

## Zwischen Appstore und Vereinsregister

Ländliches Ehrenamt auf  
dem Weg ins digitale Zeitalter



## Impressum

Originalausgabe Januar 2023

© neuland21 e.V.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt.  
Sämtliche, auch auszugsweise Verwertung bleibt vorbehalten.

Herausgegeben von:

### **neuland21 e. V.**

Klein Glien 25  
14806 Bad Belzig

Telefon: +49 33841 413911

E-Mail: [hallo@neuland21.de](mailto:hallo@neuland21.de)

[www.neuland21.de](http://www.neuland21.de)

neuland21 (@neuland21) finden Sie  
auch bei Facebook, Twitter, LinkedIn  
und Instagram.

Design: ACB-Agentur

Grafiken: Laura Heym

Layout: Isabella Tober

Sofern nicht anders ausgewiesen sind die  
Grafiken eigene Darstellungen.

**Das diesem Bericht zugrunde liegende Vorhaben  
wurde mit Mitteln des Bundesministeriums  
für Ernährung und Landwirtschaft unter dem  
Förderkennzeichen 2821FE007A gefördert.  
Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröf-  
fentlichung liegt bei den Autor:innen.**

**Das Forschungsprojekt wurde von neuland21  
und dem Leibniz-Institut für  
Raumbezogene Sozialforschung,  
Erkner (IRS) durchgeführt.**

# Zwischen Appstore und Vereinsregister

Ländliches Ehrenamt auf  
dem Weg ins digitale Zeitalter



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

## Autorinnen

**Berit Barutzki**, M.Sc. Culture, Organization and Management, Vrije Universiteit, Amsterdam, Co-Programmbereichsleitung Zivilgesellschaft und Ehrenamt bei neuland21 sowie Ansprechpartnerin für Rückfragen zur Studie: [berit.barutzki@neuland21.de](mailto:berit.barutzki@neuland21.de)

**Hanna Kribbel**, M.A. Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation, Universität der Künste Berlin, Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Programmbereich Zivilgesellschaft und Ehrenamt bei neuland21.

**Anna Magin**, M.A. Stadt- und Regionalplanung, Technische Universität Berlin, Studentische Mitarbeiterin im Programmbereich Zivilgesellschaft und Ehrenamt bei neuland21.

**Silvia Hennig**, M.P.P., Harvard University, Gründerin und Geschäftsführerin von neuland21.

**Christoph Thewes**, M.A. Soziologie: Europäische Gesellschaften, Freie Universität Berlin, Wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Forschungsgruppe Soziale Innovationen in ländlichen Räumen am Leibniz-Institut für Raumbezogene Sozialforschung (IRS) e.V.

## Danksagung

Unser Dank gilt allen Interviewpartner:innen sowie allen Personen und Organisationen, die an der Befragung teilgenommen haben.

Ihre Zeit, ihr Wissen, ihre Ideen, Visionen und Erfahrungen, aber auch Misserfolge mit uns zu teilen, hat die Erkenntnisse sehr bereichert. Ohne sie gäbe es diese Studie nicht.

Besonderer Dank gilt unseren Kolleg:innen vom IRS – Prof. Dr. Ariane Sept, Dr. Ralph Richter und Christoph Thewes – für die produktive Zusammenarbeit während des Forschungsprojekts und im Entstehungsprozess dieser Publikation sowie für ihre Expertise in der Projektleitung.

Schließlich danken wir auch Janine Hoelzmann für ihre wichtige Unterstützung bei Recherche- und Textarbeiten sowie der Aufbereitung von Datenmaterial zu Beginn des Projekts.

## Eine Studie von:

### neuland21

Neuland21 ist ein gemeinnütziger Think & Do Tank, der sich für eine innovative Regionalentwicklung einsetzt, die den Herausforderungen und Chancen des 21. Jahrhunderts gerecht wird. Im Fokus unserer Arbeit stehen dabei die Potenziale der Digitalisierung, die im ländlichen Raum dazu beitragen kann, eine moderne und hochwertige Daseinsvorsorge zu erhalten und die Lebensqualität der Menschen nachhaltig zu verbessern.

Dazu bündeln wir aktuelles Wissen zu digitalen und sozialen Innovationen im ländlichen Raum, erforschen deren Wirksamkeit, pilotieren vielversprechende Konzepte und helfen dabei, gute Praxisbeispiele zu verbreiten. Unsere Studien richten sich an die Machenden vor Ort und bieten konkrete Handlungsempfehlungen für Regionalentwicklung im digitalen Zeitalter. Auf unseren Veranstaltungen informieren wir regelmäßig über neue Technologien und zukunftsweisende Konzepte für die Daseinsvorsorge. In unseren Modellprojekten unterstützen wir deren Entwicklung und Umsetzung.

Mehr Informationen finden Sie unter [www.neuland21.de](http://www.neuland21.de). Dort können Sie auch unseren Newsletter abonnieren.

### Unterstützen Sie unsere Arbeit!

Neuland21 ist ein gemeinnütziger Verein. So kann jeder mithelfen, Landleben für das 21. Jahrhundert zu gestalten. Wer sich engagieren möchte, kann Mitglied oder Fellow werden. Wer mit uns arbeiten will, kann uns als Projektpartner oder für Forschungsaufträge gewinnen. Wer uns unterstützen möchte, kann Fördermitglied werden oder spenden! Mitgliedsbeiträge und Spenden sind steuerlich absetzbar.

### Bankverbindung:

neuland21 e.V.  
Sparkasse Berlin  
IBAN: DE20 1005 0000 0190 7480 60  
BIC: BELADEV3333

### Leibniz-Institut für Raumbezogene Sozialforschung (IRS)

Das IRS erforscht die Wechselwirkungen zwischen gesellschaftlichen Veränderungen und der Transformation von Räumen. Im Mittelpunkt der Forschung stehen sozial handelnde Menschen mit ihren Praktiken, die ihre Umgebung reflektieren und sie aktiv gestalten. Das IRS analysiert, wie Menschen kollektives Handeln initiieren, um Dörfer, Städte und Regionen gemeinsam zu entwickeln. Damit trägt das IRS zum Verständnis aktueller Problemlagen, ihrer sozialen und ökonomischen Triebkräfte, einschließlich ihrer historischen Wurzeln sowie entsprechender Lösungsstrategien bei.

Das IRS gibt Impulse für die zukunftsfähige Entwicklung von Dörfern, Städten und Regionen sowie zur Linderung sozialräumlicher Ungleichheit. Es berät Akteure aus Politik und Zivilgesellschaft – von der kommunalen über die nationale bis hin zur europäischen Ebene – bei der Einführung neuer sozialer Praktiken.

Forschung und Transfer am IRS basieren auf der interdisziplinären Expertise der rund 50 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus den Fachdisziplinen der Wirtschafts- und Sozialgeographie, Politikwissenschaft, Soziologie, Planungswissenschaft, Geschichtswissenschaft sowie der Kunst- und Architekturgeschichte.

# Inhaltsverzeichnis

	<b>Das Wichtigste in Kürze</b>	<b>8</b>
<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>10</b>
<b>2</b>	<b>Methodisches Vorgehen</b>	<b>11</b>
<b>3</b>	<b>Einsatz digitaler Technologien im ländlichen Ehrenamt</b>	<b>13</b>
3.1	Internetpräsenz	13
3.2	Digitale Kommunikation	15
3.3	Nutzungszwecke digitaler Anwendungen	16
3.4	Stadt und Land im Vergleich	18
<b>4</b>	<b>Digitalisierungsindex: Digitalisierungsgrad ehrenamtlicher Organisationen</b>	<b>19</b>
4.1	Der Digitalisierungsindex	19
4.2	Einflussfaktoren auf den Digitalisierungsgrad	20
4.3	Wie digital ist das ländliche Ehrenamt?	25
4.4	Der Digi-Index im Bundesländervergleich	26
4.5	Breitbandausbau und Digi-Index	28
<b>5</b>	<b>Treiber und Barrieren auf dem Weg zur digitalen Organisation</b>	<b>29</b>
5.1	Digitalisierungstreiber	29
5.2	Digitalisierungsbarrieren	30
5.3	Einfluss der sozioökonomischen Lage auf die Organisationen	33
<b>6</b>	<b>Effekte der COVID-Pandemie auf die Digitalisierung des ländlichen Ehrenamts</b>	<b>35</b>
6.1	Auswirkungen der Pandemie auf Vereinsaktivitäten	35
6.2	Einsatz digitaler Technologien während der Pandemie	36
6.3	Wie hilfreich waren digitale Technologien während der Pandemie?	37
<b>7</b>	<b>Chancen und Risiken digitaler Technologien für das ländliche Ehrenamt</b>	<b>38</b>
7.1	Potenzielle Chancen der Digitalisierung	38
7.2	Potenzielle Risiken der Digitalisierung	41

<b>8</b>	<b>Unterstützungsbedarfe und Handlungsempfehlungen</b>	<b>43</b>
8.1	Unterstützungsbedarfe	43
8.2	Handlungsempfehlungen für Politik und Engagementförderstrukturen	44
8.3	Handlungsempfehlungen für die Zivilgesellschaft	47
<b>9</b>	<b>Fazit und Ausblick</b>	<b>48</b>
	Quellen	50
	Abbildungsverzeichnis	51
	Anhang	52

## Das Wichtigste in Kürze

Wenn es um Digitalisierung geht, werden Städte gegenüber ländlichen Regionen häufig als Vorreiter dargestellt. Dies gilt auch für die Digitalisierung im Ehrenamt. Doch wie viel ist wirklich dran an dieser Sichtweise?

### Eine erste Bestandsaufnahme

In der Studienlandschaft zum ehrenamtlichen Engagement in Deutschland fehlt bisher eine systematische Bestandsaufnahme der Nutzung digitaler Werkzeuge in Verbindung mit einer differenzierten Analyse von räumlichen Unterschieden. Die vorliegende Studie soll diese Forschungslücke schließen. Außerdem beantwortet sie, welche Chancen digitale Technologien für das ländliche Ehrenamt bieten und welche Unterstützungsbedarfe im Kontext der Digitalisierung in ehrenamtlichen Organisationen bestehen.

Hierzu wurden in einer deutschlandweiten Online-Befragung knapp 3.000 Vereine, Kirchengemeinden und andere ehrenamtliche Organisationen befragt. In einer Reihe von vertiefenden Interviews wurden zudem Vertreterinnen und Vertreter der ehrenamtlichen Organisationen zu ihren individuellen Erfahrungen interviewt sowie Expertinnen und Experten um eine wissenschaftliche Einordnung der Befragungsergebnisse gebeten.

### Differenzierte Ergebnisse zu Stadt und Land

Die Ergebnisse dieser Studie zeichnen ein differenzierteres Bild zu den gängigen Darstellungen von Stadt-Land-Unterschieden: Sowohl die Verbreitung und Nutzung digitaler Anwendungen im Ehrenamt als auch Herausforderungen und Unterstützungsbedarfe unterscheiden sich kaum zwischen ländlichen und sehr ländlichen Regionen sowie Klein- und Mittelstädten. Großstädte hingegen, also Städte mit über 500.000 Einwohnerinnen und Einwohnern sowie Metropolen wie Berlin, München oder Hamburg, stechen als digitale Vorreiter heraus. Hier sind sowohl der Einsatz und die Häufigkeit, mit der digitale Anwendungen genutzt werden, als auch die digitalen Kompetenzen deutlich stärker ausgeprägt.

Doch wenn die räumliche Verortung sich weniger als gedacht auf den Digitalisierungsgrad ehrenamtlicher Organisationen auswirkt, welche Faktoren sind es dann? Um diese Frage beantworten zu können, wurde im Rahmen dieser Studie ein Digitalisierungsindex (kurz: Digi-Index) gebildet. Der Digi-Index fasst die Nutzung und die Nutzungshäufigkeit digitaler Technologien sowie die digitalen Kompetenzen der Mitarbeitenden in ehrenamtlichen Organisationen zusammen. Damit ließ sich der Digitalisierungsgrad verschiedener Organisationen vergleichen und es konnte analysiert werden, welche Faktoren auf den Digitalisierungsgrad Einfluss nehmen.

### Das Alter der Mitarbeitenden ist ausschlaggebend

Der Faktor, der sich am stärksten auf den Digitalisierungsgrad auswirkt, ist das Alter der Mitarbeitenden in einer Organisation. Abgesehen von Einzelfällen sind Organisationen mit einem jüngeren Altersdurchschnitt durchgängig digitaler aufgestellt als solche mit älteren Engagierten. Darüber hinaus kommt es stark darauf an, wie groß der Wirkungsradius der Organisationen ist: Organisationen, die lokal agieren, sind deutlich weniger digital als solche, die landes- oder bundesweit tätig sind. Gleiches gilt für die Organisationsgröße, also die Anzahl der Ehrenamtlichen: Je mehr Engagierte erreicht werden müssen, desto digitaler ist die Organisation.

### Einzelne Engagierte treiben die Digitalisierung des Ehrenamts voran

Neben diesen strukturellen Faktoren hängt der Digitalisierungsgrad eines Vereins wesentlich von individuellen Erfolgsfaktoren ab. Einer der wichtigsten Treiber sind Einzelpersonen, die Digitalisierungsmaßnahmen anregen und umsetzen. Ebenso entscheidend ist aber auch die Organisationskultur, auf die eine solche Initiative trifft. Dabei ist eine offene und motivierte Haltung gegenüber Digitalisierung seitens des Vorstands ebenso wichtig wie die Bereitschaft der Ehrenamtlichen, den Prozess mitzutragen.

### **Große Digitalisierungsbarrieren in ländlichen Regionen mit schlechter sozioökonomischer Lage**

Die sozioökonomische Lage wirkt sich zwar kaum auf den Digitalisierungsgrad aus, hat aber einen starken Einfluss auf die Wahrnehmung von Barrieren seitens der Engagierten. Insbesondere wirtschaftliche Barrieren wie das Fehlen finanzieller Mittel für die digitale Ausstattung und veraltete Technik bestehen am stärksten für Organisationen in Regionen mit schlechter sozioökonomischer Lage. Es wird deutlich, dass für die Digitalisierung nicht nur die jeweiligen Ressourcen der Vereine ausschlaggebend sind. Ebenso wichtig sind die sozialen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die in der entsprechenden Kommune gegeben sind.

### **COVID-Pandemie als Digitalisierungskatalysator**

Die COVID-Pandemie wirkte in vielen Vereinen als Digitalisierungstreiber und -beschleuniger: Die Mehrheit der Organisationen setzte während der Pandemie neue Technologien ein, mitunter auch auf kreative Art und Weise.

### **Viele Chancen bestehen, nicht alle werden gesehen**

Welches Potenzial steckt in der Digitalisierung für ländliche Vereine? Aus Perspektive der ehrenamtlichen Organisationen sind Zeitersparnis, die Verbesserung der internen Kommunikation sowie die Erhöhung des Bekanntheitsgrades und die Gewinnung neuer Mitglieder die wichtigsten Chancen, die mit der Digitalisierung einhergehen. Die aktuelle Nutzung digitaler Technologien zeigt, dass bereits jetzt viele Potenziale, die in der Digitalisierung liegen, in die Tat umgesetzt werden. Gleichzeitig scheinen neue, zukunftsweisende Chancen noch wenig im Bewusstsein der Vereine angekommen zu sein. Eine dieser unerkannten Chancen ist beispielsweise die Flexibilisierung des Engagements und damit die Ansprache einer neuen Generation von Engagierten. Die Möglichkeit, zeitversetzt an Projekten zu arbeiten oder kurzfristig Engagierte für einzelne Projekte zu gewinnen, wird noch wenig

wahrgenommen. Ebenfalls nutzen Organisationen digitale Programme bisher noch kaum, um ihren Organisationsaufwand zu reduzieren und Prozesse zu automatisieren.

### **Welche Unterstützung brauchen Vereine?**

Ländliche Vereine haben sich auf den Weg gemacht und können die Digitalisierung bereits in vielen Bereichen für sich nutzen. Dennoch steckt noch viel unausgeschöpftes Potenzial in der Digitalisierung, wofür es aber auch strukturelle Unterstützung und Förderung, zum Beispiel in Form technischer Grundausstattung, braucht. Kernthemen bei Schulungsangeboten sind weiterhin der sichere Umgang mit Daten, weitere datenschutzbezogene Themen sowie Kenntnisse über Online-Werkzeuge.

### **Vereine dort abholen, wo sie stehen**

Alle Unterstützungsangebote sind immer dann besonders zielführend, wenn sie auf die jeweiligen Bedürfnisse sowie den jeweiligen Digitalisierungsstand der Vereine zugeschnitten sind. Das bedeutet, anstelle von allgemeinen Grundlagenschulungen individuelle Beratung beispielsweise in Form von Sprechstunden anzubieten. Gleiches gilt für verschiedene Zielgruppen: Je nach Alter und Kompetenzen brauchen Engagierte Hilfe auf unterschiedlicher Ebene. Wichtig ist neben der Stärkung von Anwendungskompetenzen auch die Fähigkeit, die Quellen und Qualität von Informationen zu erkennen sowie Falschmeldungen zu identifizieren. In vielen Regionen bestehen bereits Ansprechpartner für ehrenamtliche Organisationen. Diese unterscheiden sich jedoch von Region zu Region. Hier ist es wichtig, die richtigen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zu identifizieren, um Unterstützung und Wissen zu dezentralisieren: Je lokaler und dezentraler Unterstützung organisiert ist, desto eher kommt sie vor Ort an.

# 1 Einleitung

Ehrenamt und Engagement, insbesondere in ländlichen Räumen, sind seit einigen Jahren mit vielfältigen Herausforderungen konfrontiert. Nachwuchsprobleme, Mitgliederschwund und hohe bürokratische Hürden sind zentral für Vereine, freiwillige Feuerwehren und religiöse Gemeinden. Dabei hat besonders auf dem Land das Engagement eine tragende Funktion in der ländlichen Daseinsvorsorge, wo Aufgaben durch Ehrenamtliche übernommen werden, die Staat und Markt in der Fläche oft nur unzureichend erfüllen.

Bei der Lösung dieser Herausforderungen spielt die Digitalisierung eine immer wichtigere Rolle für Ehrenamt und Engagement in Deutschland. Mit dem Einsatz digitaler Technologien erhoffen sich Akteure, ehrenamtliche Tätigkeiten u. a. für jüngere Personen wieder attraktiv zu machen. Digitale Mittel sollen helfen, Wege zu sparen und räumliche Distanzen zu überbrücken. Nicht zuletzt versprechen sich die Engagierten von digitalen Werkzeugen auch eine Vereinfachung der ehrenamtlichen Arbeit selbst und damit eine zeitliche Entlastung.

Vor dem Hintergrund solcher Zielsetzungen ist es maßgeblich zu erheben, inwiefern digitale Technologien insbesondere in ländlichen Regionen bereits Einzug in ehrenamtliche Organisationen gehalten haben. Welche digitalen Werkzeuge und Software-Anwendungen werden aktuell genutzt? Welche Chancen und Risiken gehen mit der Digitalisierung einher, vor allem im Hinblick auf die Verjüngung des Ehrenamts und die Überwindung von Distanzen? Wie hat die Pandemie den Digitalisierungsgrad des Ehrenamts in Deutschland beeinflusst? Und welche Unterstützungsangebote zur Digitalisierung von Vereinsstrukturen und Engagement braucht es aus Sicht der Ehrenamtlichen? Gibt es Unterschiede zwischen Stadt und Land bezüglich des Digitalisierungsstands und werden Unterschiede aufgrund der Größe der Organisationen oder zwischen den verschiedenen Engagementbereichen deutlich?

Diverse Angebote zur Digitalisierung von Vereinsstrukturen sowie Engagementtätigkeiten existieren bereits, während Bedarfsanalysen im Speziellen für ländliche Räume fehlen. Daher erfasst die Studie durch eine umfangreiche quantitative und qualitative empirische Erhebung den Stand der Digitalisierung im Ehrenamt

in ländlichen Räumen. Dabei orientiert sie sich an der Definition ländlicher Räume des Thünen-Instituts. Um ländliches Ehrenamt in die Tiefe gehend zu verstehen, wurden als Vergleichsgruppe Großstädte untersucht. Systematische Erkenntnisse zur Nutzung digitaler Werkzeuge und Praktiken wurden auf diese Weise für Forschung, Engagierte selbst und die Engagementförderpraxis um Erkenntnisse aus dem ländlichen Ehrenamt erweitert.

Viele Studien erheben bereits den Einsatz digitaler Werkzeuge in ehrenamtlichen Organisationen. Durch die großangelegte Befragung, zu der 30.000 Vereine und Kirchengemeinden aus dem gesamten Bundesgebiet eingeladen wurden und an der sich rund 3.000 Organisationen beteiligten, werden diese Ergebnisse um raumbezogene und organisationsbezogene Analysen ergänzt. Dabei wurden detaillierte Informationen zur Art, Anwendungsfeldern und Umfang des Einsatzes aktueller digitaler Anwendungen in der ehrenamtlichen Arbeit in ländlichen Räumen erhoben. Des Weiteren wurden Einstellungsmerkmale und Wahrnehmungen der ehrenamtlich Engagierten zum derzeitigen Digitalisierungsgrad, zum Umgang mit digitalen Technologien und zu möglichen Unterstützungsbedarfen in ihrer Organisation erfragt. Auch Veränderungen, die sich durch die Digitalisierung für die Engagementpraxis ergeben, und die daraus entstehenden Chancen und Risiken, z. B. im Hinblick auf eine stärkere Vernetzung oder die Überwindung räumlicher Distanzen, wurden aus Sicht der Organisationen dokumentiert. Damit schließt die Studie eine Lücke zwischen theoretischen Digitalisierungsdebatten und systematischem Wissen über die tatsächliche Verbreitung digitaler Technologien im ländlichen Ehrenamt.

## 2 Methodisches Vorgehen

### Die Befragung

Um die Forschungsfragen zu beantworten, haben das Leibniz-Institut für Raumbezogene Sozialforschung (IRS) und neuland21 quantitative und qualitative Daten erhoben. Für die quantitative Befragung wurden von 300.000 eingetragenen Vereinen und religiösen Gemeinschaften in Deutschland 26.000 Organisationen zufällig ausgewählt. Diese wurden daraufhin per E-Mail oder Brief kontaktiert. Etwas mehr als 10 Prozent haben an der Befragung im Zeitraum von November 2021 bis Januar 2022 teilgenommen. Somit ergeben sich knapp 3.000 gültige Beobachtungen. Die Befragung beinhaltete 27 Fragen zum Einsatz digitaler Technologien, den daraus entstehenden Chancen und Risiken sowie den Auswirkungen der COVID-Pandemie auf die Digitalisierung des ländlichen Ehrenamts.

Für die qualitative Erhebung wurden 23 Vertiefungsinterviews mit Vertreterinnen und Vertretern der befragten Organisationen und weitere 11 mit Expertinnen und Experten aus Zivilgesellschaft, Forschung und Engagementpraxis (vgl. Anhang B) geführt. Da die quantitative Befragung online durchgeführt wurde, ist bei der Auswahl der Interviewpartnerinnen und -partner explizit darauf geachtet worden, einen Ausgleich zum eher digital-affinen Sample zu schaffen, um auch die Beweggründe der weniger digitalen Organisationen verstehen zu können. Bei der Auswahl wurde darauf geachtet, neben einer regionalen Ausgeglichenheit unterschiedliche Digitalisierungsgrade zu repräsentieren. Zusätzlich wurden die Interviews mit Expertinnen und Experten herangezogen, um die Ergebnisse in übergeordnete fachliche Debatten einzubetten.

Die Ergebnisse dieser Studie sind dadurch limitiert, dass aufgrund der Sample-Auswahl nur organisierte Formen des Ehrenamts in der Befragung berücksichtigt werden konnten. Informelle Engagementmöglichkeiten, die womöglich eine andere Situation bezüglich Digitalisierung geschildert hätten, sind nicht inkludiert. Mit dem Vereinsregister als Basis der Sample-Auswahl konnten zudem weder Genossenschaften noch Stiftungen oder gemeinnützige GmbHs kontaktiert werden. Auch dies hat einen Einfluss auf das Gesamtbild.

Die Umfragedaten dieser Studie sind voraussichtlich ab Sommer 2023 auf <https://search.gesis.org/> in der Bibliothek **SowiDataNet/datorium** zu finden.

### Die Befragten

Die befragten Organisationen decken das vielfältige Spektrum der Ehrenamts-Landschaft in Deutschland ab: Die Hälfte der Stichprobe sind Organisationen, die komplett ehrenamtlich getragen werden. Von den 15 Engagementbereichen ist die größte Gruppe der Bereich Sport, gefolgt von Bildung und Erziehung, Kultur und Medien sowie Freizeit und Geselligkeit. Eine deutliche Mehrheit der ehrenamtlichen Organisationen in Deutschland arbeitet lokal. In ländlichen Räumen stellen Organisationen, die international tätig sind, eine verschwindende Minderheit dar.

