verbundenheit und Zugehörigkeit im digitalen Engagement

Frederike Hennig¹, Jenny S. Wesche¹, Lisa Handke¹, Rudolf Kerschreiter¹
¹ Freie Universität Berlin,
Arbeitsbereich Sozial-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie

Project

1 Theoretischer Hintergrund

Freiwilliges Engagement, d. h. selbstgewählte und ohne Entlohnung in gemeinnützigen Bereichen geleistete Arbeit (Wehner et al., 2015), ist ein wesentlicher Pfeiler unserer Zivilgesellschaft. Dabei gewinnt das digitale Engagement, bei dem die Ausübung des freiwilligen Engagements über digitale Kommunikationstechnologien erfolgt, zunehmend an Bedeutung (Simonson et al., 2021). Durch den Wegfall räumlicher Restriktionen können nicht nur insgesamt mehr Personen am freiwilligen Engagement beteiligt, sondern auch bisher ausgeschlossene Personen (z. B. aufgrund von körperlicher Einschränkung oder räumlicher Entfernung) inkludiert, sowie Personen mit ähnlichen Interessen und Hintergründen leichter vernetzt werden (Amichai-Hamburger, 2008).

Allerdings ist im digitalen Engagement der Aufbau eines Verbundenheits- und Zugehörigkeitsgefühls mit der Freiwilligenorganisation und den dort engagierten Personen erschwert. So entfallen im digitalen Raum spontane und informelle Interaktionen, die den Beziehungsaufbau üblicherweise fördern, während die verringerte „Sichtbarkeit“ der Beteiligten zu Schwierigkeiten im Aufbau einer wahrnehmbaren Gruppenidentität führt (Eisenberg & Krishnan, 2018; Handke & Kauffeld, 2019).

Dies ist besonders bei solchen Formen digitalen Engagements problematisch, bei denen Aufbau und Pflege sozialer Beziehungen im Vordergrund stehen – wie im Online-Mentoring – da diese üblicherweise Personen mit ausgeprägten sozialen Motiven anziehen (Allen et al., 1997). Misslingt der Aufbau von Verbundenheits- und Zugehörigkeitsgefühlen, kann dies die erfolgreiche Erbringung des freiwilligen Engagements im digitalen Raum sowie das nachhaltige Bestehen der Freiwilligenorganisation gefährden (z. B. weil sich Personen mit Interesse an sozialen Beziehungen selten als Freiwillige melden bzw. die Organisation wieder verlassen).

2 Das Forschungsprojekt

Das Forschungsprojekt „Stärkung von Verbundenheit und Zugehörigkeit im digitalen Engagement“ wird durch die Deutsche Stiftung für Ehrenamt und Engagement im Zeitraum von April 2022 bis März 2023 gefördert. Ziel ist 1) die Ermittlung von beeinträchtigenden und unterstützenden Faktoren für den Aufbau und die Aufrechterhaltung von Gefühlen der Verbundenheit und Zugehörigkeit im Online-Mentoring; sowie 2) die Evaluation daraus abgeleiteter Interventionen.

Praxispartner sind zwei gemeinnützige Organisationen im Bildungsbereich, die Online-Mentoring anbieten: Speed Up, Buddy! (SUP; Online-Mentoring für Studierende aus nichtakademischen Haushalten) sowie ROCK YOUR LIFE! (RYL; Online-Mentoring-Programm für Schüler*innen mit Migrationsgeschichte).

Das Projekt ist gegliedert in (1) eine Erhebung zur Problemdiagnose bzw. Bedarfsanalyse – aus der erste Ergebnisse im Folgenden vorgestellt werden –, (2) eine daraus hervorgehende Maßnahmenplanung und -implementierung sowie (3) eine Evaluation dieser Maßnahmen.

3 Problemdiagnose

Als erster Schritt der Problemdiagnose wurde eine Fokusgruppe durchgeführt. Ziel war es, Problemfelder zu identifizieren und zu diskutieren und dabei sowohl die spezifische Perspektive der Organisation als auch übergeordnete Perspektiven aus der Zivilgesellschaft einzubeziehen. In diesem Beitrag stellen wir die Ergebnisse der Fokusgruppe zur Problemdiagnose bei SUP vor.

3.1 Methodik

Die Fokusgruppe bestand aus 11 Teilnehmenden, darunter 8 Organisationsmitglieder (Mentor*innen, Mentees und ein weiteres Mitglied von SUP) und 3 relevante Stakeholder der Zivilgesellschaft (ein Geschäftsführer eines Ehrenamtsnetzwerks, eine Mentorin aus einem universitären Mentoring-Programm und eine Studentin). Die Sitzung wurde von zwei Forschenden moderiert und die Ergebnisse per Video- und Fotodokumentation festgehalten. Zu Beginn der Sitzung wurden allgemeine Informationen zum Ablauf, zu den Teilnehmenden, zum Forschungsprojekt sowie zur Methode „Fokusgruppe“ geklärt. Zur Orientierung sollten die Teilnehmenden angeben, welche Perspektive sie auf das Thema digitales Engagement einnehmen (z. B. Mentor*in/ Mentee, aus der Freiwilligenorganisation, aus der Gesellschaft).

In einer anschließenden Brainwriting-Session (Paulus & Yang, 2000) wurden die Teilnehmenden zunächst gebeten, in Einzelarbeit Ideen zur Fragestellung „Was sind aus Ihrer Perspektive die besonderen Herausforderungen für ein gelingendes digitales Engagement?“ aufzuschreiben. Um diese zu fokussieren, übertrugen die Teilnehmenden die aus ihrer Sicht max. fünf wichtigsten Ideen auf jeweils fünf neue Karten, die sie danach im Plenum vorstellten. Parallel wurden durch die Forschenden alle vorgestellten Ideen übertragen und vervielfacht, sodass allen Teilnehmenden identische Karten-Stapel mit allen Ideen der Gruppe (n = 50) zur Verfügung gestellt wurden.

Die 50 Karten bildeten die Datenbasis zur Durchführung eines Concept Mappings (Jackson & Trochim, 2016). Die Concept Mapping Methode diente der Strukturierung des erarbeiteten Ideenpools, da sie es den Teilnehmenden ermöglicht übergeordnete Sinnzusammenhänge zu bilden. In Einzelarbeit sollten thematische Stapel gebildet werden, für die jeweils eine selbstgewählte Benennung vorgenommen werden sollte. Abschließend wurde im Plenum über die individuellen Kartensortierungen und deren Benennungen diskutiert.

3.2 Ergebnisse

Die Concept Maps der Teilnehmenden wurden in eine Datenmatrix übertragen und mit dem Analysetool „Card Sorting Analysis Tool“ (Kargl et al., 2018) ausgewertet. Auf Basis der Sortierungslösungen aller Teilnehmenden wurde eine Distanzmatrix erstellt, die für jede Kartenkombination ausdrückt, wie oft (d.h. von wie vielen Teilnehmenden) diese Karten nicht in den gleichen Stapel sortiert wurden. Auf Basis der Distanzmatrix wurde eine hierarchische Clusteranalyse im Complete-Linkage Verfahren durchgeführt (cf. Braukmann et al., 2017), um eine Clusterlösung zu ermitteln, die die Einzellösungen der Teilnehmenden einbezieht und bestmöglich repräsentiert. Mithilfe eines Dendrogramms inspizierten die Forschenden Schritt für Schritt (beginnend mit 50 Clustern) die vorgeschlagenen Clusterlösungen und entschieden sich anhand inhaltlicher Überlegungen (d.h. bis zu welchem Reduktionsgrad stellen die resultierenden Cluster hinreichend homogene Einheiten dar) für eine Lösung mit sechs Clustern (siehe Abbildung 1). Tabelle 1 zeigt eine Übersicht der sechs Cluster inkl. Beispiele der dazugehörigen Ideen.

Tabelle 1: Ergebnisse der Clusteranalyse

Betroffener Bereich (übergeordneter Cluster)	Herausforderungen (Beispiele)	N
Digitale (Kommunikations-)Kompetenzen	Gestaltung von Treffen im digitalen Raum; Übergang Online/Offline	4
Technische Voraussetzungen	Technische Plattform, Internetzugang, Digitale Erreichbarkeit der Zielgruppe	9
Rekrutierung/Ansprache im digitalen Raum	Informationsüberfluss im digitalen Raum, größere Konkurrenz um Engagierte	6
Herausforderungen im gesamtgesellschaftlichen Zusammenhang	Gesundheitsschäden durch Bildschirmarbeit, Verstärkung sozialer Spaltung, problematische Identitätsbildung im digitalen Raum	9
Wertschätzung/Anreize	Belohnung nur sehr abstrakt, digital Erfolge zu feiern ist schwieriger	6
Aufbau einer sozialen, zuverlässigen Gemeinschaft	Empathie schwieriger im Online-Austausch, Unverbindlichkeit	16

N = Anzahl genannter Herausforderungen pro Kategorie (Cluster)

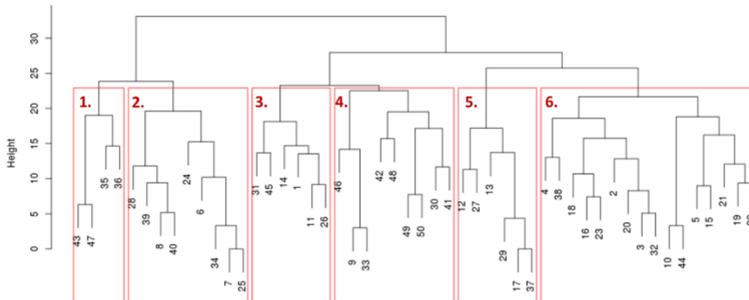


Abbildung 1: Dendrogramm mit Markierung der finalen Clusterlösung

4 Reflexion und praktische Implikationen

Das Forschungsprojekt soll die Herausforderungen beleuchten, die sich im digitalen Engagement für den Aufbau und Erhalt von Verbundenheits- und Zugehörigkeitsgefühlen von Freiwilligen mit ihrer Organisation ergeben, unterstützende Maßnahmen erarbeiten und ihre Wirksamkeit evaluieren. Als erster Schritt der Problemdiagnose wurde eine Fokusgruppe durchgeführt, deren Ergebnisse zur Entwicklung von organisationspezifischen Maßnahmen im nächsten Schritt genutzt werden.