In 80 Prozent der Fälle beantwortete der Vorstand die Befragung. Ergebnisse zu Themen wie der digitalen Kompetenz der Organisation, Digitalisierungsbarrieren oder Unterstützungsbedarfen basieren daher in den meisten Fällen auf der Einschätzung des Vorstands.

Eine wesentliche Zielsetzung der Studie sind raumbezogene Auswertungen und der Vergleich von ländlichen bis zu urbanen Raumtypen. Dazu wurden die Raumkategorien des Thünen-Instituts herangezogen. Die Formulierungen *ländliche Räume* oder *ländliche Regionen* umfassen demnach die vier Ländlichkeitstypen des Thünen-Instituts. Als Vergleichsgrößen wurden in dieser Studie Großstädte und Metropolen herangezogen, die eine separate Stichprobe bilden und im folgenden Text zusammenfassend *Großstädte* genannt werden. Weitere Informationen zu den Raumkategorien des Thünen-Instituts finden Sie im Anhang A unter Methodische Hinweise.

Die Begriffe (*ehrenamtliche*) *Organisation* und *Verein* werden als Synonym verwendet. In der Stichprobe sind sowohl eingetragene Vereine als auch religiöse Gemeinschaften, unabhängig von ihrer Rechtsform, vertreten. Freiwillige Feuerwehren, die mehrheitlich als Vereine organisiert sind, sind ebenfalls erfasst.

## Eckdaten zur Stichprobe

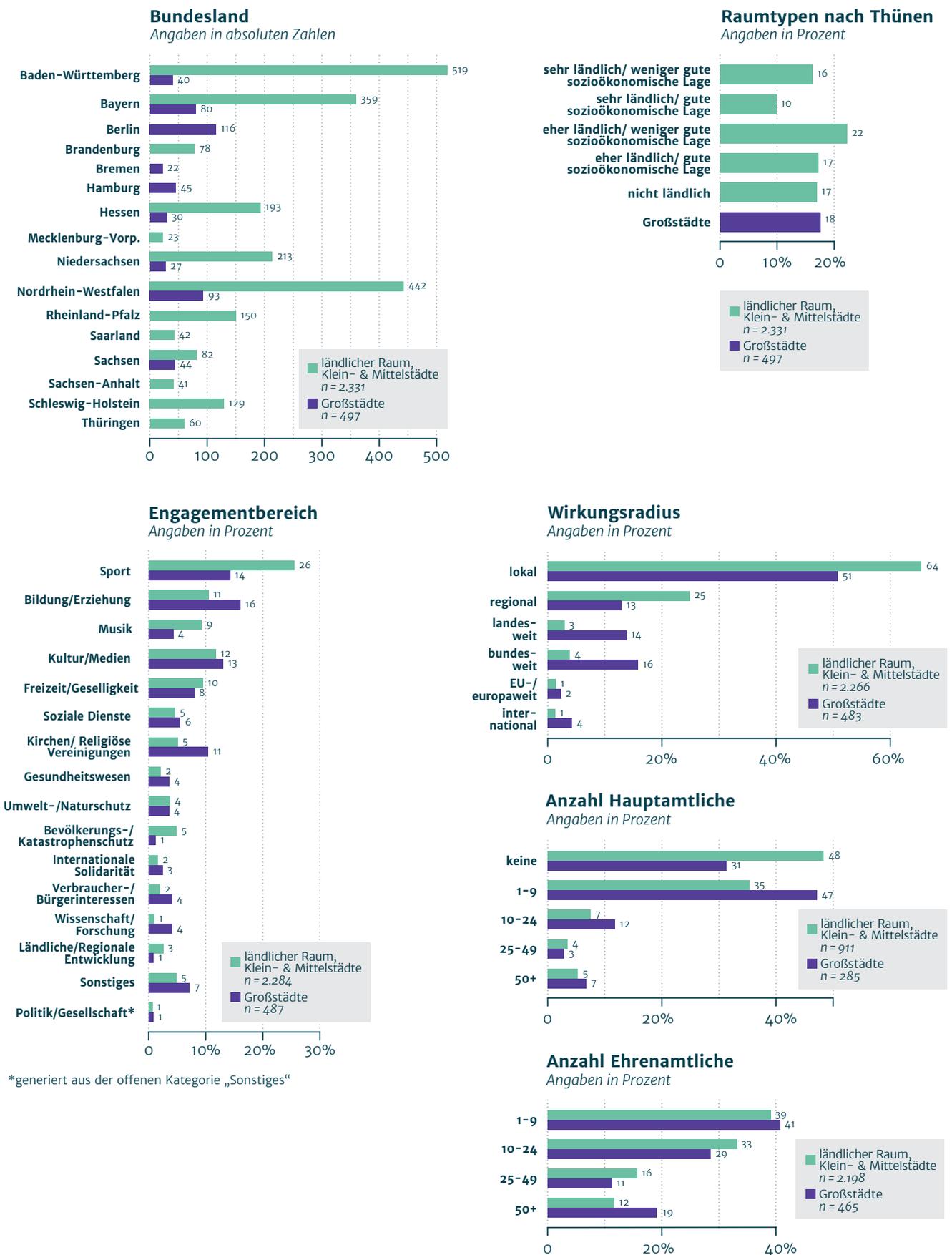


Abb. 1

### 3 Einsatz digitaler Technologien im ländlichen Ehrenamt

Für welchen Zweck Vereine digitale Technologien nutzen und warum sie sich für eine bestimmte Anwendung entscheiden, gestaltet sich sehr unterschiedlich und höchst individuell. Dennoch lassen sich im Nutzungsverhalten digitaler Anwendungen deutliche Muster erkennen, die sich über verschiedene Organisationsgrößen und -formen, Engagementbereiche und auch über Stadt und Land hinweg abzeichnen.

#### Genutzte Kanäle nach Raumtypen (Thünen)

n = mind. 2.756 | Angaben in Prozent, Raumtypen nach Thünen

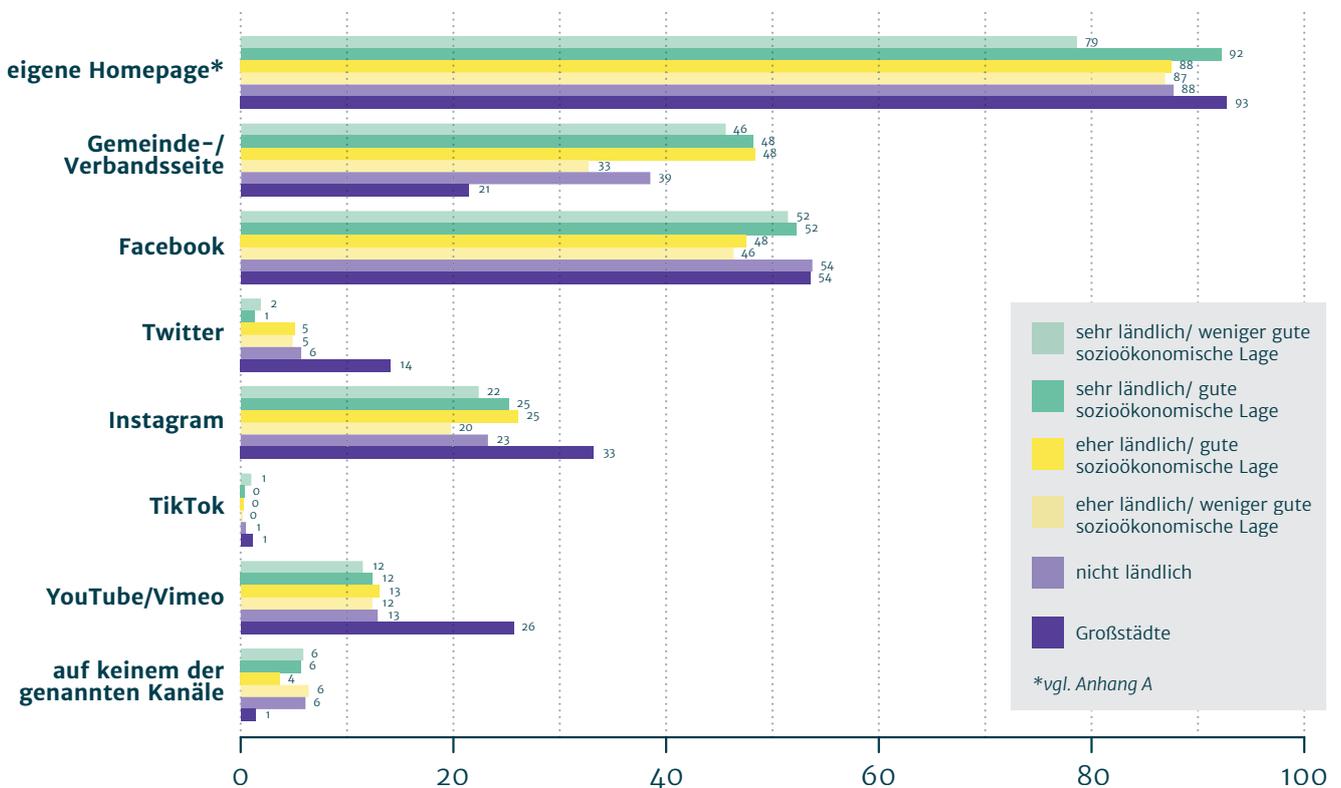


Abb. 2

#### 3.1 Internetpräsenz

##### Vereine sind im Internet präsent

Der Großteil der ehrenamtlichen Organisationen in Deutschland ist mit einem eigenen Webauftritt im Internet vertreten. 75 Prozent der befragten Organisationen haben eine Homepage, 51 Prozent haben eine Facebook-Seite (vgl. Anhang A). Organisationen mit einem Altersdurchschnitt von unter 40 Jahren sind sogar zu 70 Prozent auf Facebook vertreten (vgl. Abb. 2). Häufig haben Organisationen also zusätzlich zur eigenen Homepage weitere Webauftritte. In ländlichen

Regionen (vgl. Anhang A) spielen auch Gemeinde- und Verbandsseiten eine wichtige Rolle, um sich steckbriefartig vorzustellen oder zumindest Anschrift und Kontakt zu hinterlegen. 39 Prozent nutzen hier diese Möglichkeit.

##### Webauftritt wird selten aktiv gepflegt

Viele ehrenamtliche Organisationen nutzen ihren Internetauftritt jedoch eher passiv. Website oder Facebook-Seite dienen dann vor allem dazu, den Verein mit seinen Tätigkeiten und Zielen vorzustellen oder wichtige Informationen – wie beispielsweise die regelmäßigen

Kurszeiten der Musikschule – den bereits bestehenden Mitgliedern zur Verfügung zu stellen. Ein solcher Internetauftritt ist eher statisch und braucht wenig Pflege und Aktualisierung.

Eine aktive Nutzung, wie beispielsweise online mit der Zielgruppe in Kontakt zu treten oder neue Mitglieder zu gewinnen, wird hingegen weniger häufig verfolgt. Etwas mehr als die Hälfte (57 Prozent) der Organisationen nutzen digitale Technologien für den Austausch mit potenziellen neuen Mitgliedern. Ähnlich verhält es sich beim Einsatz digitaler Technologien, um den Bekanntheitsgrad zu erhöhen oder Mitglieder zu gewinnen (56 Prozent) (vgl. Abb. 4). Insbesondere bei der Mitgliedergewinnung setzen viele Organisationen nicht auf digitale Mittel, sondern stattdessen auf persönliche Empfehlungen, Mund-zu-Mund-Propaganda oder die direkte Ansprache von Interessierten. So berichtet ein Engagierter eines ehrenamtlich geführten Heimatmuseums, dass die regelmäßigen persönlichen Führungen von Interessierten eine wichtige Quelle für den Neuzuwachs des Museumsvereins sind.

### Lokale Vereine nutzen soziale Medien zurückhaltend

Nur 25 Prozent der Organisationen nutzen Instagram, 15 Prozent YouTube und 6 Prozent Twitter (vgl. Abb. 2). Besonders zurückhaltend sind diesbezüglich Organisationen, die lokal agieren, deren Engagement also keinen großen Wirkungsradius erreichen muss, wie beispielsweise Freizeit- und Geselligkeitsvereine oder Organisationen im Bereich Bildung und Erziehung. So wird YouTube nur von 11 Prozent der lokal tätigen Organisationen genutzt. Bei Organisationen, die bundesweit arbeiten, sind es hingegen 30 Prozent. Das Potenzial sozialer Medien, auch überregional Interesse für die Vereinsaktivitäten zu wecken, sich mit anderen Vereinen zu vernetzen oder auch neue, digitale Formen des Engagements zu entwickeln, wird insbesondere von lokal tätigen Organisationen noch wenig ausgeschöpft.

Neben dem Wirkungsradius spielt auch das Alter der Mitarbeitenden eine entscheidende Rolle bei der Nutzung der verschiedenen digitalen Kommunikationskanäle. Es überrascht nicht, dass Organisationen mit einem niedrigeren Altersdurchschnitt deutlich häufiger Facebook, YouTube, Twitter und Instagram nutzen. Die digitalen Kompetenzen bei älteren Engagierten sind

zwar einerseits tatsächlich niedriger, andererseits hält die Annahme, dass ältere Personen digitale Kanäle weniger nutzen, manche Organisationen auch davon ab, diese überhaupt auszuprobieren.

### Kaum strategische Planung

Vor dem Hintergrund der abnehmenden Anzahl von Engagierten und dem häufigen Problem, dass hauptsächlich jüngere Engagierte fehlen, wird deutlich, dass ehrenamtliche Organisationen die Nutzung von Kanälen noch wenig dafür einsetzen, die Reichweite der Vereinsaktivitäten zu erhöhen oder potenzielle Engagierte anzusprechen. Auch wird die Wahl der Kanäle kaum strategisch geplant, um zum Beispiel gezielt neue Zielgruppen anzusprechen. Vielen Organisationen fehlen die Ressourcen, um ihren Internetauftritt regelmäßig zu pflegen und für Kontinuität zu sorgen. Es lässt sich annehmen, dass aus diesem Grund soziale Medien, die regelmäßig mit Inhalten versorgt werden müssen, nur wenig eingesetzt werden.

### 3.2 Digitale Kommunikation

#### Nutzungshäufigkeit digitaler Kommunikationskanäle

Wie häufig benutzen Sie in Ihrer Organisation die folgenden digitalen Technologien?

n = mind. 2.237 | Angaben in Prozent

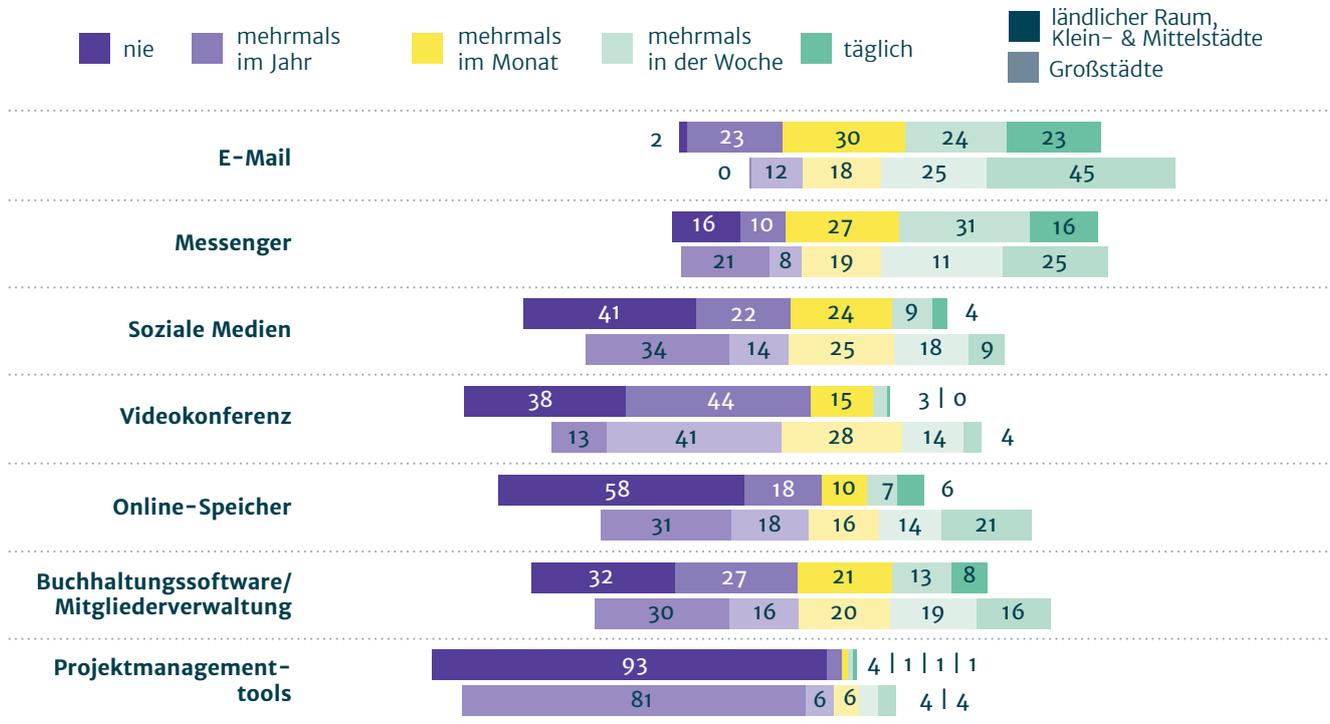


Abb. 3

#### E-Mail und Messenger sind die wichtigsten digitalen Anwendungen

Das wichtigste Ziel, das Organisationen mit dem Einsatz digitaler Anwendungen verfolgen, ist die Verbesserung der internen Kommunikation. 78 Prozent der befragten Organisationen stimmen diesem Nutzungszweck zu (vgl. Abb. 4). Dementsprechend sind Kommunikationsanwendungen wie E-Mail und Messenger die Technologien, die am weitesten verbreitet sind. 27 Prozent der Organisationen nutzen E-Mails täglich, weitere 25 Prozent mehrmals die Woche. Messenger-Dienste werden von 17 Prozent täglich genutzt und von 30 Prozent mehrmals die Woche (vgl. Abb. 3).

Im Vereinsalltag haben sich Messenger als die Kommunikationsanwendung erster Wahl für den informellen Austausch, organisatorische Kurzabfragen oder kurzfristige Absagen durchgesetzt. Engagierte kommunizieren per WhatsApp, Threema und Signal – egal, wie groß oder klein die räumliche Distanz zwischen ihnen ist. Im Gegensatz dazu werden E-Mails immer relevanter, je

weiter die Engagierten voneinander entfernt sind und je mehr Ehrenamtliche aktiv sind. Ein zugrundeliegender Faktor ist dabei der Professionalisierungsgrad, der mit einer wachsenden Organisationsgröße und Reichweite einhergeht: Das formellere Medium E-Mail wird auch im professionellen Kontext eines größeren Verbands oder einer Dachorganisation eingesetzt.

#### Alt und Jung kommunizieren per Mail

E-Mail-Kommunikation ist darüber hinaus bereits in (fast) allen Altersgruppen angekommen. Auch bei den über 60-Jährigen schreiben über 85 Prozent täglich bis mehrmals im Monat E-Mails. E-Mails sind somit das Medium, mit dem insgesamt die größte Altersspanne von jung bis alt erreicht werden kann. Die Kommunikation via Messenger ist hingegen mit steigendem Alter immer weniger verbreitet: In Organisationen mit einem Altersdurchschnitt unter 40 Jahren kommunizieren 65 Prozent täglich oder mehrmals pro Woche auf WhatsApp, Threema oder Signal. Bei einem Altersdurchschnitt von über 60 Jahren sind es nur knapp 30 Prozent.

Die Zahlen zeigen also deutliche Kompetenz- und Nutzungsunterschiede zwischen Jung und Alt hinsichtlich E-Mail und Messenger-Diensten. Dieser Kompetenzunterschied schlägt sich im Alltag der Vereine häufig in einer komplizierten Kommunikationspraxis nieder, die sich nach den digitalen Kompetenzen und Präferenzen der Engagierten richtet. So kann es vorkommen, dass ein Teil der Engagierten über Messenger, ein Teil per Mail und ein Teil telefonisch kontaktiert werden muss. Denn nur so lassen sich in manchen Fällen alle erreichen. Digitale Kommunikation wird dann zu einem deutlichen Mehraufwand.

*„Es gibt keine homogene digitale Gesellschaft. Man kann nicht, wie früher, vielleicht nur den Briefversand, oder nur das Telefon nutzen.“*

*Tierzuchtverband*

### 3.3 Nutzungszwecke digitaler Anwendungen

#### Digitalisierung soll vor allem Zeit einsparen

61 Prozent der Befragten wollen mit der Anwendung digitaler Mittel Zeit sparen. Das überrascht nicht, denn Zeit ist im ehrenamtlichen Engagement eine kostbare Ressource. Engagement findet dann statt, wenn Zeit zur Verfügung steht – im Rentenalter, während des Studiums oder in den Abendstunden, wenn Arbeit und Kinder ruhen. Darüber hinaus stehen viele andere Freizeitaktivitäten, Hobbys und familiäre Verpflichtungen in Konkurrenz zum Engagement. Der Zweck digitaler Anwendungen, lange Wege zu vermeiden, wird ebenfalls von 57 Prozent hoch priorisiert und steht in engem Zusammenhang mit der erwarteten Zeitersparnis (vgl. Abb. 4).

Engagierte setzen bereits in vielerlei Hinsicht digitale Anwendungen erfolgreich ein, um sich zeitlich effizient zu engagieren. Insbesondere die Möglichkeit, am Abend noch an Besprechungen oder Sitzungen via Videokonferenz teilzunehmen, wird von vielen Engagierten als sehr positiv wahrgenommen.

*„Wir sind fünf Mamas von Kindern, die abends ins Bett gebracht werden müssen. Es ist super für uns, flexibel zu sagen, wir treffen uns erst um 20 Uhr online und machen unsere Sitzung genauso wie sonst Face-to-Face.“*

*Verein für Kinderhilfe*

60 Prozent der Organisationen nutzen die Möglichkeit, online Videokonferenzen abzuhalten – einige wenige davon täglich, die meisten monatlich oder mehrmals im Jahr (vgl. Abb. 3). Wenig überraschend treffen sich Engagierte von Organisationen, die landes- oder bundesweit tätig sind, häufiger bei Zoom oder WebEx, als solche, die lokal agieren. Die Nutzungshäufigkeit von Videokonferenzen steigt also, wenn der Wirkungsradius einer Organisation größer ist. Aber auch Organisationen, die ausschließlich lokal aktiv sind und viel Wert auf das persönliche Zusammensein legen, wie Schützen-, Sport oder Karnevalsvereine, scheinen durch die Pandemie ein stärkeres Bewusstsein für die Vielfalt an Einsatzmöglichkeiten von Videokonferenz-Diensten entwickelt zu haben. Dabei lässt sich auch erkennen, dass Organisationen im Zuge der Pandemie eine neue Kompetenz erworben haben, digitale Anwendungen reflektiert einzusetzen: Singen, Schützenfeste feiern und trainieren wollen Engagierte zwar vor Ort, aber der Vereinsvorstand trifft sich im digitalen Raum. Eher unbeliebte, aber notwendige Aufgaben – wie beispielsweise formelle Absprachen – werden ins Digitale verlagert, die gesellig-persönliche Komponente wird aber nach wie vor im analogen Raum ausgelebt.

Alles, was Ehrenamtliche für die interne Kommunikation benötigen, seien es Messenger, E-Mails oder Videokonferenzen, wenden sie bereits regelmäßig und weitestgehend kompetent an. Darüber hinausgehende Anwendungen zur Projektzusammenarbeit nutzen Engagierte jedoch noch wenig. Zwar beklagen viele Organisationen komplizierte Abstimmungs- und Koordinationsprozesse, jedoch setzen sie nur selten digitale Hilfsmittel wie eine Projektmanagement-Software oder Online-Speicher (z. B. Cloud-Dienste) ein, um Arbeitsprozesse zu vereinfachen. Nur ca. 40 Prozent nutzen Online-Speicher, nur zehn Prozent Anwendungen für Projektmanagement (vgl. Abb. 3).

### Kompetenzen aus anderen Lebensbereichen machen den Unterschied

Dass solche Anwendungen noch wenig verbreitet sind, erklärt sich einerseits durch den geringen Bedarf an digital gestütztem Projektmanagement in vielen Bereichen: Vor allem in kleineren Vereinen mit niedrigem Organisationsaufwand wäre es zusätzliche Arbeit, solche Werkzeuge einzuführen, der Zeitgewinn aber gering. Andererseits kommt es auch darauf an, ob auf digitale Kompetenzen aus anderen Lebensbereichen zurückgegriffen werden kann. Je häufiger Engagierte bereits digitale Mittel in anderen Kontexten wie Arbeit, Ausbildung oder Privatleben nutzen, desto eher wenden sie diese auch im Ehrenamt an. Messenger-Dienste, die im privaten Alltag bereits alle Altersklassen und Lebensbereiche erobert haben, sind auch im Ehrenamt sehr weit verbreitet. Anwendungen für das Projektmanagement, die nur in bestimmten Arbeitskontexten eingesetzt werden, finden hingegen auch weniger oft ihren Weg in das Engagement.

### Deutliches Muster bei der Nutzung digitaler Technologien

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Organisationen, die komplett offline sind, in der Ehrenamtslandschaft inzwischen eine Ausnahme darstellen. Stattdessen sind

Vereine bereits flächendeckend im Internet vertreten: die meisten durch eine Website, viele auch mit einem Facebook-Auftritt. Weitere Kanäle wie Instagram oder Twitter werden hingegen noch wenig genutzt. In der Regel fehlen die Ressourcen und Kompetenzen, diese Kanäle aktiv zu bespielen und für Kontinuität zu sorgen. Es ist anzunehmen, dass Online-Anwendungen aus diesem Grund noch wenig für Öffentlichkeitsarbeit oder die Anwerbung neuer Mitglieder genutzt werden. Doch gerade hier liegt das Potenzial, aktuellen Entwicklungen, wie dem Rückgang an Engagierten oder der Überalterung des Ehrenamts, entgegenzuwirken. Mangelnde Ressourcen und Kompetenzen stehen einer gewinnbringenden Nutzung von Kanälen über eine reine Webpräsenz hinaus in vielen Organisationen noch im Weg.

Im Gegensatz zur digitalen Außenkommunikation funktioniert die digitale interne Kommunikation in vielen Organisationen bereits routiniert. E-Mail und Messenger sind von allen digitalen Anwendungen am weitesten verbreitet. Dennoch befinden sich Organisationen weiterhin in einem Lernprozess, in dem es darum geht, das Versprechen der schnelleren und einfacheren Kommunikation für sich einzulösen. Insbesondere die Ansprache und Teilhabe aller Engagierten, über unterschiedliche Kompetenzen und Gewohnheiten hinweg, bleibt eine Herausforderung.

## Nutzungszwecke digitaler Technologien

Rückblickend, für welchen Zweck haben Sie bisher digitale Technologien genutzt?

n = mind. 1.900 | Angaben in Prozent

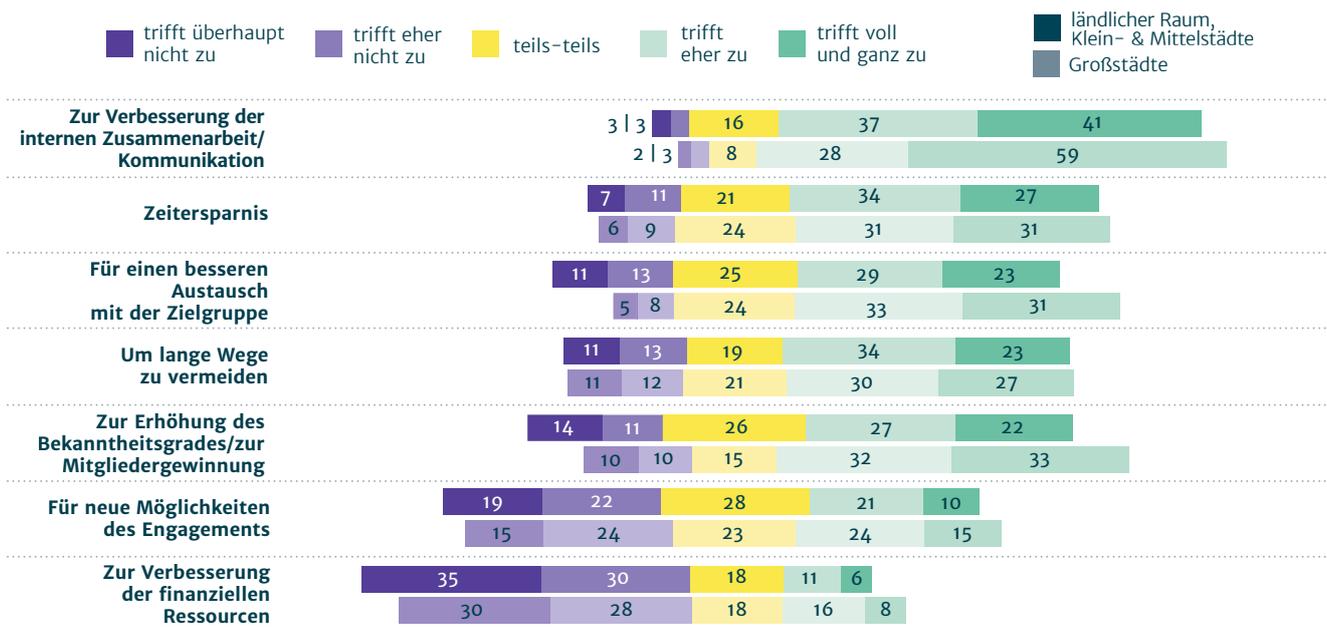


Abb. 4

### 3.4 Stadt und Land im Vergleich

Viele Möglichkeiten, digitale Mittel anzuwenden, scheinen für ländliche Räume geradezu wie geschaffen: Mit Videokonferenzen vermeiden Engagierte lange Fahrzeiten in den nächsten Ort, mit sozialen Medien erzielen Vereine auch in dünn besiedelten Regionen eine größere Reichweite und digitale Engagementformen motivieren Stadtbewohnerinnen und -bewohner dazu, sich auch in ländlichen Räumen zu engagieren.

#### Lange Wege zu vermeiden ist attraktiv für Stadt und Land

Die Daten zeigen jedoch, dass einige der vielversprechenden Nutzungsoptionen in ländlichen Räumen ebenso wie in Städten jeder Größe gleichermaßen attraktiv sind. Lange Wege zu vermeiden ist für 57 Prozent der Organisationen in ländlichen Räumen sowie in Klein- und Mittelstädten als auch in Großstädten ein wichtiger Nutzungszweck (vgl. Abb. 4). Das ist nicht überraschend, denn gerade in Metropolen können auch kurze Wegstrecken zu einer kleinen Odyssee werden. Diese zu vermeiden ist für einen städtischen Engagierten ebenso attraktiv wie es für einen ländlichen Ehrenamtlichen Sinn ergibt, sich eine 30-Kilometer-Fahrt über Landstraßen zu ersparen. Wege zu vermeiden und dadurch Zeit zu gewinnen ist ein Vorteil digitaler Technologien – dies gilt aber sowohl in der Stadt als auch auf dem Land.

#### Digitale Engagementformen sind überall noch wenig verbreitet

Die Möglichkeit, mithilfe des Internets neue digitale Formen des Engagements zu schaffen, wird hingegen weder in peripheren noch in zentralen Lagen bislang viel genutzt. Nur 30 Prozent der befragten Organisationen in ländlichen Räumen setzen dafür digitale Anwendungen ein. In Großstädten sind es knapp 40 Prozent (vgl. Abb. 4). Die Idee, Engagement über das Internet beispielsweise kurzfristig, projektgebunden oder ortsungebunden zu organisieren und dadurch insbesondere für ländliche Organisationen einen Zuwachs an Aktiven zu erzielen, ist also insgesamt noch nicht sehr weit verbreitet.

#### Differenzen zeigen sich bei einzelnen Anwendungen

Bei der Nutzung einzelner Anwendungen zeigen sich jedoch Unterschiede zwischen ländlichen Räumen und Großstädten. Das gilt beispielsweise für soziale Medien wie Instagram, YouTube und Twitter, die in Großstädten deutlich häufiger als in mittelgroßen und kleinen Städten oder auf dem Land verwendet werden. Lediglich Facebook ist überall gleichermaßen angekommen. Noch stärkere Unterschiede bestehen bei der Nutzung von Projektmanagement-Anwendungen und Online-Speichern. Online-Speicher wie Cloud-Systeme werden von immerhin 70 Prozent der Organisationen in Großstädten mindestens mehrmals im Jahr genutzt. In ländlichen Räumen sowie in mittelgroßen und kleinen Städten sind es nur 40 Prozent (vgl. Abb. 3).

Es zeigt sich also, dass ländliche Organisationen bei der Nutzung digitaler Anwendungen mit denen in mittelgroßen und kleineren Städten auf einer Stufe stehen: die Bandbreite der eingesetzten digitalen Technologien sowie die Nutzungshäufigkeit unterscheiden sich hier kaum. Lediglich gegenüber Organisationen in Großstädten bestehen deutliche Unterschiede (vgl. Kapitel 4.3.).

# 4 Digitalisierungsindex: Digitalisierungsgrad ehrenamtlicher Organisationen

## 4.1 Der Digitalisierungsindex

Der Digi-Index wurde auf Basis der im Projekt erhobenen Daten entwickelt, um Auskunft über den Digitalisierungsgrad ehrenamtlicher Organisationen zu geben. Der Index setzt sich aus drei Dimensionen zusammen:

- Die INTERNE Dimension misst die Nutzung und Nutzungsfrequenz digitaler Werkzeuge, die vorrangig der internen Kommunikation und Zusammenarbeit dienen, etwa Videokonferenz-Software, Messenger-Dienste, E-Mail oder Buchhaltungssoftware.

- Die EXTERNE Dimension misst die Nutzung und Nutzungsfrequenz digitaler Werkzeuge, die vorrangig der externen Kommunikation mit der Zielgruppe oder der Öffentlichkeit dienen, etwa soziale Medien oder die eigene Homepage.
- Die KOMPETENZEN-Dimension bezieht sich auf die selbst eingeschätzten Kompetenzen, die innerhalb der Organisationen hinsichtlich Themen wie Online-Kommunikation, Datenschutz, Spendensammeln oder hinsichtlich der Kenntnis zum Einsatz digitaler Lösungen und von Online-Werkzeugen vorhanden sind.

### Zusammensetzung des Digitalisierungsindex

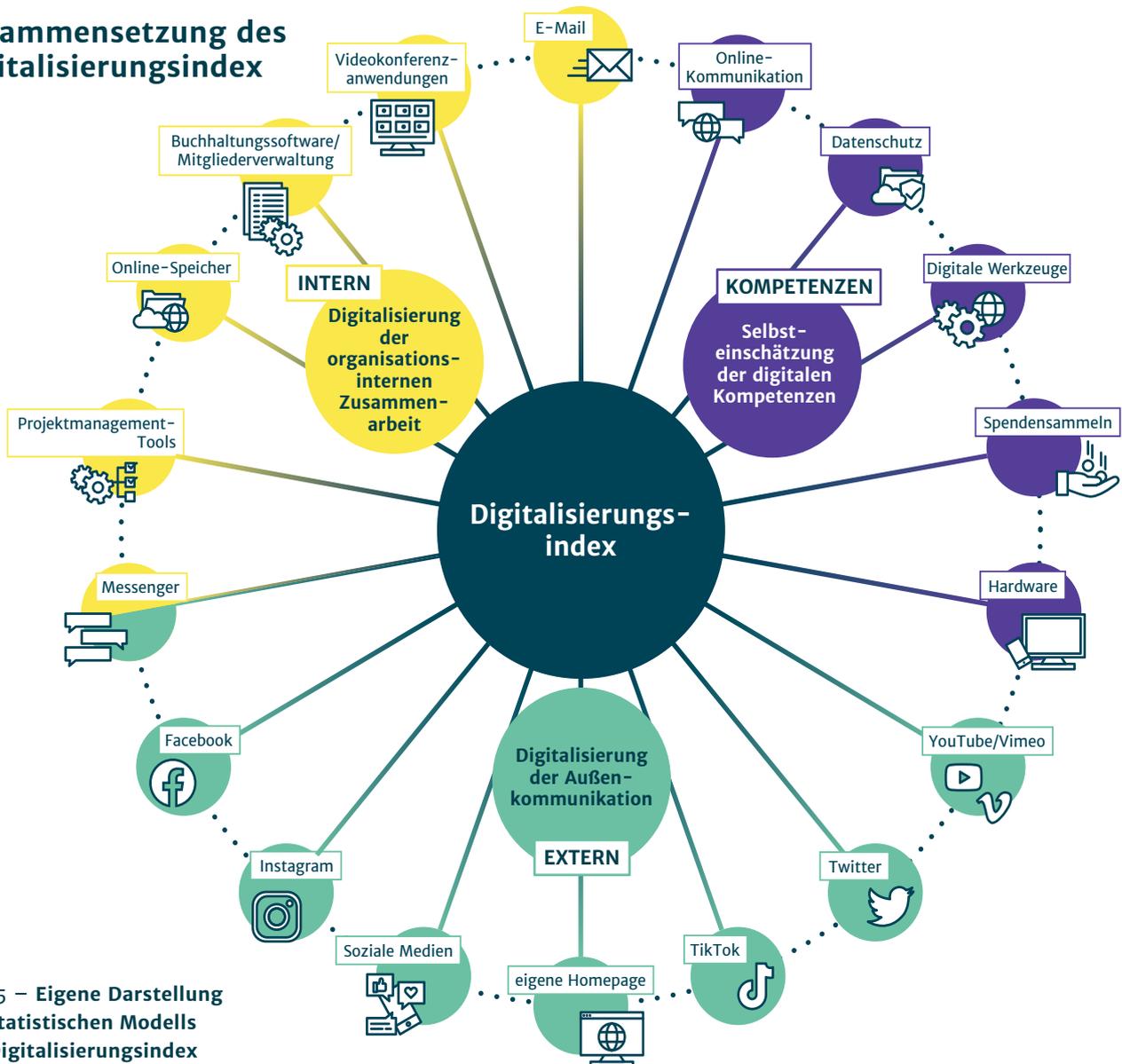


Abb. 5 – Eigene Darstellung des statistischen Modells des Digitalisierungsindex

### Was ist der Digi-Index?

Anhand des Digi-Index lässt sich analysieren, wie stark der Digitalisierungsgrad einer bestimmten Organisation oder einer Gruppe von Organisationen ausgeprägt ist, welche strukturellen Faktoren zu einem hohen oder niedrigen Digitalisierungsgrad beitragen und welche Wechselwirkungen zwischen verschiedenen Einflussgrößen bestehen. Der Digi-Index gibt den Digitalisierungsgrad auf einer Skala von null bis zehn an, wobei null einen besonders niedrigen Digitalisierungsgrad angibt und zehn einen besonders hohen.

Dabei gilt es jedoch zu bedenken, dass Digitalisierung ein höchst dynamischer Prozess ist: Neue digitale Anwendungen kommen laufend auf den Markt, notwendige Kompetenzen, um sich sicher im digitalen Raum zu bewegen, weiten sich kontinuierlich aus und verschieben sich. In diesem Sinne kann der Digi-Index nur eine Momentaufnahme zur aktuellen Situation im Ehrenamt abbilden, liefert für diese aber wertvolle Erkenntnisse.

## 4.2 Einflussfaktoren auf den Digitalisierungsgrad

Die Vereinslandschaft ist sehr divers und lässt sich nicht anhand einzelner Eigenschaften gruppieren: Nicht jeder lokal tätige Verein agiert analog und nicht jede Jugendorganisation ist digital gut aufgestellt. Dennoch gibt es strukturelle Faktoren, die sich auf den Digitalisierungsgrad auswirken. Ausschlaggebend sind einerseits feste Größen wie die Anzahl und das Durchschnittsalter der Mitarbeitenden, andererseits aber auch weniger klar definierte Faktoren wie die Reichweite der Vereinsaktivitäten, die strukturelle Einbettung in einen Verband und die Vereinstätigkeiten selbst. Auch der Standort spielt eine wesentliche Rolle, wobei auch hier deutlich wird, dass die Unterschiede weniger zwischen mehr oder weniger ländlichen Gebieten und Mittel- und Kleinstädten verlaufen, sondern vor allem Großstädte mit einem deutlich höheren Digi-Index herausstechen.

### Einflussfaktoren auf den Digitalisierungsindex

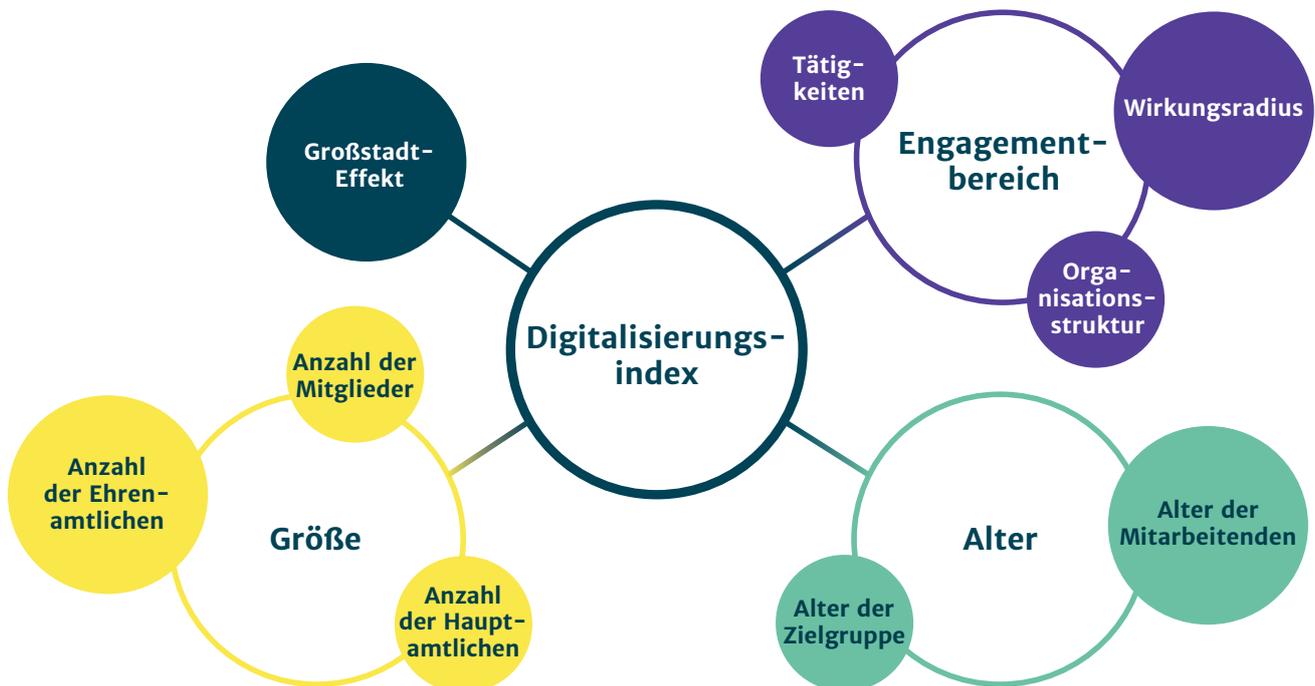


Abb. 6 – Eigene Darstellung der Einflussfaktoren auf den Digi-Index

„Es gibt totale Analogisten unter den Jungen und totale Digitalfreaks unter den Alten.“

Interview Tim Vallée

Das Alter der Mitarbeitenden hat den größten Effekt

Zwar gibt es digital-affine Ältere ebenso wie junge Digital-skeptiker, über alle Organisationen hinweg sind solche Fälle allerdings eher die Ausnahme. Organisationen, deren Mitarbeitende einen niedrigeren Altersdurchschnitt aufweisen – damit sind sowohl Ehrenamtliche als auch Hauptamtliche gemeint – sind deutlich digitaler als Organisationen mit älteren Mitarbeitenden (vgl. Abb. 7). Das Alter der Mitarbeitenden hat im Vergleich zu anderen Einflussfaktoren die größte Auswirkung auf den Digitalisierungsgrad. Am deutlichsten zeigt sich der Alterseffekt in den Metropolen Berlin und Hamburg. Hier klaffen die Digitalisierungsgrade von Organisationen mit jungen Engagierten und solchen mit älteren Engagierten am weitesten auseinander. Es lässt sich annehmen, dass in Metropolen deutlich mehr Organisationen mit

vorwiegend jungen Engagierten, die eine höhere digitale Kompetenz mitbringen, vertreten sind. Mit Blick in die Zukunft könnten altersbedingte Unterschiede an Relevanz verlieren. Zum einen werden Analogisten, die sich vor allem in der Generation vor 1945 finden lassen, im Zuge der demografischen Entwicklung immer weniger aktiv sein. Zum anderen zeigt sich, dass die Generation der Menschen ab 70 die größten Entwicklungssprünge hinsichtlich ihrer digitalen Kompetenzen macht und somit ihr Kompetenzdefizit gegenüber Jüngeren aufholt (Initiative D21, S.48).

Die Außenkommunikation ist vom Alter der Zielgruppe abhängig

Auch beim Alter der Zielgruppe gilt wenig überraschend: Je jünger die Zielgruppe einer Organisation ist, desto häufiger kommen digitale Anwendungen zum Einsatz. Mit steigendem Alter sinken sowohl die Häufigkeit der Anwendung von digitalen Werkzeugen als auch die digitalen Kompetenzen der Mitarbeitenden in einer Organisation.

Digitalisierungsindex nach Altersdurchschnitt der Mitarbeitenden

Regressionsanalyse mit 95%-Konfidenzintervallen: Kontrolliert nach Organisationsbereich, Wirkungskreis, Anzahl Ehrenamtliche, Bundesland

n = 2.455

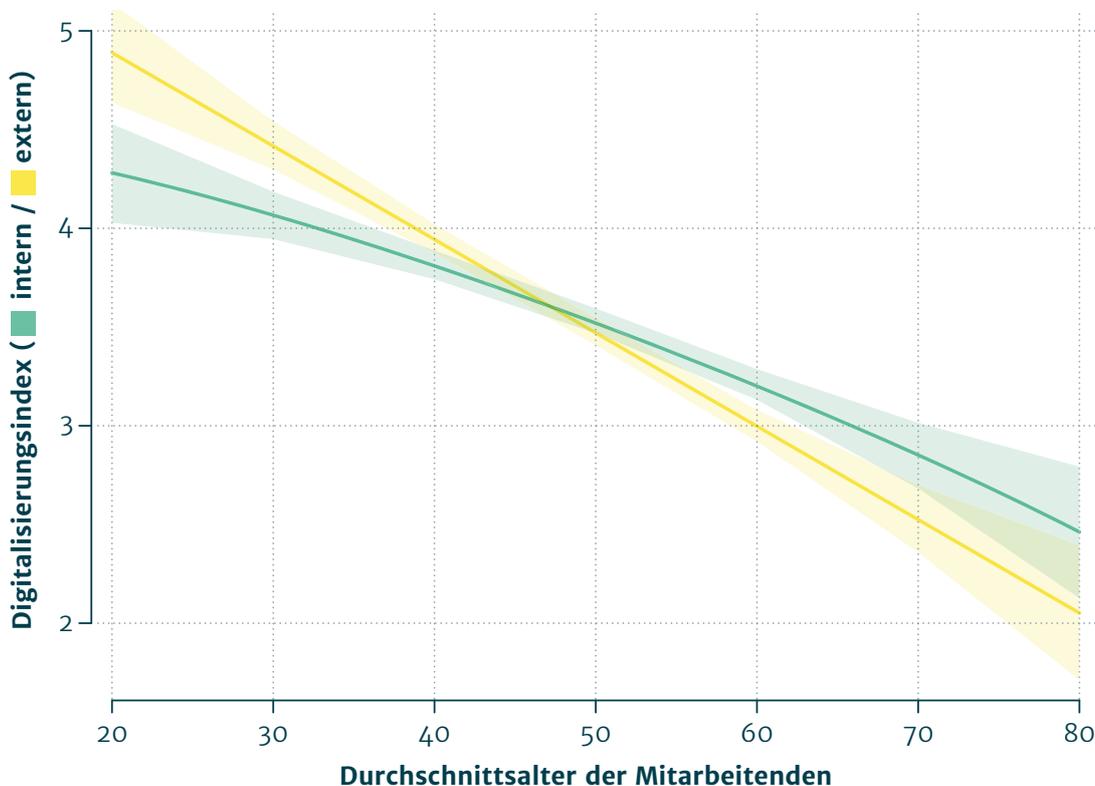


Abb. 7

## Wie definiert sich die Größe einer ehrenamtlichen Organisation?

In der Forschung zum Thema Ehrenamt wird mit unterschiedlichen Definitionen von „Organisationsgröße“ gearbeitet. Die Organisationsgröße umfasst entweder die Anzahl der Mitglieder, der Ehrenamtlichen oder der hauptamtlichen Mitarbeitenden. Sie kann aber auch anders definiert sein, beispielsweise durch das zur Verfügung stehende Budget. Alle Definitionen beschreiben unterschiedliche Aspekte einer Organisation: Je nach

Engagementbereich ist eine andere Kenngröße relevant. Für einen Förderverein geht es vor allem darum, einen möglichst großen Pool an zahlenden Mitgliedern zu haben, die Freiwillige Feuerwehr lebt hingegen von ihren aktiven Ehrenamtlichen. Hinsichtlich des Digi-Index hat sich gezeigt, dass von allen Aspekten, die zur Definition der Organisationsgröße herangezogen werden, die Anzahl der Ehrenamtlichen den stärksten Effekt hat.