Die Analyse der Daten ergab sechs Cluster, welche sich zwei großen Inhaltsbereichen zuordnen lassen, einerseits dem Bereich der Entwicklung und Implementierung geeigneter technischer Infrastruktur (Cluster 1–2) und andererseits dem Bereich der inhaltlichen Ausgestaltung der technologisch-mediierten Interaktionsformen (Cluster 3–6). Im ersten Bereich zeigte sich vor allem, dass nicht nur notwendige technische Voraussetzungen auf organisationaler und individueller Ebene (z.B. Internetzugang, Vorhandensein einer Plattform, über die interagiert werden kann) von hoher Bedeutung sind, sondern dass auch die Kompetenz vorhanden sein muss, um im digitalen Raum für engagierten Austausch zu sorgen. Im zweiten Bereich zeigte sich, dass ein gelingendes digitales Engagement eine zuverlässige soziale Gemeinschaft sowie angemessene Formen der Ansprache und Wertschätzung braucht, gleichzeitig aber auch die gesamtgesellschaftlichen Gefahren der Verlagerung von Mentoring in den digitalen Raum (wie bspw. soziale Spaltung oder Gesundheitsprobleme) nicht unbeachtet bleiben dürfen.

Praktischen Nutzen liefert unser Beitrag in zweierlei Hinsicht. Einerseits zeigen die sechs Cluster relevante Herausforderungen im digitalen Engagement auf und können von anderen gemeinnützigen Organisationen als Leitfaden für die eigene Reflexion und Verbesserung der Zusammenarbeit verwendet werden. Aus der methodischen Perspektive hat sich weiterhin die Integration der Concept Mapping Methode in die Fokusgruppe als sehr nützlich erwiesen.

Die Kombination beider Ansätze bietet den Vorteil, dass Ideen zu einem Thema sehr individuell und unbeeinflusst von der Gruppe erarbeitet und strukturiert werden, dann im zweiten Schritt aber in der Gruppe diskutiert werden können.

Project

Literatur

- Allen, T. D., Poteet, M. L., & Burroughs, S. M. (1997). The mentor's perspective: A qualitative inquiry and future research agenda. *Journal of Vocational Behavior*, 51(1), S. 70–89. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1997.1596>
- Amichai-Hamburger, Y. (2008). Potential and promise of online volunteering. *Computers in Human Behavior*, 24(2), S. 544–562. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2007.02.004>
- Braukmann, J., Schmitt, A., Ďuranová, L., & Ohly, S. (2017). Identifying ICT-Related Affective Events Across Life Domains and Examining their Unique Relationships with Employee Recovery. *Journal of Business and Psychology*, 33(4), S. 529–544. <https://doi.org/10.1007/s10869-017-9508-7>
- Eisenberg, J., & Krishnan, A. (2018). Addressing virtual work challenges: Learning from the field. *Organization Management Journal*, 15(2), S. 78–94. <https://doi.org/10.1080/15416518.2018.1471976>
- Handke, L., & Kauffeld, S. (2019). Alles eine Frage der Zeit? Herausforderungen virtueller Teams und deren Bewältigung am Beispiel der Softwareentwicklung. Gruppe. Interaktion. Organisation. Zeitschrift für Angewandte Organisationspsychologie (GIO), 50(1), S. 33–41. <https://doi.org/10.1007/s11612-019-00445-5>
- Jackson, K. M., & Trochim, W. M. K. (2016). Concept Mapping as an Alternative Approach for the Analysis of Open-Ended Survey Responses. *Organizational Research Methods*, 5(4), S. 307–336. <https://doi.org/10.1177/109442802237114>
- Kargl, M., Mehic, A., Prodanovic, Z., & Seywald, D. (2018). Enhanced Card Sorting Analysis in R. In <https://infovis-tug.shinyapps.io/csa18/>
- Paulus, P. B., & Yang, H.-C. (2000). Idea Generation in Groups: A Basis for Creativity in Organizations. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 82(1), S. 76–87. <https://doi.org/10.1006/obhd.2000.2888>
- Simonson, J., Kelle, N., Kausmann, C., Karnick, N., Arriagada, C., Hagen, C., Hameister, N., Huxhold, O., & Tesch-Römer, C. (2021). Freiwilliges Engagement in Deutschland: Zentrale Ergebnisse des Fünften Deutschen Freiwilligensurveys (FWS 2019). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssaoar-72058-4>
- Wehner, T., Güntert, S. T., Neufeind, M., & Mieg, H. A. (2015). Frei-gemeinnützige Tätigkeit: Freiwilligenarbeit als Forschungs- und Gestaltungsfeld der Arbeits- und Organisationspsychologie. In T. Wehner & S. T. Güntert (Eds.), *Psychologie der Freiwilligenarbeit* (pp. 3–22). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-55295-3_1