Interessant ist, dass insbesondere der *externe* Digitalisierungsgrad, also der Digitalisierungsgrad in der Außenkommunikation, bei Organisationen mit einer jungen Zielgruppe besonders hoch ist. Das deutet darauf hin, dass Organisationen ihre Außenkommunikation alterssprechend anpassen und bei jungen Menschen auf

digitale Kanäle setzen. Da 75 Prozent aller Organisationen jedoch angeben, eine altersunabhängige Zielgruppe zu haben, ist die Zielgruppe als Einflussgröße insgesamt nicht sehr bedeutend.

### Digitalisierungsgrad nach Organisationsgröße

Regressionsanalyse mit 95%-Konfidenzintervallen: Kontrolliert nach Organisationsbereich, Bundesland, Thünen-Raumtypen

$n = 1.083$

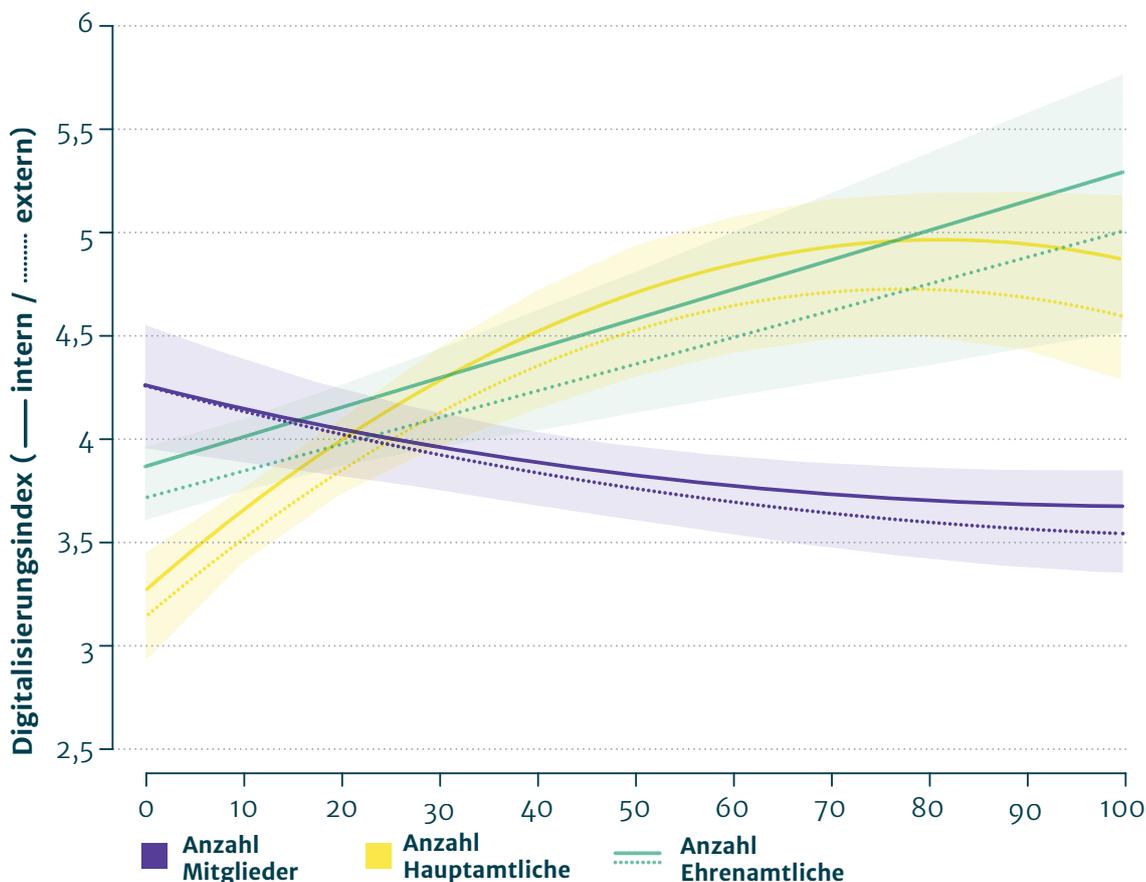


Abb. 8

### Je mehr Ehrenamtliche, desto digitaler die Organisation

Egal, ob es um die Organisation von Veranstaltungen, die Verwaltung von Mitgliedern oder die Vernetzung von Engagierten geht: Je mehr Ehrenamtliche sich aktiv engagieren, desto höher ist der Organisations- und Koordinationsaufwand in einer Organisation. Der Digi-Index zeigt, dass größere Organisationen digitale Anwendungen nutzen, um diesen Mehraufwand zu managen: Je größer die Organisation, desto stärker kommen digitale Anwendungen zum Einsatz (vgl. Abb. 8).

Diese eindeutige Entwicklung stagniert jedoch ab einer Organisationsgröße von ca. 80 Ehrenamtlichen. Ab dieser kritischen Größe scheinen das Ausmaß und die Nutzungshäufigkeit digitaler Anwendungen, die durch den Digi-Index abgebildet werden, ausgeschöpft zu sein. Der Digi-Index gibt über weitergehende Aspekte der Digitalisierung, wie die Implementierung einer Digitalisierungsstrategie oder Folgen für die Organisationsentwicklung, keine genaue Auskunft.

### Hauptamtliche Digital-Beauftragte sind die Ausnahme

Es überrascht nicht, dass Organisationen mit bezahlten Mitarbeitenden insgesamt digitaler aufgestellt sind (vgl. Abb. 8). Diese Organisationen verfügen meist über professionelle Arbeitsprozesse und Strukturen, die vorwiegend digital ablaufen.

Interessant ist, dass nur bei der Hälfte aller Organisationen mit zehn oder mehr Hauptamtlichen auch eine dieser Personen vorrangig für Digitales zuständig ist. Dieser Wert ist auch bei noch größeren Organisationen stabil. Ein Hinweis, dass selbst in sehr großen Organisationen die Digitalisierung und die damit einhergehenden Aufgaben nicht immer einen hohen Stellenwert haben.

Insbesondere in ländlichen Regionen ist der Anteil gemeinnütziger Organisationen mit angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gering: 50 Prozent haben keine, 35 Prozent haben weniger als zehn hauptamtliche Mitarbeitende. Die Relevanz hauptamtlicher Mitarbeitenden ist also speziell für das ländliche Ehrenamt und damit auch dessen Digitalisierungsgrad eher begrenzt.

## Digitalisierungsindex nach Engagementbereich

n = 2.771

intern extern



\*generiert aus der offenen Kategorie „Sonstiges“

Abb. 9

### Große Unterschiede zwischen den Engagementbereichen

Die Engagementbereiche Sport, soziale Dienste, Kirchen, Gesundheitswesen, Umwelt- und Naturschutz, Katastrophenschutz, internationale Solidarität sowie Wissenschaft & Forschung haben gemeinsam, dass sie alle einen eher hohen Digitalisierungsgrad im Digi-Index aufweisen. Einen niedrigen Digitalisierungsgrad haben hingegen die Bereiche Freizeit & Geselligkeit und ländliche, regionale Entwicklung. Im mittleren Bereich siedeln sich Musik, Kultur & Medien und Bürger- und Verbraucherinteressen an (vgl. Abb. 9). Auf den ersten Blick leuchten diese Ausprägungen nur teilweise ein, denn der Engagementbereich allein, also der Zweck und die ausgeübten Tätigkeiten, bieten keine ausreichende Erklärungsgrundlage für diese Unterschiede. Erst wenn weitere Erklärungsfaktoren herangezogen werden, entwickelt sich ein schlüssiges Bild: der Wirkungsradius, also die angestrebte Reichweite einer Organisation, die strukturelle Einbettung in eine größere Organisation, wie einen Verband oder eine Dachorganisation und der damit einhergehende Professionalisierungsgrad.

### Lokale Organisationen agieren eher analog

Generell gilt: Je größer der geografische Raum ist, über den sich die Tätigkeiten einer Organisation erstrecken, desto digitaler arbeitet diese. So nutzt beispielsweise ein Kulturverein, der mit internationalen Kunstschaaffenden zusammenarbeitet eher digitale Anwendungen als ein Verschönerungsverein einer Kleinstadt. Je lokaler das Engagement ist, desto eher kommunizieren die Engagierten über das Telefon oder durch das Gespräch über den Gartenzaun hinweg als per Mail und Messenger.

Dennoch kann der Wirkungsradius einer Organisation nur teilweise als Erklärung für einen hohen oder niedrigen Digitalisierungsgrad herangezogen werden. Sportvereine, Kirchen oder der Katastrophenschutz arbeiten zwar überwiegend lokal, sind aber digital meist sehr gut aufgestellt. Hier müssen also zusätzlich der Professionalisierungsgrad einer Organisation und die Strukturen, in die sie eingebettet ist, berücksichtigt werden.

### Organisationsstruktur und Professionalisierungsgrad sind Schlüsselfaktoren

Übergreifende Strukturen ehrenamtlicher Organisationen, wie etwa eine Landeskirche, Weltläden oder große Verbände, stellen digitale Technologien zur Verfügung,

die von lokalen Organisationen genutzt werden können und die auf deren spezifische Tätigkeiten abgestimmt sind. So wird zum Beispiel eine Software zur Mitgliederverwaltung, ein Buchhaltungsprogramm oder ein Kassensystem auch von kleinen, lokalen Organisationseinheiten verwendet. Ähnliches gilt für Sportvereine, die zwar nicht immer überregional zusammengeschlossen sind, aber für die es aufgrund ihrer weiten Verbreitung zugeschnittene Programme, wie beispielsweise Software für das Gebäudemanagement, gibt. Damit können Vereinsmitglieder automatisiert Licht und Heizung in der Sporthalle bedienen. Sportvereine, aber auch der Katastrophenschutz oder Kirchen sind gute Beispiele für Engagementbereiche, die insgesamt einen hohen Digitalisierungsgrad aufweisen. Die Verwaltung ist hier weitreichend digitalisiert, obwohl die Tätigkeiten hochgradig analog sind: Tennis wird immer noch auf dem Platz gespielt, Turniere und Spielzeiten werden digital verwaltet.

Als weitere Gruppe gibt es aber auch Engagementbereiche, in denen der Verwaltungsaufwand gering ist, keine übergeordneten Strukturen bestehen und deren Tätigkeiten vorwiegend persönlich und vor Ort stattfinden. Hier sind die meist analogen Aktivitäten ausschlaggebend für einen niedrigen Digitalisierungsgrad.

### Der Mehrwert digitaler Anwendungen ist manchmal begrenzt

In einem Proberaum zusammen zu musizieren funktioniert deutlich besser als via Zoom, ein Karnevalsumzug verliert seine Bedeutung, wenn nicht durch die Straßen gezogen wird, und eine Krabbelgruppe wird auch nicht digital abgehalten. Insbesondere die Tätigkeiten in den Bereichen Freizeit & Geselligkeit, aber auch Bildung & Erziehung sowie Musik finden vorwiegend im analogen Raum statt. Gleichzeitig haben diese Organisationen nur einen schmalen Verwaltungsüberbau, der auch ohne oder mit geringen, digitalen Hilfsmitteln auskommt. Die Optionen, das Engagement digital umzusetzen, sind also insgesamt eingeschränkt und digitale Anwendungen bieten nur einen geringen Mehrwert. Dementsprechend finden sich im Bereich Freizeit & Geselligkeit sowie Musik die höchste Zustimmung zu der Aussage „Digitalisierung bietet begrenzten Mehrwert“. Am wenigsten Zustimmung findet diese Aussage im Bereich Wissenschaft & Forschung – ein Engagementbereich, in dem digitale Arbeit bereits stark implementiert ist, wie der

hohe Digitalisierungsgrad auf der internen Dimension widerspiegelt.

Die Digi-Indexe der verschiedenen Engagementbereiche unterscheiden sich stark. Um ein schlüssiges Erklärungsbild für diese Unterschiede zu erhalten, reicht es jedoch nicht, nur das Tätigkeitsfeld allein zu betrachten, sondern es müssen auch der Wirkungsradius sowie der Professionalisierungsgrad miteinbezogen werden. In jedem Engagementbereich kommen jeweils unterschiedliche Faktoren stärker zum Tragen.

### Ausnahmen bestätigen die Regel

Über alle Organisationen hinweg zeigt sich, dass es strukturelle Faktoren gibt, die sich auf den Digitalisierungsgrad auswirken. Als besonders ausschlaggebend haben sich das Alter der Mitarbeitenden, die Organisationsgröße – also die Anzahl der ehrenamtlich Engagierten – und der Engagementbereich erwiesen. Es gilt:

- Je jünger der Altersdurchschnitt der Mitarbeitenden, desto digitaler ist die Organisation.
- Je mehr Mitarbeitende aktiv sind, desto digitaler arbeiten diese.
- Je größer der Wirkungsradius, professioneller die Strukturen und die Tätigkeiten einer Organisation stärker digital umsetzbar sind, desto digitaler laufen die Prozesse ab.

Dennoch lassen sich zahlreiche Ausnahmen für diese Regeln finden: Beispiele hierfür sind ein deutschlandweiter Tierzuchtverband mit 4.600 zugehörigen Vereinen, der vorwiegend postalisch kommuniziert, oder auch ein lokaler Naturschutzverein, der hochgradig digital arbeitet und mithilfe sozialer Medien Engagierte für Pflanz- und Ernteaktionen rekrutiert. Ausschlaggebend für solche „Ausreißer“ sind individuelle Digitalisierungstreiber wie einzelne Engagierte, die eine hohe digitale Kompetenz aus anderen Lebensbereichen in das Ehrenamt tragen. Gleichermassen gibt es organisationsinterne Hindernisse, beispielsweise sich langsam wandelnde Organisationsstrukturen oder eine generelle Digitalisierungsskepsis, die digitalen Innovationen im Weg stehen können (vgl. Kapitel 5).

## 4.3 Wie digital ist das ländliche Ehrenamt?

Eine Hauptfragestellung, der mithilfe des Digi-Index nachgegangen werden konnte, ist die Frage nach möglichen raumbezogenen Unterschieden hinsichtlich des Digitalisierungsgrades im Ehrenamt in Deutschland: Sind ehrenamtliche Organisationen in ländlichen Regionen weniger digital aufgestellt als in Städten? Fällt ihnen die Digitalisierung ihrer Prozesse insgesamt schwerer und wenn ja, warum? Oder sehen sie womöglich einen größeren Mehrwert in manchen technologischen Anwendungen als städtische Organisationen, etwa weil Wege weiter sind oder entfernt lebende Engagierte eingebunden werden können, und weisen deshalb sogar einen höheren Digitalisierungsgrad in der internen Kommunikation auf?

### Wenig Schwankungen innerhalb ländlicher Räume

Vor diesem Hintergrund ist es umso interessanter, dass sich der Digitalisierungsgrad ehrenamtlicher Organisationen zwischen Regionen mit mehr oder weniger stark ausgeprägter Ländlichkeit und Klein- beziehungsweise Mittelstädten kaum unterscheidet: Sowohl der Einsatz und die Häufigkeit, mit der digitale Anwendungen genutzt werden, als auch die digitalen Kompetenzen in ehrenamtlichen Organisationen sind regional gleichmäßig ausgeprägt (vgl. Abb. 10).

### Großstädte sind digitale Vorreiter

Es zeigen sich jedoch deutliche Unterschiede zwischen ländlichen Regionen und kleineren Städten einerseits und Großstädten andererseits: In Berlin, Hamburg, Frankfurt oder Köln agieren ehrenamtliche Organisationen deutlich digitaler als in anderen Regionen Deutschlands.

Die Gründe für diese Unterschiede sind vielfältig: Zum einen haben größere Verbände, Dachorganisationen oder auch Lobbyorganisationen häufig ihren Sitz in Großstädten. Solche Organisationen arbeiten teilweise mit hauptamtlichen Mitarbeitenden und verfügen über professionelle Strukturen und Arbeitsprozesse. Das bedeutet, dass neben digital gestützten Arbeitsprozessen auch professionelle Öffentlichkeitsarbeit betrieben wird. Es werden also nicht nur Projektmanagement-Anwendungen verstärkt eingesetzt, sondern auch soziale Medien wie Twitter und YouTube stärker genutzt. Zum anderen sind Engagementbereiche, mit denen

viel Computerarbeit einhergeht, wie Wissenschaft und Forschung oder auch Bürger- und Verbraucherinteressen, häufiger in Großstädten angesiedelt. Es ist auch anzunehmen, dass mehr Engagierte in Großstädten in akademischen und wissensbasierten Berufen arbeiten und daher mit solchen Anwendungen vertraut sind. In ländlichen Regionen sind statistisch gesehen weniger Arbeitsplätze und Arbeitgeber in diesem Bereich tätig und weniger Hochschulen ansässig, sodass dort auch weniger Wissensarbeitende verortet sind.

### Gibt es eine Digitale Spaltung?

Der Begriff „Digital Divide“ beschreibt die Ungleichheiten in der Verfügbarkeit und der Nutzung des Internets sowie internetbezogene Wissensunterschiede. Im Kontext der Stadt-Land-Forschung wurde eine solche „digitale Kluft“ häufig zwischen Stadt und Land verortet (vgl. Salemink, Strijker, & Bosworth, 2017). Besteht diese Kluft zwar zwischen der jeweiligen Bevölkerung dieser Räume, kann sie für die dort verorteten ehrenamtlichen Organisationen nicht bestätigt werden. Zumindest bei der Nutzung digitaler Anwendungen und der Verbreitung digitaler Kompetenzen im Ehrenamt verlaufen die Unterschiede nicht zwischen ländlichen und städtischen Räumen, stattdessen treten lediglich Großstädte ab 500.000 Einwohnerinnen und Einwohner als digitale Vorreiter hervor.

### Digitalisierungsindex nach Raumtypen (Thünen)

n = 2.605

■ intern ■ extern

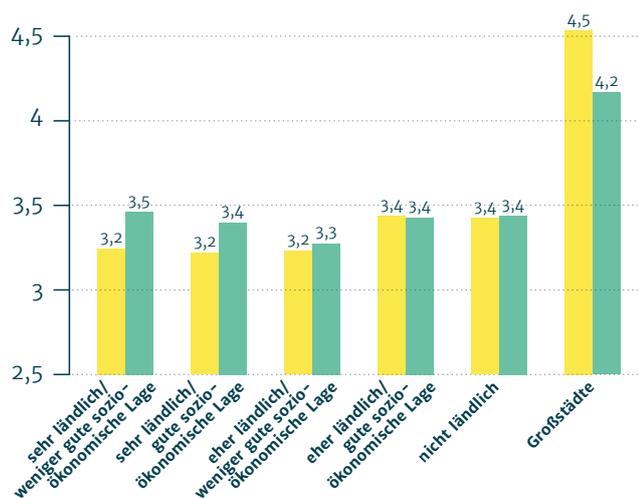


Abb. 10

## 4.4 Der Digi-Index im Bundesländervergleich

Die zusammengefassten Digi-Indexe aller Organisationen in den verschiedenen Bundesländern unterscheiden sich deutlich. Zunächst einmal benutzen die Ehrenamtlichen in Berlin, Hamburg und Bremen besonders häufig digitale Werkzeuge für ihr Engagement. Dieses Ergebnis verwundert nicht, da diese Stadtstaaten drei Großstädte sind, die sich an mehreren Stellen in der Analyse als insgesamt digitaler herausgestellt haben. Ebenfalls auffällig ist, dass die Organisationen in den ehemals ostdeutschen Bundesländern im Schnitt weniger digital unterwegs sind. Dies wird besonders bei Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt deutlich. Aber auch im Saarland und in Rheinland-Pfalz greifen die Ehrenamtlichen etwas seltener auf digitale Mittel zurück.

Gleichzeitig ist es nicht so, dass in besonders ländlich geprägten Bundesländern der Digi-Index der Organisationen automatisch niedriger wäre (vgl. Abb. 11). So zeichnen sich etwa viele Teile Bayerns durch ländliche Gegenden aus, dennoch arbeiten die Ehrenamtlichen dort häufig mit digitalen Mitteln. Das Gleiche gilt für Hessen und Baden-Württemberg. Die Gemeinsamkeiten derjenigen Bundesländer, deren ehrenamtliche Organisationen einen recht hohen Digitalisierungsgrad aufweisen, scheint die hohe Wirtschaftskraft innerhalb eines Bundeslandes im Allgemeinen zu sein, was wiederum auf das Engagement ausstrahlt (vgl. Abb. 12). Zudem beeinflusst der hohe Digitalisierungsgrad von Großstädten die Digitalisierung der Organisationen im Umland. Das zeigt sich vor allem in Niedersachsen mit Hannover, in Bayern mit München, Schleswig-Holstein mit Hamburg, Brandenburg mit Berlin und in Nordrhein-Westfalen mit einer Vielzahl größerer Städte.

## Digitalisierungsindex nach Bundesländern

Regressionsanalyse mit 95%-Konfidenzintervallen: Kontrolliert nach Organisationsbereich, Wirkungskreis

n = 2.565

intern extern



Abb. 11

## Bruttoinlandsprodukt in 1.000 € je Einwohner

- bis unter 29,68
- 29,68 ... 35
- 35 ... 39
- 39 ... 47
- 47 und mehr

Raumbezug: Länder

Zeitbezug: 2019

Datengrundlage: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder

Abb. 12 – Bruttoinlandsprodukt pro Kopf nach Bundesländern

Quelle: Grafik auf Grundlage von INKAR (Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung 2022)



## 4.5 Breitbandausbau und Digi-Index

Auf der kommunalen Ebene dient häufig der Breitbandausbau als gängiger Erklärungsansatz für einen hohen oder niedrigen Digitalisierungsgrad in einer bestimmten Region. Entgegen dieser Annahme ist der Zusammenhang zwischen dem Breitbandausbau in einer Region und dem Digi-Index der dort ansässigen Organisationen verschwindend gering (vgl. Abb. 13). Der flächendeckende Ausbau des Breitbandnetzes ist innerhalb der letzten Jahre stark vorangeschritten, so dass knapp 90 Prozent aller Haushalte in Deutschland bereits Mitte 2021 auf eine Breitbandverfügbarkeit von mehr als 100 mBits pro Sekunde zurückgreifen

konnten (Bundesministerium für Digitales und Verkehr, 2021, S.7). Vor diesem Hintergrund geht es inzwischen stärker darum, für welche Empfangsgeräte und Tarife sich die Haushalte und Organisationen entscheiden und wie leistungsfähig deren Internetzugang dadurch wird. Das bedeutet letztlich häufig eine Abwägung zwischen Kosten und Nutzen: Besteht die Bereitschaft, 50 Euro monatlich zu bezahlen, um sehr schnelles Internet zu haben? Was zuvor in erster Linie eine Versorgungsfrage war, die sich außerhalb der Haushalte und Organisationen entschied, entwickelt sich künftig stärker zu einer Kostenfrage, die Entscheidungen auf persönlicher Ebene beziehungsweise auf Organisationsebene verlangt.

### Zusammenhang Digitalisierungsindex und Breitbandausbau

Regressionsanalyse mit 95%-Konfidenzintervallen: Kontrolliert nach Organisationsbereich, Wirkungskreis, Anzahl Ehrenamtliche, Altersdurchschnitt Mitarbeitende, Bundesland

$n = 2.455$

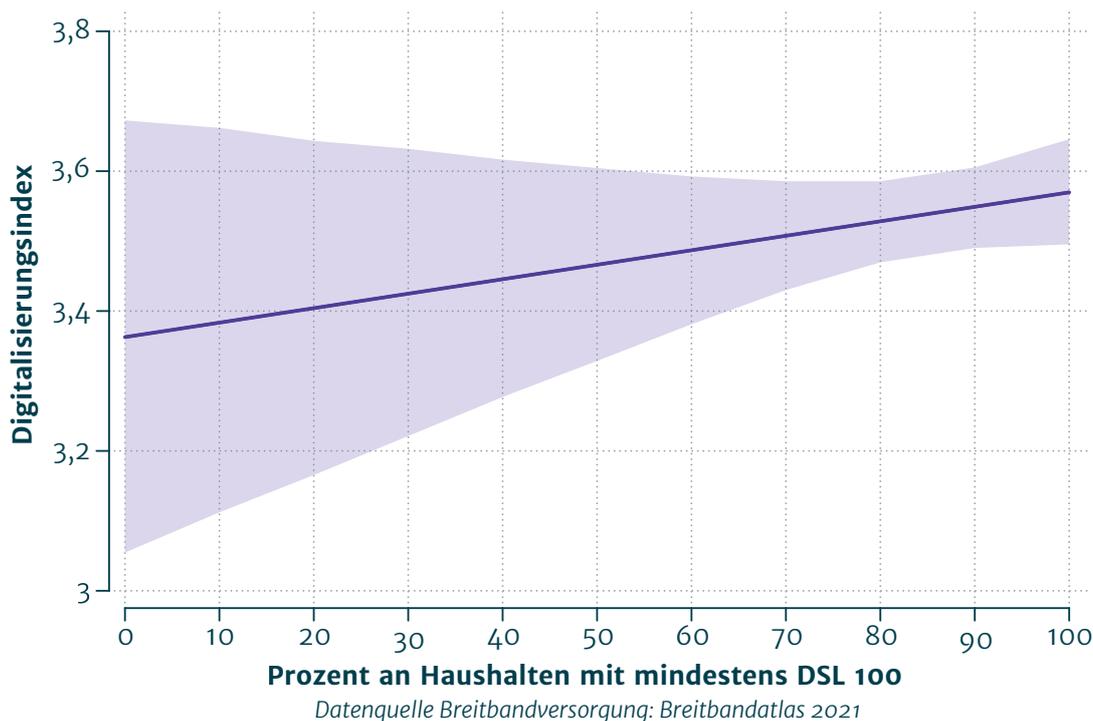


Abb. 13

## 5 Treiber und Barrieren auf dem Weg zur digitalen Organisation

### 5.1 Digitalisierungstreiber

#### Einzelne Engagierte treiben die Digitalisierung voran

Meistens sind es einzelne Engagierte, die in Sachen Digitalisierung aktiv werden und sich um die Einführung und Betreuung digitaler Anwendungen für ihren Verein kümmern. Der Begriff „digitale Kümmerer“ ist daher bereits weit verbreitet. Mit ihren individuellen Kenntnissen bringen diese Personen die Arbeit ihres Vereins voran, z. B. durch die Aktualisierung der veralteten Homepage, die Eröffnung eines Instagram-Accounts oder bei der Einführung einer Software zur Verwaltung von Tennisplätzen. Dadurch erleben die Organisationen zwar einen Digitalisierungsschub, gleichzeitig konzentriert sich die gesamte digitale Kompetenz oftmals bei dieser einen Person. Welche Anwendungen eingeführt werden, wie diese genutzt und den anderen Mitgliedern vermittelt werden, obliegt ebenfalls dieser Person und ist von deren Wissensstand und Vorlieben abhängig. Selten wird dabei eine strukturierte Strategie verfolgt oder nach einer dauerhaften Lösung gesucht. In den Interviews wurde deutlich, dass dies insbesondere dann problematisch wird, wenn diese Person die Organisation verlässt – denn mit ihr schwindet häufig auch das Wissen. Eine nachhaltige Digitalisierung wird dadurch schwierig.

#### Initiative trifft auf offene Organisationskultur

Damit eine digitale Initiative in einem Verein erfolgreich sein kann, muss sie auf fruchtbaren Boden treffen. Wie andere Studien zeigen, ist es dabei besonders wichtig, dass der Vorstand selbst digitalisierungsaffin ist und digitale Innovationen befürwortet (vgl. Ehnold, Steinbach & Schlesinger, 2020; Schrader, 2021). Doch auch dessen generelle Einstellung ist relevant: Wenn eine digitale Anwendung nicht gleich funktioniert, eine Anwendung sich als ungeeignet erweist oder bei den Mitgliedern auf Ablehnung stößt, verlangt dies vom Vorstand ein gewisses Maß an Flexibilität und Offenheit. Die Bereitschaft, sich auf etwas Neues einzulassen, hat sich bei vielen der befragten Organisationen als wesentliche Voraussetzung für den Erfolg digitaler Innovationen erwiesen. Darüber hinaus ist es wichtig, dass der Prozess von der Mehrheit der Ehrenamtlichen mitgetragen wird und

Konsens darüber besteht, dass etwas Neues ausprobiert werden soll und Fehler oder Misserfolge toleriert werden (vgl. Ehnold 2020). Im Umsetzungsprozess spielen dann die ersten Erfahrungen mit neuen digitalen Anwendungen eine große Rolle. Gerade wenn bisher noch wenig digital gearbeitet wurde, ist es entscheidend, dass der Einstieg niedrigschwellig ist und die Beteiligten sich selbst als kompetent erfahren können.

#### Eine Organisation ist nur so digital wie ihre Ehrenamtlichen

Für den Digitalisierungsgrad einer Organisation sind die digitalen Kompetenzen ihrer Mitglieder und Ehrenamtlichen ausschlaggebend. In vielen der Interviews wurde deutlich, dass diese Kompetenzen meist aus anderen Lebenskontexten mitgebracht und in den Verein getragen werden. Eine Person hat ein Informatikstudium absolviert, eine andere Person ist Jurist oder Juristin mit Expertise für Datenschutz, eine dritte nutzt privat gern soziale Medien. Die beruflichen, aber auch privaten Hintergründe der Vereinsmitglieder sind also ein wesentlicher Faktor für die Implementierung und Nutzung digitaler Anwendungen. Das gilt sowohl für die Initiierenden als auch für die gesamte Organisation: Die Einführung einer Messenger-Gruppe funktioniert weitaus besser, wenn die Ehrenamtlichen auch sonst mit WhatsApp oder Threema vertraut sind, und digitale Sitzungen sind kein Problem, wenn die Ehrenamtlichen dies aus ihrem Berufsleben ohnehin schon gewöhnt sind. Ob diese Kompetenzen und Bezüge in einer Organisation gegeben sind, hängt vom Berufs- und Bildungshintergrund, aber ebenso vom Alter und anderen individuellen Faktoren der Ehrenamtlichen ab.

Engagierte bringen nicht nur Kompetenzen aus anderen Lebenskontexten mit, sondern steuern auch private Laptops, Software und Lizenzen bei. Da häufig kein Budget für Digitales in den Organisationen vorhanden ist, wird mit privaten Mitteln gearbeitet. Über alle Organisationen hinweg sind diese Voraussetzungen, also sowohl die individuellen Kompetenzen als auch die materiellen Ressourcen, ungleich verteilt. Gerade wenn individuelle Ressourcen weniger gegeben sind, werden strukturelle oder externe Unterstützungsangebote umso wichtiger.

### Lokale Unterstützungsstrukturen

Viele Aktivitäten und Projekte von Vereinen wären ohne die Unterstützung der jeweiligen Kommunen deutlich schwerer umzusetzen. Dafür wurden in den geführten Interviews viele Beispiele genannt: Manche Gemeinden bieten ihren Vereinen finanzielle Unterstützung an oder stellen Räume zur Verfügung, andere verleihen Stehtische, Stühle und Workshop-Material oder organisieren Vernetzungstreffen für Interessengruppen. Gleiches gilt auch für die Umsetzung digitaler Vorhaben. In den Interviews erzählen Vereine von Hard- und Software, die sie ausleihen können oder der Nutzung von Räumen, die mit WLAN ausgestattet sind und somit Online-Veranstaltungen ermöglichen.

Neben den Kommunen bieten auch andere lokale Akteure maßgeblich Unterstützung für die Vereine. Welche Einrichtungen Hilfestellung anbieten ist regional sehr unterschiedlich und oft historisch gewachsen: In manchen Orten sind es Kirchengemeinden, in anderen die Freiwilligenagenturen oder einzelne Akteure mit großer Strahlkraft. Diese Unterschiede in den lokalen Unterstützungsangeboten machen deutlich, dass das jeweilige Umfeld, in dem Organisationen tätig sind, einen starken Einfluss auf das Gelingen von Digitalisierungsvorhaben hat. Dabei spielen sowohl die sozioökonomische Lage der Region als auch das soziale Kapital der einzelnen

Organisationen, in Form von Hilfsbereitschaft oder bestehenden Netzwerken, eine entscheidende Rolle.

## 5.2 Digitalisierungsbarrieren

### Mangelnde Ressourcen sind die größte Barriere

Häufig sind es analoge Tätigkeiten, wie das gesellige Beisammensein oder die Hilfe für Menschen an Ort und Stelle, die das eigene Engagement motivieren. Besonders wenn Vereinsaktivitäten einen Ausgleich zum Bürojob darstellen, beispielsweise in Sport- oder Musikvereinen, wollen Mitglieder ihren Kerntätigkeiten nachgehen und sich nicht mit einer Mitgliedersoftware oder Hallenbuchungssystemen beschäftigen. In anderen Fällen sind die Mitglieder zwar motiviert und haben auch Ideen, aber es fehlt ihnen schlichtweg die Zeit, digitale Projekte anzugehen. Insbesondere wenn eine Person allein verantwortlich für Digitales ist, werden die Kapazitäten schnell knapp. Neue Projekte oder Ideen bleiben dann auf der Strecke.

*„Ich habe zwischenzeitlich eine Facebook-Seite aufgesetzt und dachte, dass man über Instagram auch mal was Cooles machen könnte, aber die Zeit ist einfach nicht da.“*

Verein für Bevölkerungsschutz

## Digitalisierungsbarrieren nach Raumtypen

Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen über Digitalisierungsbarrieren zu?

n = mind. 2.379 | Angaben in Prozent

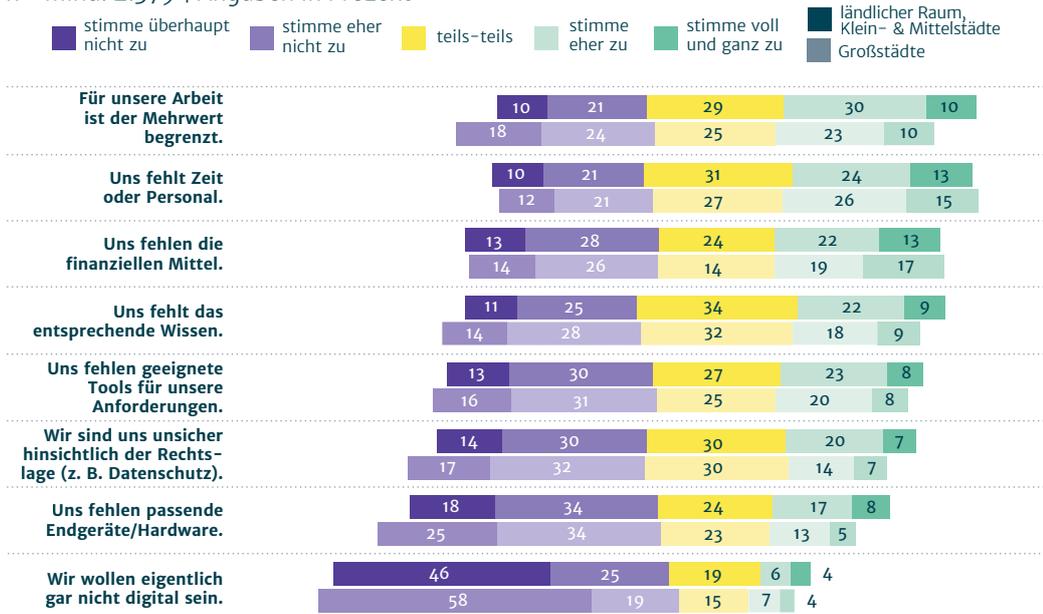


Abb. 14

### Oft fehlt Budget für Digitales

Vielen Vereinen (35 Prozent) fehlen die finanziellen Mittel, um die Digitalisierung in ihrer Organisation voranzubringen (vgl. Abb. 14). 78 Prozent der befragten Organisationen haben kein gesondertes Budget für Digitales, in sehr ländlichen Regionen mit niedrigem sozioökonomischem Status sind es sogar 87 Prozent.

Der finanzielle Mangel drückt sich auf unterschiedliche Art und Weise aus: 36 Prozent geben beispielsweise an, dass die Finanzierung von Abo-Modellen ein Problem darstellt. Kontinuierliche Kosten widersprechen sich oft mit den punktuellen Einnahmequellen der Vereine wie Spenden oder begrenzten Fördermitteln. Daher sind einmalige Zahlungen leichter abzuwickeln. Fehlende Hardware ist ebenfalls eine Barriere, jedoch nur für 20 Prozent (vgl. Abb. 14). Ein Grund für diesen geringen Wert mag aber auch sein, dass Ehrenamtliche häufig mit ihren privaten Geräten arbeiten und dies auch kein Problem für sie darstellt. In den Interviews hat sich zusätzlich gezeigt, dass die Entlohnung eines externen Dienstleisters oder einer digitalisierungsbeauftragten Person für viele Organisationen nicht finanzierbar ist, gleichzeitig aber die einzige Möglichkeit wäre, aufwendige Digitalisierungsprojekte umzusetzen.

Neben der Problematik fehlender finanzieller Mittel, zeigen die Interviews, dass zudem wenig Wissen über Förderungen und Subventionen für die Anschaffung von Hard- oder Software sowie die Finanzierung von Dienstleistungen vorhanden ist. Diese Arten von Förderungen sind durchaus vorhanden, insbesondere kleineren Organisationen fehlt jedoch der Kontakt zu Netzwerken und Förderstrukturen, in denen relevante Informationen dazu verbreitet werden. Erschwerend kommt hinzu, dass Ressourcen fehlen, um Anträge zu stellen oder langwierige Formulare für Förderungen auszufüllen. Die finanziellen Lücken sind somit teilweise auch Wissenslücken oder deuten auf einen bestehenden personellen und zeitlichen Ressourcenmangel hin.

*„Das kriegt [einer unserer Aktiven] gar nicht hin. Der kann mit der Kettensäge umgehen, aber E-Mails schreiben und sowas – das ist nicht sein Ding.“*

*Verein für ländliche Entwicklung*

### Mangelhafte Kompetenzen, fehlendes Wissen

Ein Viertel der befragten Organisationen gibt an, dass in ihrer Organisation Wissen und Kompetenzen zum Thema Digitalisierung fehlen. Je höher das Durchschnittsalter der Ehrenamtlichen, desto häufiger wird dieses Problem genannt. Dieser Mangel kann in vielerlei Hinsicht zur Herausforderung werden: Zunächst erfordert es Wissen und Kompetenz, die richtigen, bedarfsorientierten digitalen Lösungen auszuwählen. 27 Prozent der befragten Organisationen geben an, dass ihnen geeignete digitale Anwendungen für ihren Bedarf fehlen (vgl. Abb. 14). Dieses Ergebnis deutet weniger auf den Mangel an passenden Lösungen hin, sondern vielmehr auf fehlende Kapazitäten, aus der Vielzahl digitaler Lösungen die richtigen auszuwählen. Das wurde in vielen der geführten Interviews deutlich. Hat sich die Organisation dann für passende Anwendungen entschieden, erfordert deren Nutzung wiederum Kompetenzen aufseiten der Ehrenamtlichen und Mitglieder: Sind sie es nicht gewöhnt, mit digitalen Techniken zu arbeiten, wird deren Einführung die Zusammenarbeit zunächst eher erschweren als erleichtern. Auf dieses Problem stoßen Organisationen mit älteren Mitgliedern und Ehrenamtlichen besonders häufig.

Es kann gar nicht oft genug betont werden, wie entscheidend die individuellen Kompetenzen der Ehrenamtlichen für die Digitalisierung des Ehrenamts sind. Allerdings kann die Annahme, dass es an Kompetenzen mangelt, insbesondere bezogen auf ältere Menschen, oft ein unzutreffendes Vorurteil sein: Andere Studien zeigen, dass insbesondere die Generation ab 70 die größten Entwicklungssprünge hinsichtlich ihrer digitalen Kompetenzen macht (Initiative D21, S.48). Als Argument, keine digitalen Initiativen zu wagen, kann der angenommene Kompetenzmangel deshalb nicht gelten.

### Große Hürde: Datenschutz

Viele ehrenamtliche Organisationen sind besorgt, im digitalen Umfeld nicht gesetzeskonform zu handeln. Für 25 Prozent ist die Unsicherheit, ob die genutzten digitalen Werkzeuge der Rechtsnorm entsprechen, eine Barriere, digitale Aktivitäten überhaupt aufzunehmen (vgl. Abb.14). Die Erneuerung der DSGVO 2018, in der die Rechtsgrundlagen der Datenverarbeitung, die Rechte der Betroffenen und die Pflichten der Verantwortlichen neu geregelt wurden, wirkt als besondere Digitalisierungsbremse in den Vereinen. Ehrenamtliche berichten, dass WordPress-Webseiten wieder vom Netz genommen werden, Fotos von Veranstaltungen nicht mehr in sozialen Medien gepostet werden und hinsichtlich der Speicherung von Mitgliederdaten viele Fragen aufkommen.

Einerseits ist die Unsicherheit hinsichtlich der DSGVO groß, andererseits wird die Verordnung auch teils instrumentalisiert und als Argument gegen digitale Initiativen eingesetzt. Sobald etwas als nicht DSGVO-konform gelten könnte, bremsen manche Verantwortliche, die vielleicht ohnehin der Digitalisierung skeptisch gegenüberstehen, digitale Vorhaben schnell aus. Wenn die Organisation keine juristische oder ähnliche Expertise besitzt, lassen sich diese Hürden schwer überwinden.

Doch nicht nur die DSGVO ist eine rechtliche Herausforderung für Vereine. Gerade für kleinere Vereine sind Finanzrichtlinien, die gesetzlichen Bestimmungen für Hauptversammlungen oder die Unterzeichnung von Protokollen ein großer bürokratischer Aufwand. Die Verlagerung dieser Tätigkeiten ins Digitale ist mit so vielen rechtlichen Unsicherheiten verbunden, dass dieser Versuch von einigen Vereinen trotz vermehrtem Druck während der COVID-Pandemie gar nicht erst unternommen wurde und wird.

*„Es gibt immer noch Menschen, die stolz darauf sind, kein Handy und keine E-Mail-Adresse zu haben.“*

*Pfarrgemeinde*

### Digitalisierungsskepsis versus fehlender Mehrwert

Gerade in traditionsreichen Vereinen ist die Tendenz, den Status Quo beizubehalten, groß. Eine Idee oder Initiative bleiben häufig wirkungslos, wenn sie auf Ablehnung und fehlende Motivation bei den Ehrenamtlichen stößt oder der Vorstand sich dagegenstellt. Unter dem Anspruch, niemanden zurücklassen zu wollen und der Sorge, dass Offliner sich zurückziehen, werden digitale Innovationen abgelehnt oder mit den Argumenten „unsicher“, „neumodisch“, „unnötig“ oder „nichts für uns“ abgewunken. Dahinter steht in einigen Fällen eine generelle Digitalisierungsskepsis, die dann beispielsweise mit einer Art ‚Recht auf das analoge Leben‘ untermauert wird. Manchmal sind aber auch negative persönliche Erfahrungen Ursache einer solchen Haltung, wie in den Interviews erzählt wurde: Ehrenamtliche berichten von der Veröffentlichung privater Fotos, schlechten Schulungen, einer chaotischen Informations- und Weiterbildungslandschaft, Überforderung durch plötzlich eingeführte digitale Technologien oder der Konfrontation mit Falschinformationen. Trotzdem stimmt der Aussage „Wir wollen gar nicht digital sein“ nur eine Minderheit von 10 Prozent der Organisationen zu. Die Aussage „Digitalisierung hat für uns einen begrenzten Mehrwert“ bestätigen hingegen 36 Prozent der befragten Organisationen und weitere 25 Prozent stimmen teilweise zu (vgl. Abb.14).

Klar ist: Digitalisierung ist kein Selbstzweck und ihr Nutzen muss in jedem Verein geprüft werden. Die Digitalisierung gewinnt besonders dann an Bedeutung, wenn dadurch übergeordnete Vereinsziele erreicht werden (vgl. Thiel und Mayer, 2009). Bei Vereinen mit einem kleinen Verwaltungsüberbau und rein analogen Kerntätigkeiten ist der Mehrwert digitaler Anwendungen begrenzt. Dennoch bleibt die Frage offen, ob in manchen Fällen der Mehrwert nicht gesehen wird oder ob er tatsächlich nicht besteht.

### Verstetigung und Strukturierung als große Herausforderung

Idealerweise verläuft die Einführung digitaler Anwendungen strukturiert: Auf eine Bedarfsanalyse folgt eine Abwägung von Vor- und Nachteilen. In der Realität nutzen viele Engagierte die naheliegendste und praktikabelste Lösung, die vielleicht zunächst nur als Provisorium gedacht war, sich dann aber doch verstetigt. Digitale Lösungen werden dort eingeführt, wo sie gerade am dringendsten gebraucht werden. Verlässt die Person, die die Lösung eingeführt hat, die Organisation oder möchte diese Person sich aus ihrer Verantwortlichkeit für Digitales zurückziehen, werden häufig die bereits aufgebauten Lösungen und Prozesse nicht weiter genutzt. Aufgrund der Rahmenbedingungen, unter denen Ehrenamtliche oft arbeiten – wie geringe zeitliche Kapazitäten und eine hohe Fluktuation unter den Engagierten – ist es oft sehr schwierig, Prozesse zu verstetigen und längerfristige Digitalisierungsstrategien aufzusetzen.

*„Es muss immer Regelmäßigkeit geben und wenn es einmal im Monat ist oder alle zwei Monate, aber das ist ja nicht mal eben erstellt, sondern es ist halt viel Arbeit.“*

Musikverein

## 5.3 Einfluss der sozioökonomischen Lage auf die Organisationen

### Barrieren werden stärker wahrgenommen

Organisationen, die in ländlichen Regionen mit schlechter sozioökonomischer Lage ansässig sind, empfinden fast alle Barrieren bei der Einführung digitaler Anwendungen stärker als diejenigen Organisationen, die in ländlichen Regionen mit guter sozioökonomischer Lage oder in Städten angesiedelt sind. Das gilt besonders für finanzielle Barrieren sowie Probleme bei der technischen Ausstattung, aber auch für Barrieren im Wissens- und Kompetenzbereich. So geben 45 Prozent der Organisationen in sehr ländlichen Regionen, geprägt von einer schlechten sozioökonomischen Lage, an, dass ihnen finanzielle Mittel für die Digitalisierung fehlen. Bei guter sozioökonomischer Lage der Region sind es hingegen nur 27 Prozent (vgl. Abb. 15). Ähnlich ist die Verteilung bei anderen finanzbezogenen Barrieren wie der Finanzierung von Abo-Modellen für Software, der Beschaffung von Hardware oder veralteter Technik.

Auch Expertise und Know-how fehlen besonders bei Organisationen in sozial und wirtschaftlich schlechter aufgestellten Regionen: 44 Prozent der Organisationen in diesen Regionen geben an, dass Wissen fehlt, gegenüber 34 Prozent in Regionen mit guter sozioökonomischer Lage.

### Digitalisierungsbarriere „Fehlen finanzieller Mittel“ nach Raumtypen

Wie sehr stimmen Sie der Aussage „Uns fehlen die finanziellen Mittel zur Digitalisierung“ zu?

n = mind. 2.462 | Angaben in Prozent, Raumtypen nach Thünen

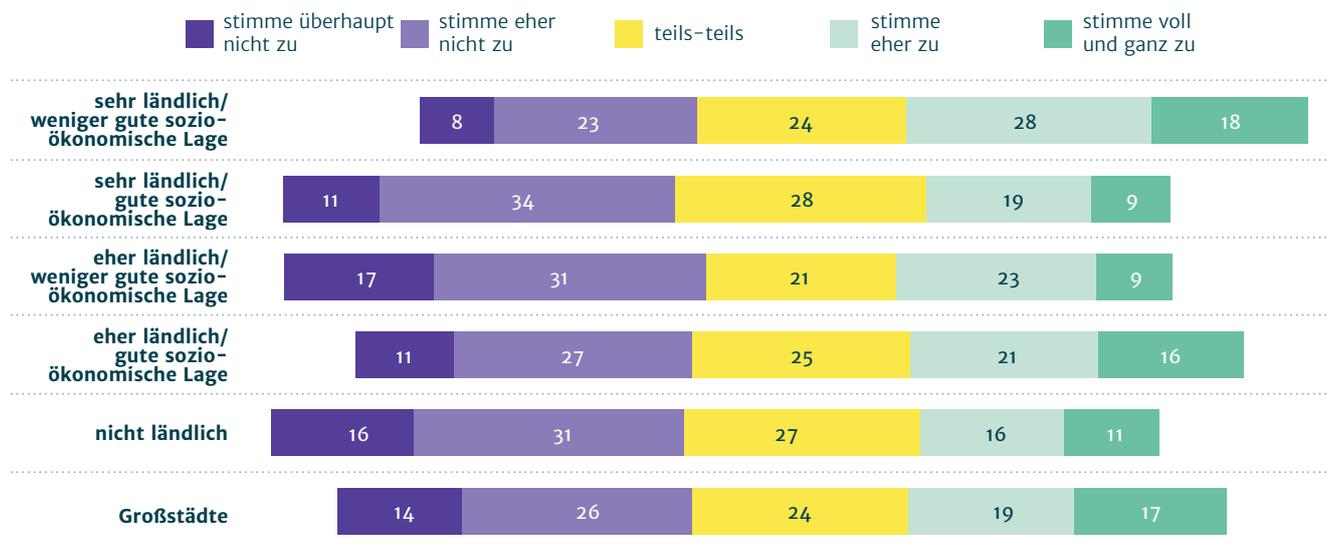


Abb. 15

### Fehlende Infrastruktur erschwert die ehrenamtliche Arbeit

Diese Unterschiede machen deutlich, dass weniger die Ländlichkeit, sondern vor allem die soziale und wirtschaftliche Lage der Region Auswirkungen auf die Digitalisierung in Vereinen hat. Ein wesentlicher Faktor ist hierbei die Infrastruktur, die ehrenamtliche Organisationen von ihren Kommunen zur Verfügung gestellt bekommen. So erzählen Vereine aus ökonomisch besser gestellten Gemeinden, dass sie technische Ausstattung wie Beamer oder Laptops sowie öffentliche Räumlichkeiten mit WLAN für ihre Aktivitäten nutzen können. In Gemeinden, die wirtschaftlich schlechter dastehen, kann diese Unterstützung häufig nicht geboten werden, was zur Folge hat, dass Vereine selbst für ihre technischen und digitalen Bedarfe finanziell aufkommen müssen, wofür aber die notwendigen Mittel fehlen. Auch private Technik sowie Wissens- und Kompetenzressourcen bei den Engagierten dürften in Regionen mit guter sozioökonomischer Lage eher vorhanden sein. Da diese Regionen insgesamt von höheren Einkommen, hohen Bildungsabschlüssen und dem Zuzug junger Menschen geprägt sind, fließen hier private Mittel eher ins Ehrenamt als anderswo.

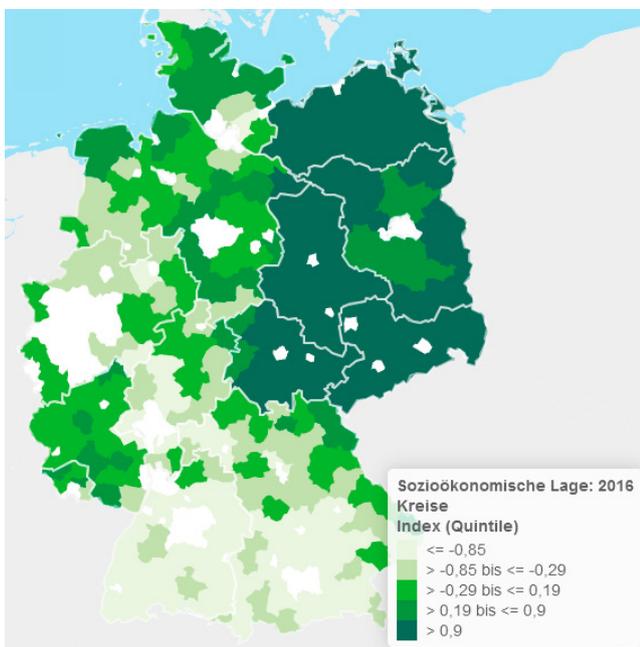


Abb. 16 – Sozioökonomische Lage auf Kreisebene

Quelle: Thünen-Landatlas, Ausgabe 21/12/2022.

Hrsg.: Thünen-Institut Forschungsbereich ländliche Räume, Braunschweig ([www.landatlas.de](http://www.landatlas.de))

Überraschend ist, dass zwar die Wahrnehmung von Digitalisierungsbarrieren der Organisationen in Regionen mit sozial und wirtschaftlich schlechterer Lage deutlich stärker ausgeprägt ist, diese Unterschiede sich jedoch nicht auf den Digitalisierungsgrad auswirken: Digitale Kanäle, Kommunikationsmedien und Programme werden in wirtschaftlich und sozial schlechter aufgestellten Regionen genauso vielfältig und häufig genutzt wie in gut aufgestellten Regionen. Das mag einerseits daher kommen, dass viele Programme kostenfrei nutzbar sind, sich also finanzielle Barrieren nicht auf die Nutzung von Software niederschlagen. Andererseits lässt sich annehmen, dass Vereine insgesamt Barrieren stärker wahrnehmen, wenn die lokalen Rahmenbedingungen weniger unterstützend sind. Wenn eine Region von Problemen wie Arbeitslosigkeit, niedrigen Löhnen, niedrigen Bildungsabschlüssen und Abwanderung gekennzeichnet ist, erschwert dies auch die ehrenamtliche Arbeit und stärkt die Wahrnehmung von Herausforderungen. Gestützt wird diese These durch weitere Ergebnisse der Studie: Organisationen in sozial und wirtschaftlich schlechter aufgestellten Regionen kämpfen deutlich stärker mit standortbezogenen Herausforderungen wie sinkenden Einwohnerinnen- und Einwohnerzahlen, der Abwanderung junger Bevölkerung und der damit in Verbindung stehenden Alterung der Bevölkerung. Auch hier zeigt sich, dass diese demografischen und regionalen Entwicklungen nicht alle Vereine in ländlichen Räumen betreffen, sondern vorwiegend solche in schlechter sozioökonomischer Lage.

## 6 Effekte der COVID-Pandemie auf die Digitalisierung des ländlichen Ehrenamts

### 6.1 Auswirkungen der Pandemie auf Vereinsaktivitäten

Während der COVID-Pandemie haben so gut wie alle Vereine negative oder sehr negative Auswirkungen auf ihre Vereinsaktivitäten gespürt (vgl. Abb. 17). Die Kontaktbeschränkungen haben zu starken Beeinträchtigungen geführt. Teilweise konnten Ehrenamtliche ihre Tätigkeiten nicht fortführen, da sie selbst zur Risikogruppe gehören.

*„Es hat sich jeder selbst geschützt.“*

*Verein für Geflüchtetenhilfe*

So fielen sowohl externe Angebote weg als auch interne Aktivitäten. Veranstaltungen, die für viele Organisationen das zentrale Geschäft waren und auf die sie oft langfristig hingearbeitet haben (z. B. Karnevalsumzüge oder Konzerte), konnten nicht stattfinden. Nur drei von zehn Organisationen konnten ihre Aktivitäten wie gewohnt weiterführen, wobei dies vorwiegend für Organisationen der Fall war, die landes- oder bundesweit tätig sind. Bereits vor der Pandemie bestand für viele Vereine die Herausforderung, geeignete Räumlichkeiten

zu finden. Während der Pandemie verstärkte sich diese Problematik noch, da für die Einhaltung der Hygienemaßnahmen mehr Raum gebraucht wurde. Verbände erlebten in dieser Zeit starke zusätzliche Belastungen, da sie für ihre Mitgliedsvereine zur zentralen Informationsstelle für die Beantragung von Corona-Hilfen und die Erstellung von Hygienekonzepten wurden.

#### Verlust von älteren Engagierten

Obwohl die Kontaktbeschränkungen im zweiten Jahr deutlich gelockert wurden und Aktivitäten wieder stattfinden konnten, blieb das Engagement vieler aktiver Mitglieder und Ehrenamtlicher weiterhin aus. Einige Vereine berichteten, dass viele Ehrenamtliche während der Pandemie wohl merkten, dass „es auch ohne das Engagement“ ging und die zurückgewonnene Freizeit für viele einen unverhofften Gewinn darstellte. Insbesondere ältere Engagierte kamen oft nicht wieder ins Engagement zurück. Vereine, deren Ehrenamtliche zwischen 60 und 80 Jahren einen zentralen Bestandteil aller Engagierten ausmacht, hatten also am meisten mit der ausbleibenden Rückkehr ihrer ehemals Aktiven zu kämpfen.

### Auswirkung der COVID-Pandemie auf das Vereinsleben

Wie hat sich die Corona-Pandemie auf die Aktivitäten in Ihrer Organisation ausgewirkt?

*n = mind. 2.676 | Angaben in Prozent, Raumtypen nach Thünen*

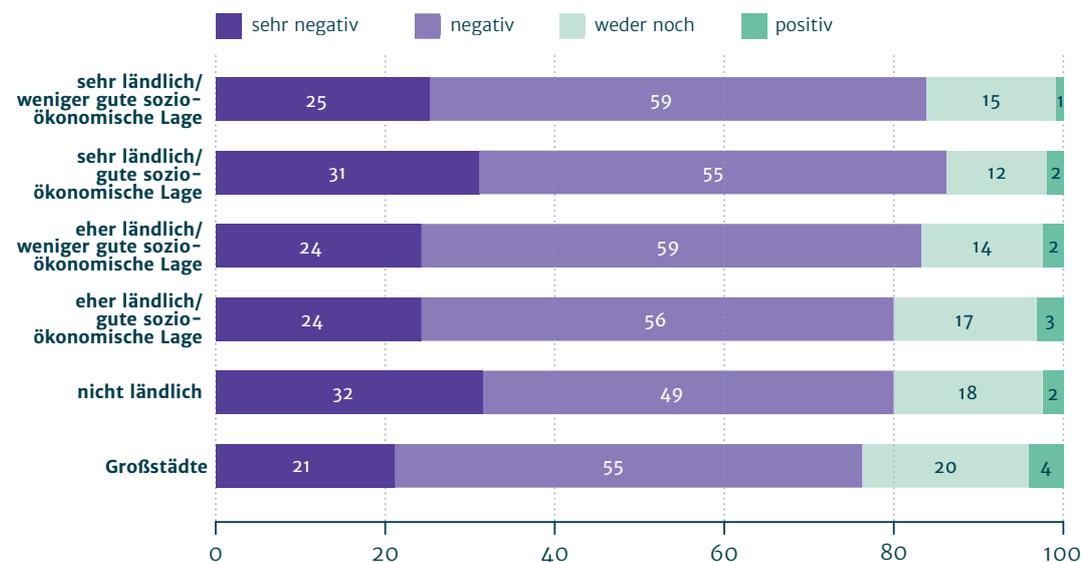


Abb. 17

Vereine mit jüngeren Zielgruppen oder sehr aktiven Digitalverantwortlichen bemühten sich oftmals darum, digitale Veranstaltungen zu organisieren, um den Kontakt zu den Mitgliedern und Engagierten aufrechtzuerhalten. Teilweise wurden die Vereinsaktivitäten auch mit reduzierter Teilnehmerszahl durchgeführt, sodass es trotz Restriktionen möglich war, einige Aktivitäten aufrechtzuerhalten. Administrative Aufgaben wurden weitestgehend trotzdem ausgeführt, während die analogen Treffen mit vielen Menschen ausfallen mussten. Die Sommermonate 2020 und 2021 gelten als Zeitfenster, in denen Aktivitäten wie üblich möglich waren und Angebote unter Berücksichtigung der Hygiene-Maßnahmen realisiert werden konnten. Besonders Vereine, die Aktivitäten im Freien durchführen konnten, gaben an, weniger unter den beschränkenden Maßnahmen gelitten zu haben. Auch führten einige Vereine ihre Vorstandsversammlungen im Freien durch und konnten so die Beschränkung umgehen, sich nicht in geschlossenen Räumen treffen zu dürfen. Obwohl das Anpassen der Angebote und Aktivitäten für die meisten Organisationen sehr aufwendig war, erlebten einige Vereine sogar eine höhere Spendenbereitschaft, da Zielgruppen dankbar waren, dass überhaupt etwas angeboten wurde.

### Vereine waren unterschiedlich stark betroffen

Verschiedene Faktoren beeinflussten die Auswirkungen der COVID-Pandemie und die damit einhergehenden Restriktionen auf das Vereinsleben. Dabei spielten die Organisationsgröße und dazugehörige Ressourcen eine Rolle: Mittelgroße Vereine, die zwischen 40 und 150 Mitgliedern haben, waren am schwersten von der Pandemie betroffen. Den kleinen Organisationen mit weniger als zehn Mitgliedern und den großen mit über 200 Mitgliedern scheint es hingegen besser gegangen zu sein. Interne Strukturen und der Professionalisierungsgrad der Organisationen haben während der COVID-Pandemie jedoch einen noch stärkeren Einfluss gehabt als die Größe: Hatte ein Verein zum Beispiel hauptamtliche Mitarbeitende, die weiterhin ihren Tätigkeiten im Home-Office nachgehen konnten oder gab es bereits vor COVID digitale Kommunikationsmittel, erleichterte das den Umgang mit den Beschränkungsmaßnahmen während der Pandemie.

Ein weiterer Faktor war der jeweilige Engagementbereich und das konkrete Tätigkeitsfeld: Musikvereine sowie

Kirchengemeinden und andere religiöse Vereinigungen fühlten sich von den Maßnahmen am meisten eingeschränkt, dicht gefolgt von Vereinen aus Freizeit- und Geselligkeit sowie Kultur- und Medien. Es zeigt sich, dass die Vereine, in denen das analoge Zusammenkommen zentral ist – sei es im Musikunterricht oder auf lokalen Veranstaltungen – am meisten unter den Bedingungen während der Pandemie gelitten haben. Hierbei ist interessant, dass Kirchengemeinden die Umstände während der Pandemiezeit nicht positiver als andere Organisationen wahrgenommen haben, obwohl Gottesdienste im Vergleich zu anderen Veranstaltungen noch erlaubt waren. In einigen Sportbereichen, wie Tennis, erlebten die Vereine sogar einen Aufschwung, da diese Sportart während der Pandemie anders als Kontaktsportarten weiterhin erlaubt war und viele Personen die plötzlich gewonnene Freizeit nutzen wollten.

Die räumliche Verortung der Ehrenamtsorganisationen spielte im Gegensatz zur Größe der Organisation, dem Professionalisierungsgrad und dem Tätigkeitsbereich als Einflussfaktor keine Rolle: Ländliche Vereine hatten es während der COVID-Pandemie weder leichter noch schwerer als städtische Vereine. Während der COVID-Pandemie gab es je nach Bundesland unterschiedliche Maßnahmen und Beschränkungsvorschriften, die das Vereinsleben beeinflussten. Zusätzlich sind Engagementförderstrukturen teils föderalistisch organisiert, sodass es vielfältige Faktoren gab, die ehrenamtliche Organisationen während der COVID-Pandemie beeinflussten. Aus der Befragung lassen sich jedoch keine deutlichen Unterschiede in der Auswirkung der Pandemie auf Bundesländer-Ebene finden.

## 6.2 Einsatz digitaler Technologien während der Pandemie

Die Mehrheit der Organisationen hat während der Pandemie neue digitale Technologien eingesetzt. Dabei waren es vor allem Videokonferenzanwendungen wie Zoom oder Messenger-Dienste, die das Vereinsleben in Zeiten der Isolation unterstützt haben. Vorstandssitzungen wurden als erstes (und manchmal auch einziges) Veranstaltungsformat digital umgesetzt. Hybrid-Veranstaltungen wurden konzipiert, um einander zu schützen und Hygieneauflagen oder Reiserestriktionen einhalten zu können. Vereinsstammtische oder vereinübergreifende Stammtische haben stellenweise online

stattgefunden. Eine Herausforderung war für Organisationen, unter der Vielzahl von Anbietern, von z. B. Videokonferenzanwendungen, und vor dem Hintergrund verschiedener persönlicher Erfahrungswerte, das für die eigene Organisation passende Produkt auszuwählen. Für die Auswahl, Einrichtung und Benutzung wurden teils neue digitale Kompetenzen bei den Engagierten erforderlich. Es wurden viele kreative Ideen entwickelt, um mit den Mitgliedern und Engagierten Kontakt halten zu können. Die Interviewpartnerinnen und -partner berichteten zum Beispiel von einer Foto-Challenge vom verrücktesten Weihnachtsbaum, digitalen Quizabenden oder Weinverkostungen, die als Ersatz für das Schwimmtraining ins Leben gerufen wurden. Dies zeigt, dass Vereine ihre Tätigkeiten teils unabhängig von ihrem Organisationszweck anzupassen wussten, um weiterhin einen Austausch untereinander zu ermöglichen.

### COVID-Pandemie als Digitalisierungs-Katalysator

Die ersten Schritte waren jedoch schwierig und es waren Zeit und Ressourcen nötig, um alle Mitglieder und Engagierte an neue Anwendungen wie Zoom heranzuführen. Auch wenn der Kontakt zueinander über Videokonferenzanwendungen aufrechterhalten wurde, fehlte es vielen an der Geselligkeit und am Beisammensein – für die meisten Engagierten, die Hauptmotivation ihres Ehrenamts.

*„Durch Corona hat die Digitalisierung so einen Schub gekriegt, dass man jetzt einfach die Vorteile besser erkennt und nutzt.“*

*Ehrenamtlich geführter Fair-Trade-Laden*

Weniger als 20 Prozent aller Organisationen setzten keine digitalen Technologien während der COVID-Pandemie ein, wobei dies deutlich häufiger von Organisationen in ländlichen Regionen, Klein- und Mittelstädten (17 Prozent) angegeben wurde als von denen, die in den Großstädten (6 Prozent) liegen. Zusätzlich spielte wiederum die Altersstruktur der Organisationen eine tragende Rolle: Je älter die ehrenamtlichen und hauptamtlichen Mitarbeitenden, desto eher wurden keine neuen digitalen Technologien eingesetzt. Organisationen mit jüngeren Altersstrukturen verlegten am ehesten ihre Tätigkeiten komplett in den digitalen Raum.

## 6.3 Wie hilfreich waren digitale Technologien während der Pandemie?

Insgesamt fanden 85 Prozent aller Organisationen den Einsatz digitaler Technologien zumindest teilweise hilfreich. Über die Hälfte der Organisationen in Großstädten hat den Einsatz digitaler Technologien während der COVID-Pandemie als sehr oder äußerst hilfreich empfunden. In ländlichen Räumen waren dagegen weniger als 40 Prozent der Auffassung, dass die Nutzung digitaler Technologien sehr oder äußerst hilfreich war. Es scheint, je ländlicher die Umgebung der Vereine, desto weniger wurden digitale Mittel während der Pandemie als hilfreich empfunden.

Ein positiver Aspekt der COVID-bedingten Digitalisierung vieler Vereine war die damit einhergehende Flexibilisierung des Engagements: Durch die Umstellung von Sitzungen oder anderen Vernetzungstreffen von analog auf digital wurde es für bestimmte Personengruppen wie Eltern oder beruflich stark eingebundene Personen leichter, das Engagement an ihre Lebensrealitäten anzupassen. Vereine, die diese Erfahrungen positiv bewerteten, waren eher dazu bereit, die digitalen Technologien auch nach der Pandemie beizubehalten. Außerdem wurde für viele Engagierte durch die Digitalisierung von Veranstaltungen erstmals die Teilnahme an weit entfernten Veranstaltungen möglich, was zu einer Verbesserung der Vernetzung und des Austausches im Ehrenamt geführt hat.

## 7 Chancen und Risiken digitaler Technologien für das ländliche Ehrenamt

Die Engagierten beobachten positive und negative Veränderungen in der Engagementpraxis, die durch die fortschreitende Digitalisierung ihres Engagements entstehen. Daraus wiederum ergeben sich Erkenntnisse zu den Chancen und Risiken digitaler Technologien für das ländliche Ehrenamt: zum Beispiel im Hinblick auf eine stärkere Vernetzung, die Überwindung räumlicher Distanzen, eine mögliche Verjüngung des Engagements – aber auch eine Veränderung der Verbindlichkeit, der Art zu kommunizieren und dem allgemeinen Engagementverhalten.

### 7.1 Potenzielle Chancen der Digitalisierung

#### Chancen wahrnehmen und umsetzen

Aus Sicht der ehrenamtlichen Organisationen bietet die Digitalisierung viele Chancen für das Ehrenamt: Insbesondere die Verbesserung der internen Kommunikation und Zusammenarbeit (ca. 75 Prozent), die Erhöhung des Bekanntheitsgrades, die zusätzlichen Möglichkeiten der Mitgliedergewinnung (ca. 65 Prozent), die Zeitersparnis (ca. 60 Prozent) und das Vermeiden von langen Wegen (ca. 55 Prozent) werden als vielversprechende Chancen wahrgenommen. Gleichzeitig ist das Verständnis von Chancen nicht überall gleichermaßen ausgeprägt: Einige Chancen werden in manchen Organisationen nicht wahrgenommen und in anderen Vereinen fehlt es an konkreten Ideen zum praktischen Einsatz digitaler Technologien, um bereits identifizierte Chancen umsetzen zu können.

Demgegenüber werden andere Potenziale der Digitalisierung des Ehrenamtes von den Engagierten noch als schwer greifbar empfunden: Weniger als die Hälfte der Organisationen sieht etwa eine Chance darin, dass Digitalisierung zu neuen Möglichkeiten des Engagements führen kann. Trends wie ortsungebundenen, digitales Engagement erscheinen vielen Organisationen noch zu abstrakt und nicht anwendbar auf den Vereinsalltag, obwohl bereits jetzt gute Erfahrungen mit projekt- oder themengebundenem Engagement gemacht werden (vgl. BMFSFJ 2020; Simonson et al. 2019). Um digitale Technologien als tatsächliche Unterstützung für verschiedene

Engagementtätigkeiten einsetzen zu können, mangelt es derzeit noch an Ideen, Konzepten sowie Kompetenzen zum Einsatz technischer und digital basierter Lösungen.

Am wenigsten relevant erscheint die Möglichkeit, durch digitale Technologien finanzielle Ressourcen zu gewinnen (z. B. durch Crowdfunding): Weniger als ein Drittel aller Organisationen sieht darin eine Chance. In den mit Vereinen geführten Interviews wurde deutlich, dass digital gestützte Fördermöglichkeiten noch weitestgehend unbekannt sind oder nicht auf die Bedarfe kleinerer, wenig formalisierter Vereine zugeschnitten sind. Die finanziellen Quellen insbesondere kleiner Vereine sind demgegenüber bislang äußerst vielfältig, jedoch traditionell eher lokal und analog: Sie erhalten Geld durch Mitgliederbeiträge oder lokale Sponsorinnen und Sponsoren aus Kommunalverwaltung, Gemeinde und Wirtschaft.

Vor allem im ländlichen Ehrenamt scheint eine Diskrepanz zu bestehen zwischen den Möglichkeiten der Digitalisierung, die stets von Politik und Forschung hervorgehoben werden (vgl. Vallée und Lammers 2022; BMFSFJ 2020; Lobeck 2017), und den Chancen, die von Vereinen momentan erkannt und umgesetzt werden.

#### Zeit gewinnen

Durch den Einsatz digitaler Mittel erhoffen sich viele der befragten Organisationen Zeit zu sparen. Zeitmangel ist eine außerordentliche Herausforderung für das Ehrenamt: Verpflichtungen in der Erwerbsarbeit, Ausbildung oder Familie, konkurrierende Freizeitangebote oder mehrfaches Engagement beschränken das zur Verfügung stehende Zeitkontingent der Engagierten. Für die ehrenamtlichen Organisationen besteht die Hoffnung, mithilfe digitaler Technologien Kommunikationswege zu vereinfachen und die Arbeitsprozesse zu beschleunigen. Dabei wird das Potenzial digitaler Kanäle in der internen Kommunikation bereits ausgeschöpft, dem effizienten Einsatz stehen jedoch aktuell noch unterschiedliche digitale Kompetenzlevel und persönliche Präferenzen im Weg: Teilweise wird die Kommunikation sogar auf das jeweilige Mitglied oder eine Gruppe von Mitgliedern angepasst. Dennoch erreichen die Organisationen mit

digitalen Kanälen oft (noch) nicht alle ihre Mitglieder und Engagierten. Im Bereich der Möglichkeiten digitaler Zusammenarbeit besteht auch weiterhin eine Informationslücke über digitale Werkzeuge und sinnvolle, digitalisierte Abläufe.

### Verwaltungs- und satzungsbedingte Aufgaben verschlanken

Einen Abbau von Bürokratie und Verwaltung wünschen sich die befragten Organisationen an mehreren Stellen: Im Rahmen der herausfordernden Nachwuchsgewinnung gestaltet sich auch die (Nach-)Besetzung von satzungsgemäßen Rollen im Verein nicht zuletzt wegen des hohen bürokratischen Aufwands, der mit der Erfüllung dieser Rollen einhergeht, als schwierig. Dazu zählen Tätigkeiten wie Satzungsänderungen oder das Abhalten von Hauptversammlungen. Diese sind aufgrund des komplexen Vereinsrechts eher unbeliebte Aufgaben im Vereinsleben und schrecken insbesondere neue Engagierte schnell ab. Dabei bestehen für die Vereine hier durchaus Potenziale in der Digitalisierung ihrer Mitgliederverwaltung und bei der Erfüllung ihrer satzungsgemäßen Aufgaben: So könnten Berichte jeglicher Art vereinfacht werden, wenn Informationen digital oder sogar automatisiert abrufbar sind. Mittels einer digitalisierten Buchhaltung könnten Vereine Rechnungen digital erstellen und versenden, wodurch Zeit und Kosten eingespart würden. Die interviewten Vereine wünschen sich grundsätzlich digital gestützte Anwendungen, die die klassische Vereinsarbeit erleichtern. Der Wunsch, dass Satzungsänderungen statt persönlich beim Notar auch digital beantragt werden können, wird für eingetragene Vereine voraussichtlich schon ab Sommer 2023 Wirklichkeit (vgl. Bundesministerium der Justiz 2022). Die Organisationen wünschen sich, dass Gesetze und politische Rahmenbedingungen auch in Zukunft weiter an das heutige Vereinsleben angepasst und reformiert werden.

### Räumlichen Distanzen überbrücken

Mehr als die Hälfte aller Organisationen nimmt es als eine Chance wahr, durch digitale Technologien lange Wege vermeiden zu können. Durch die Möglichkeit, räumliche Distanzen zu überwinden, werden sowohl die regional übergreifende Vereinsarbeit als auch die (digitale) Teilnahme an Veranstaltungen wie Konferenzen oder Schulungen vereinfacht, die die Organisationen aufgrund begrenzter Zeit und finanzieller Ressourcen vorher nicht besuchen konnten.

Dieses Potenzial wird insbesondere für ländliche Räume oft betont (vgl. (Aseeva und Budanov 2020; Krimmer 2018; Krimmer et al. 2020). Allerdings agiert das Ehrenamt in eher ländlichen und sehr ländlichen Regionen – im Gegensatz zu in Großstädten ansässigen Vereinen – in der Praxis oft vorwiegend lokal, sodass selten große Distanzen überwunden werden (müssen). Trotzdem ist das Thema für ländliche Organisationen relevant: vorwiegend wenn Vereine überregionaler Verbandsstrukturen zugehörig sind und Online-Werkzeuge für Videokonferenzen die landes- oder bundesweite Verbandsarbeit unterstützen. Hier spielt es eine zentrale Rolle, dass ländliche Organisationen ihre Perspektive einbringen und somit auch aus peripheren Regionen am Diskurs, der oft in Metropolen stattfindet, teilnehmen können.

Die Befragung zeigt, dass durch die Digitalisierung für so gut wie alle Organisationen ein Mehrwert im Hinblick auf Austausch und Vernetzung entsteht, da ortsungebunden an themenspezifischen Veranstaltungen teilgenommen werden kann. Der vereinsübergreifende Austausch mit Organisationen aus dem gleichen Engagementbereich oder mit in der gleichen Region agierenden Vereinen (z. B. Vereinsstammtisch) sowie in Verbänden funktioniert bereits analog gut. Eine Übersetzung dieser Strukturen ins Digitale ermöglicht es den Organisationen jedoch, ortsungebunden gemeinsame Veranstaltungen durchzuführen, vereinsübergreifende Raumnutzungen zu koordinieren oder einander anderweitig zu unterstützen. Zusätzlich wird die Vernetzung mit Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sowie Engagementförderstrukturen erleichtert, was zu einer Erhöhung der Sichtbarkeit der Ehrenamtsorganisationen führt und im besten Fall die Erschließung neuer Förder-, Kooperations- und Weiterbildungsmöglichkeiten zur Folge hat.

### Nachwuchs gewinnen

Die mit Abstand größte Herausforderung aller ehrenamtlichen Organisationen ist der Mitglieder- oder Nachwuchsschwund. Somit sind die Gewinnung und Rekrutierung neuer Engagierter und Mitglieder essenzielle Aufgaben der meisten ehrenamtlichen Organisationen.

Die Mitgliedergewinnung durch digitale Technologien wird dementsprechend von 65 Prozent der Organisationen auch als Chance gesehen, jedoch als solche bislang nur selten genutzt. Dabei ist das Bewusstsein,

dass Kanäle wie Facebook und Instagram jüngere Zielgruppen erreichen können und deren Interesse für das jeweilige Thema wecken können, vorhanden.

*„Begeistern ist vielleicht schon zu hoch gegriffen, aber über Facebook und Instagram wollen wir zunächst mal das Interesse wecken bei Jugendlichen, sich mal mit dem Thema Musik auseinanderzusetzen.“*

*Musikverein*

Digitale Mittel werden bereits eingesetzt, um die Sichtbarkeit für die eigene Arbeit zu erhöhen oder in den sozialen Netzwerken mit Mitgliedern zu interagieren. In diesem Sinne werden zwar Veranstaltungshinweise oder Kontaktinformationen zur Verfügung gestellt, die interaktiven Elemente sozialer Medien jedoch eher selten genutzt. Um Aufrufe oder Engagementmöglichkeiten an organisationsfremde Menschen zu vermitteln, werden soziale Medien kaum eingesetzt. Es scheint häufig an verantwortlichen Personen zu mangeln, die kontinuierlich die Kanäle bespielen und diese auch moderieren. Zusätzlich fehlt ein klares Konzept, über interaktive digitale Kanäle potenziellen Nachwuchs für den Verein direkt zu adressieren und zu gewinnen. Es bräuchte also spezifisch für die Außenkommunikation Schulungen über den Einsatz und Umgang mit sozialen Medien und anderen Kommunikationsmitteln. Bereits hierfür könnten sich Vereine durch ortsungebundene Engagierte Expertise in die eigene Organisation holen, um z. B. ein erstes Konzept zu erstellen, (digitale) Inhalte vorzubereiten oder Kanäle aufzusetzen. Da die Akquise von Engagierten traditionell über den persönlichen Kontakt stattfindet, bietet dieser Aspekt noch unentdeckte Chancen für ehrenamtliche Organisationen.

### Engagement flexibler gestalten

Vereine erleben häufig, dass potenzieller Nachwuchs sich nicht längerfristig binden oder verantwortungsvolle Vereinsposten übernehmen möchte. Dies wurde auch in den Interviews gespiegelt. Der bundesweite Trend zu neuen Formen des Engagements, die eher kurzfristig, projektgebunden oder themenbezogen sind, ist also auch in ländlichen Regionen zu spüren (vgl. BMFSFJ 2020, S. 75 ff.).

Digitale Technologien ermöglichen es, das Engagement an verschiedene Lebensrealitäten und Zeitressourcen anzupassen. Durch die Dezentralisierung des Wissens und die Zusammenarbeit über das Internet, z. B. über E-Mail, Online-Speicher oder Wissensmanagementsysteme, können Ehrenamtliche ihr Engagement ortsungebunden und zeitlich flexibel ausüben. Die Teilnahme an abendlichen Online-Treffen erleichtert das Engagement für berufstätige Engagierte und Personen mit Kindern oder zu pflegenden Angehörigen. Aber auch für (ältere) Personen, deren Mobilität eingeschränkt ist oder die krankheitsbedingt nicht an persönlichen Treffen teilnehmen können, kann es attraktiv sein, ihr Engagement stärker online auszuüben.

Insbesondere projektgebundenes Engagement lässt sich durch digitale Mittel leichter realisieren, da durch soziale Medien oder ähnliche Plattformen auch das Interesse vereinsfremder Personen geweckt werden kann und für einzelne Aktionen zusätzliche Ressourcen entstehen. Dies ist jedoch auch mit einem kontinuierlichen Aufbau einer Online-Präsenz verbunden und bindet viel Zeit und Wissen, was für Vereine ein Problem darstellen kann.

Vereine haben oftmals Schwierigkeiten, klassische Rollen – wie beispielsweise die des Vorstands – nachzubestimmen. Eine Dezentralisierung der Aufgaben auf diverse Rollen könnte die Attraktivität der jeweiligen Rollen erhöhen, wodurch zusätzliche Hierarchien abgebaut werden. So hat z. B. ein Sportverein den Vorstand um mehrere Personen erweitert. Jedes Vorstandsmitglied hat seine einzigartige, klar abgesteckte Aufgabe und Rolle im Verein. Die anspruchsvolle Verantwortung soll durch hohe Flexibilität ausgeglichen werden, indem so viel wie möglich ortsungebunden erledigt werden kann: z. B. die Online-Durchführung von Vorstandssitzungen oder das digitale Unterschreiben der Protokolle. Zusätzlich haben die Vorstandsmitglieder viel Flexibilität, um Auf- und Ausbau der Angebote und Vereinsabläufe zu gestalten. Es gibt zwar eine Person, die dem Vorstand vorsitzt, Entscheidungen werden aber gemeinschaftlich getroffen und innerhalb der Organisation werden Hierarchien eher ab- als aufgebaut. Der Vorstand hat seit diesen Veränderungen einen Altersdurchschnitt von unter 30 Jahren und deutlich mehr Bewerberinnen und Bewerber für die Positionen im Vorstand. Digitalisierung vereinfacht hier die Dezentralisierung und Flexibilisierung von Aufgaben erheblich.

### Chancen adressieren unterschiedliche Akteure

Zusammenfassend wird deutlich: Die Digitalisierung und der Einsatz digitaler Mittel bieten viele Chancen, auch für die Herausforderungen des ländlichen Ehrenamts. Einige Möglichkeiten werden bereits erkannt und von den Engagierten proaktiv in das Vereinsleben eingebracht. Andere Chancen sind eher im Strukturellen (z. B. im Vereinsrecht, Veränderungen des allgemeinen Engagementverhaltens) verortet, was zu Veränderungen innerhalb der Zivilgesellschaft führen muss und im Dialog mit der Politik angegangen werden muss. Hinzu kommt, dass einige Chancen – zum Beispiel ortsungebundenes Engagement zu ermöglichen, um Ehrenamtliche zu gewinnen – zwar erkannt wurden, aber noch zu abstrakt sind, als dass ehrenamtliche Organisationen sie aufgreifen und umsetzen könnten.

## 7.2 Potenzielle Risiken der Digitalisierung

Neben den Chancen gibt es auch Risiken, die mit der Einführung und dem kontinuierlichen Einsatz digitaler Technologien einhergehen. Vor allem vor und während der Implementierung und bei der Wartung digitaler Werkzeuge sehen sich die Organisationen mit Herausforderungen konfrontiert.

### Digital wird anders kommuniziert

Ehrenamtliche Organisationen bemängeln eine neuartige „Absagekultur“: Durch die digitalen Kommunikationsmittel gibt es nun die Möglichkeit, schnell und unkompliziert abzusagen, sodass teils eine geringere Verbindlichkeit in das Engagement Einzug zu halten scheint. Zusätzlich, so berichten einige Vereine, gebe es die Tendenz, Aufgaben anzunehmen, ohne sie dann tatsächlich zu erledigen, oder die Teilnahme an Veranstaltungen zuzusagen, ohne wirklich zu erscheinen. Derlei neuartige Unsicherheiten in der Planung sind schwierig zu koordinieren. In solchen Zusammenhängen werden die mit der digitalen Kommunikation einhergehenden Gepflogenheiten von vielen als Mehraufwand empfunden.

Darüber hinaus besteht die Sorge, dass durch die digitalen Kommunikationsmittel der persönliche Kontakt verloren geht. Einige Engagierte befürchten sogar, dass mit der Digitalisierung von Abläufen und Absprachen das Ehrenamt zunehmend anonymisiert wird.

*„Wenn Menschen sich nicht mehr in echt begegnen, dann funktioniert das nicht – da bin ich hundertprozentig sicher.“*

*Musikverein in einer Metropole*

Die Beschleunigung der Kommunikation wird zusätzlich von einigen Organisationen als herausfordernd wahrgenommen.

### Das soziale Gefüge kann sich wandeln

Sogenannte ‘super-hubs’ können im Ehrenamtskontext sehr aktive Engagierte sein, die z. B. in vielen Vereinen gleichzeitig engagiert sind und darüber hinaus in Institutionen wie der Kirche oder in politischen Gremien aktiv sind (Borgatti und Halgin 2011; Fitzpatrick 2018). Diese Personen spielen oft als Zentrum relevanter Netzwerke im ländlichen Engagement eine große Rolle. Durch die Digitalisierung entstehen teilweise parallele Netzwerke zu den vorhandenen Ortsstrukturen. Wenn analoge und digitale Netzwerke strukturell und personell nicht übereinstimmen, kann dies zu Spannungen innerhalb des sozialen Gefüges führen und Dynamiken einer Region verändern. Grundlegend hierfür ist die Annahme, dass digitale Zusammenarbeit eine Dezentralisierung von Macht- und Entscheidungsstrukturen ermöglicht, weil mehr Personen Zugang zu Informationen und Möglichkeiten zur Mitgestaltung erhalten können (vgl. Janacek und Margarian 2020; Vallée und Lammers 2022). Das bietet wiederum die Chance, dass sich geschlossene Netzwerke auch für neue Dorfbewohnerinnen und Dorfbewohner öffnen und etablierte Strukturen neu gestaltet werden können.

*„Da waren zwei Familien, die das Gesamtgeschehen im Engagement in einem 1200 Einwohner Ort im Wesentlichen gesteuert und koordiniert haben. Und als dann das Digitale dazu kam, hatten sie das Gefühl, ihre Machtbasis erodiert und das lehnten sie ganz klar ab.“*

*Interview Michael Vilain*

### Kompetenzunterschiede erzeugen Mehraufwand

Da die (erstmalige) Einführung digitaler Werkzeuge relativ aufwändig sein kann, besteht das Risiko, dass Digitalisierungsprojekte zwar begonnen werden, aber unter Umständen nicht fortgeführt oder abgeschlossen

werden können oder gar abgebrochen werden. Dies betrifft vor allem Organisationen, bei denen die digital verantwortliche Person die Organisation verlässt und sich keine geeignete Nachbesetzung findet oder die Kompetenzen innerhalb der Organisation nicht weitergegeben werden (können).

Ein wichtiger Aspekt, der zusätzlich viele Vereine beschäftigt, ist die geringere Teilhabe einzelner Personen. Viele Organisationen befürchten, dass Menschen, die weniger digital kompetent sind, sich wegen eingeführter digitaler Technologien nicht weiter engagieren oder von Angeboten ausgeschlossen werden. Der Wunsch, sogenannte Offliner teilhaben zu lassen, bedeutet beim Einsatz digitaler Technologien einen erheblichen Mehraufwand, da diese über separate Kanäle kontaktiert werden müssen oder umfangreich bei der Verwendung digitaler Mittel begleitet werden müssen. In einigen Engagementbereichen besteht die Sorge, dass durch digitale Kommunikation auf diese Weise mehr Engagierte verloren gehen, als neue Engagierte angesprochen werden. Die Annahme einiger Vereine ist, dass sich das Problem in den nächsten Jahren aufgrund der demografischen Entwicklungen von selbst erledigt. Digitale Kompetenzen und Einstellungsmuster zur Digitalisierung sind jedoch nicht unbedingt an das Alter der Engagierten geknüpft und es bleibt eine organisationsübergreifende Herausforderung, Personen in verschiedenen Lebensphasen an digitale Mittel heranzuführen.

Schulungsbedarf zeigt sich beim Umgang und in der Verbreitung von Falschinformationen. Digitale Kompetenzen können dabei helfen, Sicherheit im Umgang mit digital abrufbaren Quellen zu gewinnen. Allerdings können die Organisationen nicht damit allein gelassen werden, diese Fähigkeiten und Kompetenzen im Rahmen ihrer Tätigkeiten bei den Engagierten eigenständig zu fördern: Hierfür braucht es übergreifende Angebote, auch außerhalb der Ehrenamtslandschaft.

### Datenschutz kann zur Risikoquelle werden

Große Risiken werden zuletzt beim Thema Datenschutz gesehen – insbesondere seit der DSGVO-Reform von 2018. Weil ihnen Wissen und Beratung zu ihren spezifischen Herausforderungen fehlt, haben Digitalverantwortliche oftmals große Sorgen, etwas Falsches oder gar Illegales zu tun. Dies führt teilweise dazu, dass Organisationen sich nicht trauen, digitale Werkzeuge einzuführen, um Fehler oder rechtliche Unsicherheiten zu vermeiden. Andere Organisationen widmen dem Thema viele Ressourcen, um sich weiterzubilden oder entwerfen sogar gänzlich eigene Programme, um Sicherheit im Umgang mit personenbezogenen Daten zu gewinnen.

## 8 Unterstützungsbedarfe und Handlungsempfehlungen

### 8.1 Unterstützungsbedarfe

So unterschiedlich wie die Organisationszwecke sind die Organisationen selbst und ihre Bedürfnisse. Die Unterstützungsbedarfe sind je nach Engagementbereich oder Vereinsgröße sehr divers und kleinteilig (vgl. Schrader, 2021). Wenn es um die Digitalisierung geht, sehen die befragten Organisationen vor allem Unterstützungsbedarf bezüglich ihrer digitalen Kompetenzen. Es mangelt aber auch an finanzieller Förderung, Orientierungshilfen und spezifischen Beratungen sowie daran, die richtigen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zu identifizieren, um relevante Informationen zu erhalten.

#### Bildungsbedarf beim Umgang mit Datenschutz

Datenschutz wird als risikobehaftetes Thema wahrgenommen – gleichzeitig ist es aufgrund der gesetzlichen Bestimmungen von großer Bedeutung. Daher ist es nicht überraschend, dass Datenschutz eines der zentralen Themen ist, zu denen Bildungsangebote intensiv genutzt werden. Dies belegen diverse Publikationen (vgl. Bertenrath et al. 2018; Frede et al. 2015; Fritsch und Schwichow 2020). Darüber hinaus sind Online-Kommunikation sowie Mitgliedergewinnung und -verwaltung und Online-Werkzeuge wichtige Schulungsthemen. Organisationen in Regionen mit weniger guter sozioökonomischer Lage beschäftigen sich am meisten mit der Frage, wie sich Organisationsstrukturen verändern lassen. Wissen über Online-Werkzeuge zu erhalten, ist für nicht-ländliche Organisationen und sehr ländliche Organisationen in Regionen mit weniger guter sozioökonomischer Lage relevant. Die extreme Heterogenität der Software- und Hardware-Angebote erschwert den Entscheidungstragenden die Auswahl: Der Markt ist seitens der Anbietenden unübersichtlich und bietet oft sehr individuelle Lösungen an (vgl. Frede et al. 2015). Da es in diesem Sektor keine klare Marktführerschaft zu geben scheint, brauchen Vorstandsmitglieder Unterstützung, um sichere und finanzierbare Entscheidungen treffen zu können.

Mehr als 20 Prozent der Organisationen nehmen keine Bildungs- oder Informationsangebote wahr. Dabei wird als Grund vor allem Zeitmangel genannt, dicht gefolgt von einem Mangel an Informationen. Es stellt sich die Frage, ob die Angebote für diese Vereine und Ehren-

amtsorganisationen flächendeckend sichtbar und auf die Hürden und Bedarfe der ländlichen Akteure ausreichend abgestimmt sind. Des Weiteren ist generell unklar, wer die zentralen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren für das ländliche Ehrenamt sind und in wessen Verantwortung die Bereitstellung von Informationen liegt. Der Zugang zu Bildungs- und Informationsangeboten ist für ländliche Organisationen derzeit eher durch lokale Akteure wie Kirchengemeinden und Kommunen gegeben. Informationen über landesweite oder sogar bundesweite Angebote sind selten vorhanden.

#### Wunsch nach Austausch und Vernetzung

Besonders seit der COVID-Pandemie scheinen einige Unterstützungsstrukturen weggebrochen zu sein – auch Vernetzungs- und Austauschmöglichkeiten. Dabei bietet die vereinsübergreifende Vernetzung den Organisationen einen großen Mehrwert: nicht nur wenn es um Erfahrungsaustausch geht, sondern auch um möglichen Finanzquellen und sonstigen Hilfsangeboten zu erfahren. Lokale Vereinsstammtische, die von Kommunen organisiert werden, bieten die Möglichkeit, Lösungen für Herausforderungen zu finden, aber auch aus Situationen zu lernen, in denen sie selbst (noch) nicht sind. Dabei ist eine Mischung aus analogen und digitalen Formaten sinnvoll: Wenn es um die Verbreitung von Informationen geht, ist es ausreichend, an einer Online-Veranstaltung teilzunehmen. Um sich auszutauschen, zu vernetzen und auch regional zu unterstützen sind weiterhin analoge Formate wichtig. Diese regionale Vernetzung ist nicht nur bei Fragen der Digitalisierung relevant, sondern auch um andere Ressourcen auszutauschen und somit das soziale Kapital der Ehrenamtsorganisationen auszubauen.

#### Grundlageschulungen für die Einen, spezifische Beratungen für die Anderen

Der jeweilige Bedarf einer ehrenamtlichen Organisation an Bildungsangeboten ist stark von deren Digitalisierungsgrad abhängig. Versteht man die Digitalisierung als kontinuierlichen Prozess, der nie vollständig abgeschlossen ist, befinden sich die Organisationen bezüglich ihrer digitalen Reife auf einem Kontinuum. Die Unterstützungsbedarfe verändern sich je nachdem, wo auf diesem Kontinuum sich eine Organisation befindet. Dabei zeigt sich: Je weniger digital sie ist,

desto eher fehlt allgemeines Digitalisierungswissen. Je digitaler sie wird, desto relevanter wird das Thema der fehlenden finanziellen Mittel. Daher bedarf es diverser Unterstützungsangebote, die an die unterschiedlichen Digitalisierungsvorkenntnisse anknüpfen.

Bezüglich der Bildungs- und Informationsangebote benötigen Vereine, die bisher noch wenig digital sind, niedrigschwellige Angebote – sie wünschen sich Schulungen, die Grundlagen abdecken, zum Beispiel zum Erstellen einer Vereins-E-Mail-Adresse. Auch fehlt fundamentales Know-how dazu, wie Kanal- oder Software-übergreifend Ideen umgesetzt werden können. Hier wird der Bedarf deutlich, auf vorhandenes Wissen zurückgreifen zu können und nicht individuell als Ehrenamtsorganisation jeden Digitalisierungsschritt neu definieren zu müssen. Dabei sind auch Präsenzs Schulungen gewünscht, die persönlich und anpassbar auf die Bedarfe der Teilnehmenden eingehen. Organisationen, die sich schon intensiver mit digitalen Werkzeugen beschäftigt haben, wünschen sich dagegen eher spezifische Beratungen, um Lösungen für ihre individuellen Probleme zu finden.

Das Ausbauen und Verbessern der digitalen Kompetenzen der Engagierten ist ausschlaggebend dafür, ob sich eine Organisation mit digitalen Technologien beschäftigt und diese auch einführt und nutzt. Um die Chancen der Digitalisierung für das Ehrenamt bestmöglich zu nutzen, sollten daher begleitend die digitalen Kompetenzen aller Beteiligten ausgebaut werden.

## 8.2 Handlungsempfehlungen für Politik und Engagementförderstrukturen

### 1 Unterstützungsangebote am Digitalisierungsgrad orientieren

#### Digitale Kompetenzen aufbauen

Grundsätzlich gilt es bei der Konzeption von Weiterbildungsangeboten zu berücksichtigen, dass der Aufbau digitaler Kompetenzen in vielen Lebensbereichen stattfindet. Vielen Vereinen ist bewusst, dass digitale Kompetenzen außerhalb des Ehrenamts entstehen und deshalb auch an Orten wie der Schule oder im beruflichen Kontext gefördert werden müssen. Deshalb sollte vonseiten aller Beteiligten das Bewusstsein dafür geschärft werden, dass Digitalisierung lebenslanges Lernen erfordert.

Oftmals haben die befragten Organisationen als Herausforderung der Digitalisierung den Kompetenzunterschied zwischen den Generationen genannt. Auch die Befragung hat gezeigt: Je älter die Engagierten und Mitarbeitenden einer Organisation, desto weniger digital ist diese. Daher bedarf es eines Ausgleichs der individuellen Kompetenzunterschiede durch spezifische Angebote. Insbesondere bei digital Unerfahrenen sollte eine Herangehensweise in der Wissensvermittlung, die potenziell überfordernd oder entmutigend wirken könnte, vermieden werden. Stattdessen sollte das Ziel der gemeinsamen Aktivierung im Vordergrund stehen.

#### Vereinsspezifische Beratungen statt allgemeiner Schulungen

Unterstützungsangebote sollten immer an die bestehenden Vorkenntnisse anknüpfen und so niedrigschwellig wie möglich sein. Für Organisationen, die erst am Anfang der Digitalisierung stehen, ist zum Beispiel die Anleitung für das Einrichten eines Zoom-Raums relevant. Digitalisierungs-interessierte Engagierte brauchen weiterführende Schulungen und stark digitalisierte Vereine Beratungsangebote für spezifische Fragen.

Engagementförderinstitutionen sollten anwendungsbezogene Beratungen unbürokratisch und niedrigschwellig zur Verfügung stellen. Dabei geht es nicht nur um den persönlichen Austausch mit fachlichen Expertinnen

und Experten, sondern vor allem um das Lösen vereinsinterner, digitaler Herausforderungen. Schulungen bieten meist Basiswissen und sind gut geeignet für einen Einstieg ins Thema. Oft fehlt jedoch noch der regelmäßige Bezug zur Engagementpraxis, damit Vereine das Erlernte auf ihre spezifischen Belange anwenden können, zum Beispiel beim Thema Datenschutz in Anmeldeformularen bei minderjährigen Teilnehmenden. Anbietende sollten daher Schulungen und Beratungen immer im Verbund denken und für jedes Schulungs- und Weiterbildungsangebot auch ein zeitlich nachgelagertes Coaching- oder Beratungsangebot organisieren. Viele befragte Vereine bevorzugen hierbei, Schulungen und Beratungen vor Ort und persönlich abzuhalten. Besonders für Anfängerinnen und Anfänger ist es hilfreich, analoge Angebote wahrzunehmen. Zusätzlich sind Schulungen notwendig, in denen erlernt wird, wie die Qualität von Informationen und Quellen zu erkennen ist oder sogar Falschmeldungen identifiziert werden können. Digitale Kompetenzen ermöglichen zusätzlich, fundierte Entscheidungen zu treffen, zum Beispiel wenn es darum geht, den richtigen Kanal in sozialen Medien oder das richtige Online-Werkzeug für die spezifischen Bedürfnisse des Vereins oder der religiösen Gemeinschaft auszuwählen.

Vor dem Hintergrund der Organisationsentwicklung, die mit der Einführung neuer digitaler Werkzeuge häufig verbunden ist, sollte Digitalisierung von allen Beteiligten als problemlösender Transformationsprozess verstanden werden – und nicht nur als Mittel zum Zweck. Dabei ist es zentral, digitale Werkzeuge nicht nur anwenden zu können, sondern tiefergehend zu verstehen, was bei einer digitalen Lösung im Hintergrund passiert, welche Probleme dadurch gelöst werden können und welche nicht. Am Anfang dieses Prozesses steht die Analyse der bestehenden Probleme und Bedarfe, die mithilfe von digitalen Mitteln angegangen werden sollten. Diese Erkenntnisse haben vor allem die Vereine, die sich bereits digitalisiert haben, in der Regel einvernehmlich gewonnen. Die befragten Organisationen erhoffen sich von Weiterbildungen daher auch, dass sie eine Selbstständigkeit und den Mut zur Veränderung innerhalb der Organisationsstrukturen fördern. Schulungsanbieter sollten organisationsbezogene Aspekte und Anwendungssituationen entsprechend stärker als bisher in die Wissensvermittlung integrieren.

### Das Rad nicht neu erfinden

Die Digitalisierung des Ehrenamtes und Engagements ist bereits fortgeschritten. Für Vieles gibt es Musterbeispiele und Vorlagen. Darüber zu informieren und einen Austausch zu ermöglichen, sollte weiterhin die Priorität von Engagementförderstrukturen sein. Jeder noch so kleine Schritt im Digitalisierungsprozess, der standardisiert werden kann, wie z. B. Beitrittserklärungen oder digitale Einverständniserklärungen, sollte als Vorlage zur Verfügung gestellt werden.

## 2 Die richtigen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren identifizieren

### Unterstützung und Wissen dezentralisieren

Eine zentrale Beobachtung aus den Interviews ist, dass Quantität und Qualität der Unterstützungsangebote zwar wichtig sind, es aber noch viel mehr darauf ankommt, ob diese Angebote die ehrenamtlichen Organisationen erreichen und auf deren Bedarfe zugeschnitten sind. Das führt zu der Frage, wer eigentlich die richtigen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zur Verbreitung von Informationen zu Schulungen u. ä. für das ländliche Ehrenamt sind. Es empfiehlt sich daher, innerhalb der Regionen auf Gemeinde- oder kommunaler Ebene zu identifizieren, wer bereits als Engagementförderinstitution vonseiten der Vereine wahrgenommen wird. Es bietet sich an, solche etablierten Ansprechpersonen für Ehrenamtliche als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren für Unterstützungsangebote und Informationen bezüglich Digitalisierungsthemen zu gewinnen – auch wenn sie bislang wenig mit dem Thema zu tun hatten. Hierbei kann das Analoge in Form von Beratungsstellen für digitale Belange vor Ort mitgedacht werden.

In diesem Sinne kann zum Beispiel die Gemeinde als Multiplikator für Wissen, Schulungen, Beratungen und als Dienstleister für die digitale Infrastruktur der Vereine dienen.

*„Wenn eine Kommune beschließt, ein Abo für die Vereine vor Ort abzuschließen und die es kostenlos nutzen können – das funktioniert dann oft ganz gut.“*

*Interview Isabel Franzke*

Vor allem bei Vereinen außerhalb der Großstädte entsteht der Eindruck, dass der Zugang zu Unterstützungs- und Schulungsangeboten deutlich häufiger über die Gemeinde oder durch den Austausch mit regional ansässigen Vereinen besteht und weniger durch landes- oder gar bundesweite Förderinstitutionen. Ehrenamtsförderstrukturen sollten daher so lokal und dezentralisiert wie möglich gedacht werden.

### 3 Organisationen in ihren Lebensrealitäten abholen

Die Befragung hat gezeigt: Es bestehen bereits Förderangebote für die Digitalisierung des Ehrenamts, doch empfinden viele Vereine diese als zu aufwendig. Die Fördermöglichkeiten sollten daher möglichst niedrigschwellig sein, mit geringen administrativen Hürden. Für ehrenamtliche Organisationen ist es offensichtlich, dass die investierten Stunden in einem sinnvollen Verhältnis zum Ergebnis stehen müssen, was jedoch aktuell oft nicht gegeben ist. Viele, teils kleine, Fördersummen sind nur mit hohem Aufwand einzuwerben. Über viele Fördermöglichkeiten wird zudem nicht besonders niedrigschwellig informiert.

*„Wo muss ich mich hinwenden? Wer kann was dazu sagen? Irgendwo in der hintersten Ecke, finde ich dann was, und dann aber mit 195 Formularen, die ich ausfüllen muss und so vielen Bedingungen, an die alles geknüpft ist.“*

*Kirchlicher Förderverein*

Da die ad-hoc Finanzierung von digitalen Anwendungen für viele kleine Vereine schwierig ist, gilt es für die Förderer nicht nur innerhalb des Systems kurzfristiger Projektförderungen zu denken, sondern auch institutionelle Förderungen für kleine Organisationen zu ermöglichen. Hier können überdies kostenlose Pakete für Standardanwendungen wie Cloud-Speichersysteme oder Buchhaltungssoftware sowie Übersichten zu den verschiedenen Anwendungen unkompliziert Abhilfe schaffen.

Insgesamt sollten Fördermöglichkeiten für kleine, ländliche Vereine attraktiver gestaltet werden, sodass es zum Beispiel keine starren Bedingungen gibt, die zu einem bestimmten Ergebnis zwingen. Ein Beispiel ist hier die Idee einer religiösen Gemeinschaft, ein Video für die Außenkommunikation zu drehen. Der Fördergeber hatte konkrete Vorstellungen von dem Endergebnis, die mit den Wünschen der Gemeindemitglieder kollidierten. Schlussendlich haben sie das Video nach monatelangen Diskussionen durch Spendenbeiträge finanziert. Zusätzlich benötigt es im Moment oft spezifische Vorkenntnisse und Fähigkeiten, um Fördermittel zu erhalten. Das führt dazu, dass etablierte Organisation, die das System kennen, im Vorteil sind. Neue, unerfahrene Vereine oder auch Vereine ohne die nötigen Ressourcen schließt es aus. Dabei haben es diese Organisationen möglicherweise am nötigsten.

#### Organisationen in Gemeinden mit schlechter sozioökonomischer Lage fördern

Zuletzt machen die Studienergebnisse auch deutlich, dass ehrenamtliche Organisationen in Gemeinden mit schlechter sozioökonomischer Lage deutlich stärker mit Barrieren bei der Digitalisierung zu kämpfen haben als in Gemeinden mit guter sozioökonomischer Lage. Um diese regionsabhängigen Nachteile auszugleichen, wäre es maßgeblich, Organisationen in Regionen mit schlechter sozioökonomischer Lage bei der Förderung der Digitalisierung des Ehrenamts besonders zu berücksichtigen. Auch hier ist mitzudenken, dass deren personelle Ressourcen für die Einwerbung von Förderungen oft besonders begrenzt sind.

Ehrenamtliche Organisationen brauchen Unterstützung auf diverse Art und Weise. Förderstrukturen und -angebote sollten sich daher an die „Heterogenität des Sektors“ (BMFSFJ 2020, S. 35) anpassen.

## 8.3 Handlungsempfehlungen für die Zivilgesellschaft

Auch für die Zivilgesellschaft lassen sich aus den Erkenntnissen der Studie Handlungsempfehlungen ableiten. Diese Hinweise sind zwar unabhängig von der regionalen Verortung empfehlenswert, im Speziellen jedoch für ländliche Organisationen relevant.

### 1 Digitalisierung aktiv mitgestalten statt passiv hinnehmen

Die Digitalisierung gewinnt im alltäglichen Leben, im beruflichen Kontext und eben auch im Ehrenamt an Bedeutung. Dies heißt allerdings nicht, dass Vereine oder Kirchengemeinden sich diesem Wandel ausgeliefert fühlen müssen. Sie können ihn aktiv mitgestalten. Einige Beispiele zeigen die Relevanz von ehrenamtlichem Engagement im Rahmen der Digitalisierung, z. B. beim Ausbau von Internetverbindungen (vgl. Gundert 2010; Steinführer 2015) oder beim Vermitteln digitaler Kompetenzen (vgl. Rasmussen, 2019). Die Handlungsfelder der Zivilgesellschaft sind hier vielfältig, müssen jedoch teils noch als solche begriffen werden.

### 2 Engagementangebote auf potenziellen Nachwuchs ausrichten

Die Veränderungen im Engagementverhalten hin zu mehr kurzfristigem, projektbezogenem und themengebundenem Engagement haben großen Einfluss auf das Ehrenamt. Mitgliederschwund und Nachwuchsgewinnung sind zentrale Herausforderungen für Organisationen – unabhängig von ihrer Größe oder örtlichen Lage. Daher bedarf es einer Anpassung der aktuellen Ehrenamtsstrukturen an die Bedürfnisse und Wünsche potenzieller Engagierter. Die Digitalisierung bietet hier zahlreiche Möglichkeiten, ehrenamtliches Engagement zu flexibilisieren und den Beschränkungen und Wünschen jüngerer Engagierter entgegenzukommen. In den Interviews wurde digitales Engagement bislang nur selten als Lösung für orts- und zeitungebundenes Engagement genannt. Diese Form des Engagements bietet jedoch nicht nur für Interessierte, sondern auch für die Organisationen selbst erhebliche Potenziale.

### 3 Niedrigschwelligen Einstieg bieten

Es ist förderlich, wenn erste digitale Versuche schnell mit kleinen Erfolgen belohnt werden: Ein Facebook-Post bekommt eine positive Rückmeldung, die Buchung eines Zeitslots in der Schwimmhalle gelingt oder eine Crowdfunding-Aktion verläuft erfolgreich. Diese schnellen Ergebnisse sind auch dann besonders wichtig, wenn es darum geht, Digitalisierungsskeptikerinnen und -skeptiker, sei es unter den Mitgliedern oder beim Vorstand, von einer Idee zu überzeugen. Zum niedrigschwelligen Einstieg gehört auch die Formulierung, die genutzt wird, um eine digitale Anwendung einzuführen. Hier hilft es, spezifischen Digitalisierungs-Jargon zu vermeiden und möglichst nah an der Alltagssprache der Engagierten zu bleiben. Außerdem sollte jeder Person der Grund für die Einführung einer digitalen Anwendung sowie deren Mehrwert gegenüber der bisherigen, analogen Lösung bei Bedarf erklärt werden, um deutlich zu machen, dass Digitalisierung keinen Selbstzweck darstellt.

### 4 Chancen der Digitalisierung nutzen

Digitale Technologien bieten Lösungsansätze für einige Herausforderungen des Ehrenamts, wie den Mangel an Nachwuchs, aber auch für ganz spezifische Herausforderungen wie den Aufbau eines Wissensmanagements innerhalb der Organisation. Damit sich Ehrenamtliche die Digitalisierung zunutze machen können, braucht es einen reflexiven Prozess, in dem die jeweiligen Herausforderungen sowie Lösungspotenziale digitaler Anwendungen identifiziert werden. Dies bedeutet zunächst einen zeitintensiven Mehraufwand, der aber notwendig ist, um die Chancen der Digitalisierung für die eigene Organisation zu ergreifen.

## 9 Fazit und Ausblick

Digitalisierung ist für alle ehrenamtlichen Organisationen ein zentrales Thema und inzwischen auch bei Vereinen in peripherer Lage angekommen – das konnte anhand vieler Beispiele in dieser Studie gezeigt werden. Ehrenamtliche Organisationen stehen daher nicht mehr nur vor der Frage, ob sie digitale Anwendungen in ihrer Organisation nutzen wollen, sondern vor allem, wie sie die Digitalisierung gewinnbringend für sich einsetzen können. Dabei geht es unter anderem um das Potenzial der Digitalisierung, aktuellen Herausforderungen zu begegnen. Dies gilt insbesondere für ländliche Räume, wo Vereinssterben und das Fernbleiben neuer, junger Engagierter Probleme darstellen. Auch der demografische Wandel, Abwanderung und eine als lückenhaft empfundene Daseinsvorsorge – besonders in strukturschwachen Regionen – schaffen schwierige Rahmenbedingungen. Diese Entwicklungen lassen ehrenamtliche Organisationen immer wichtiger werden, bedrohen aber gleichzeitig deren Existenz.

Die Studienergebnisse machen deutlich, dass ländliche Vereine, im gleichen Maße wie Vereine in Klein- und Mittelstädten, digitale Technologien für ihre Zwecke nutzen und digitale Kompetenzen haben. Nur gegenüber Organisationen in Großstädten, wo jedoch insgesamt andere Rahmenbedingungen bestehen, gibt es größere Unterschiede hinsichtlich des Digitalisierungsgrades. Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse, dass ehrenamtliche Organisationen in ländlichen Räumen das Potenzial digitaler Anwendungen zur Lösung ländlicher Herausforderungen noch wenig nutzen. So werden digitale Werkzeuge kaum für die Gewinnung neuer Ehrenamtlicher eingesetzt. Auch die Möglichkeit, zeit- und ortsungebundenes Engagement anzubieten, also dem Trend zu informellem und flexiblerem Engagement entgegenzukommen, wird noch wenig realisiert. Bis ländliche Vereine und andere ehrenamtliche Organisationen kompetent und reflektiert digitale Technologien für sich einsetzen können, ist noch einiges zu tun.

Für den Aufbau der dafür notwendigen Kompetenzen gilt es zuallererst Vorurteile aus dem Weg zu räumen: sei es die generelle Skepsis gegenüber Digitalisierung, Vorbehalte gegenüber der Lernfähigkeit älterer Engagierter oder Halbwissen über die DSGVO. Andererseits muss der Nutzen der Digitalisierung für das

ehrenamtliche Engagement weiterhin analysiert und kritisch beleuchtet werden: An welchen Stellen kann die Digitalisierung ehrenamtliche Organisationen in ihrer Arbeit unterstützen und weiterbringen? Wo sind Digitalisierungsmaßnahmen aber vielleicht auch fehl am Platz, weil sie wichtige analoge Kontakte ersetzen?

*„Es geht nicht darum, alles, was es einmal gab, durch Digitales zu ersetzen, sondern einfach neu zu schauen: Was machen wir jetzt wieder analog, was kann digital bleiben und welche neuen Möglichkeiten und Formate können entstehen? Das ist ein Prozess, der uns die nächsten Jahre noch beschäftigen wird.“*

*Interview Tobias Albers-Heinemann*

Zwar hat die COVID-Pandemie in einigen Organisationen zu einem Digitalisierungsschub geführt, doch den Bedarf zu reflektieren sowie die Vor- und Nachteile der Digitalisierung für das ländliche Ehrenamt abzuwägen, ist teilweise auf der Strecke geblieben. Diesen Prozess gilt es nun nachzuholen. Er bringt Aufgaben für die Zivilgesellschaft, aber ebenso für Forschung und Politik mit sich.

Aus den Ergebnissen der Studie stellen sich hierfür viele weiterführende Fragen:

- Wie kann das Potenzial digitaler Technologien für das ländliche Ehrenamt noch besser erkannt und ausgeschöpft werden? Welche Kompetenzen, welches Wissen und welche Mittel sind dafür notwendig?
- Wie kann eine dezentrale Förderstruktur, aufbauend auf bestehenden Einrichtungen, zielführend ausgestaltet werden?
- Wie lassen sich ehrenamtliche Organisationen, die in ländlichen Räumen mit schlechter sozioökonomischer Lage verortet sind, gezielt unterstützen? Kann die dort ausbleibende wirtschaftliche Unterstützung der Kommunen durch andere Akteure ausgeglichen werden?

- Wie verhält sich das unorganisierte, informelle Ehrenamt in ländlichen Räumen und wie wird sich dieses Engagement zukünftig entwickeln? Inwiefern spielt Digitalisierung hier bereits und in Zukunft eine Rolle?
- Inwiefern stellt der niedrigere Digitalisierungsgrad ehrenamtlicher Organisationen in ländlichen Räumen einen Nachteil gegenüber Großstädten dar?

Die vorliegende Studie ist nur eine Momentaufnahme. Es bleibt offen, wie sich der dynamische Prozess der Digitalisierung im ländlichen Ehrenamt weiterentwickelt. Dabei sollte es das Ziel jeglicher Forschungs- und Fördermaßnahmen in diesem Bereich sein, herauszufinden, wie das ländliche Ehrenamt mithilfe der digitalen Transformation gestärkt werden und somit weiterhin einen positiven Beitrag zur Lebensqualität in ländlichen Räumen leisten kann.

## Quellen

- Aseeva, Irina; Budanov, Vladimir (2020): **Digitalization: Potential Risks for Civil Society**. In: EA-XXI 186 (11-12), S. 36-47. DOI: 10.21003/ea.V186-05.
- Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2022): **INKAR - Indikatoren und Karten zur Raum- und Stadtentwicklung**. Abfrage zu Bruttoinlandsprodukt je Einwohner, Stand 2019. Hg. v. Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung. <https://www.inkar.de/> (abgerufen am 09.01.2023).
- Bertenrath, Roman; Bayer, Lena; Fritsch, Manuel; Lichtblau, Karl; Placke, Beate; Schmitz, Edgar; Schützdeller, Peter (2018): **Digitalisierung in NGOs. Eine Vermessung des Digitalisierungsstands von NGOs in Deutschland**. iwconsult.
- BMFSFJ (2020): **Dritter Engagementbericht. Zukunft Zivilgesellschaft: Junges Engagement im digitalen Zeitalter**. BMFSFJ
- Borgatti, Stephen P.; Halgin, Daniel S. (2011): **On Network Theory**. In: Organization Science 22 (5), S. 1168-1181. DOI: 10.1287/orsc.1100.0641.
- Bundesministerium der Justiz (2022): **Gesetz zur Ergänzung der Regelungen zur Umsetzung der Digitalisierungsrichtlinie**. [https://www.bmj.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/Digitalisierungsrichtlinie\\_Ergaenzung.html](https://www.bmj.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/Digitalisierungsrichtlinie_Ergaenzung.html) (abgerufen am 21.12.2022).
- Fitzpatrick, Jasmin (2018): **Digital Civil Society. Wie zivilgesellschaftliche Organisationen im Web 2.0 politische Ziele verfolgen**. Dissertation. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-658-21433-3.pdf> (abgerufen am 05.11.2022).
- Frede, Clemens; Kreidenweis, Helmut; Röhr, Petra (2015): **IT-Report für Non-Profits 2015**. Haus des Stiftens gGmbH
- Fritsch, Kathrin; Schwichow, Helene von (2020): **Digitalisierung der Zivilgesellschaft. Bedarfsanalyse**. CityLAB Berlin.
- Gundert, Sabrina (2010): **Bürgerschaftliches Engagement im ländlichen Raum**. In: Standort 34 (4), S. 110-115. DOI: 10.1007/s00548-010-0148-7.
- Janacek, Eric; Margarian, Anne (2020): **Digitalisierung sozialer Dienstleistungen in ländlichen Regionen: Eine Analyse feldkonfigurierender Diskurse**. DE: Johann Heinrich von Thünen-Institut.
- Krimmer, Holger (2018): **Konturen und Strukturwandel der organisierten Zivilgesellschaft**. In: Forschungsjournal Soziale Bewegungen 31 (1-2), S. 195-203. DOI: 10.1515/fjsb-2018-0023.
- Krimmer, Holger; Beyer, Christine; Klaudius, Antje (2020): **Engagement im digitalen Wandel. Entwicklung einer Forschungsheuristik und Indikatorik für die quantitative Forschung**. Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V. Essen.
- Lobeck, Michael (2017): **„Digitale Zukunft auf dem Land“. Wie ländliche Regionen durch die Digitalisierung profitieren können**. Bertelsmann Stiftung. [https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/180423\\_Endfassung\\_Digitale\\_Zukunft\\_korrigiert\\_\\_ergaenzt.pdf](https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/180423_Endfassung_Digitale_Zukunft_korrigiert__ergaenzt.pdf) (abgerufen am 25.05.2022).
- Rasmussen, Wiebke (2019): **Digitalisierung braucht Zivilgesellschaft**. Hg. v. Bertelsmann Stiftung.
- Simonson, Julia; Kelle, Nadiya; Kausmann, Corinna; Tesch-Römer, Clemens (2019): **Freiwilliges Engagement in Deutschland - Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019**. Deutsches Zentrum für Altersfragen (DZA).
- Steinführer, Annett (2015): **Bürger in der Verantwortung. Veränderte Akteursrollen in der Bereitstellung ländlicher Daseinsvorsorge**. In: Raumforschung und Raumordnung 73 (1), S. 5-16. DOI: 10.1007/s13147-014-0318-3.
- Thünen-Institut für Ländliche Räume (2022): **Thünen Landatlas**. Ausgabe 21/12/2022. Hg. v. Thünen-Institut für Ländliche Räume. <https://www.landatlas.de/> (abgerufen am 09.01.2023).
- Vallée, Tim; Lammers, Anne (2022): **Gemeinwohl im digitalen Zeitalter. Engagement und Ehrenamt zukunfts-fähig gestalten**. Hg. v. Digitales Europa e.V. / iRights.Lab. [https://www.irights-lab.de/storage/uploads/ebooks/pdfs/Gemeinwohl\\_im\\_digitalen\\_Zeitalter\\_.pdf](https://www.irights-lab.de/storage/uploads/ebooks/pdfs/Gemeinwohl_im_digitalen_Zeitalter_.pdf) (abgerufen am 29.03.2022).

## Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1: **Eckdaten zur Stichprobe**
- Abb. 2: **Genutzte Kanäle nach Raumtypen (Thünen)**
- Abb. 3: **Nutzungshäufigkeit digitaler Kommunikationskanäle**
- Abb. 4: **Nutzungszwecke digitaler Technologien**
- Abb. 5: **Zusammensetzung des Digitalisierungsindex**
- Abb. 6: **Einflussfaktoren auf den Digitalisierungsindex**
- Abb. 7: **Digitalisierungsindex nach Altersdurchschnitt der Mitarbeitenden**
- Abb. 8: **Digitalisierungsgrad nach Organisationsgröße**
- Abb. 9: **Digitalisierungsindex nach Engagementbereich**
- Abb. 10: **Digitalisierungsindex nach Raumtypen (Thünen)**
- Abb. 11: **Digitalisierungsindex nach Bundesländern**
- Abb. 12: **Bruttoinlandsprodukt pro Kopf nach Bundesländern**, Quelle: Grafik auf Grundlage von INKAR (Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung 2022)
- Abb. 13: **Zusammenhang Digitalisierungsindex und Breitbandausbau**
- Abb. 14: **Digitalisierungsbarrieren nach Raumtypen**
- Abb. 15: **Digitalisierungsbarriere „Fehlen finanzieller Mittel“ nach Raumtypen**
- Abb. 16: **Sozioökonomische Lage auf Kreisebene**, Quelle: Thünen-Landatlas, Ausgabe 21/12/2022. Hrsg.: Thünen-Institut Forschungsbereich ländliche Räume, Braunschweig ([www.landatlas.de](http://www.landatlas.de))
- Abb. 17: **Auswirkung der COVID-Pandemie auf das Vereinsleben**

## Anhang

### Anhang A – Methodische Hinweise

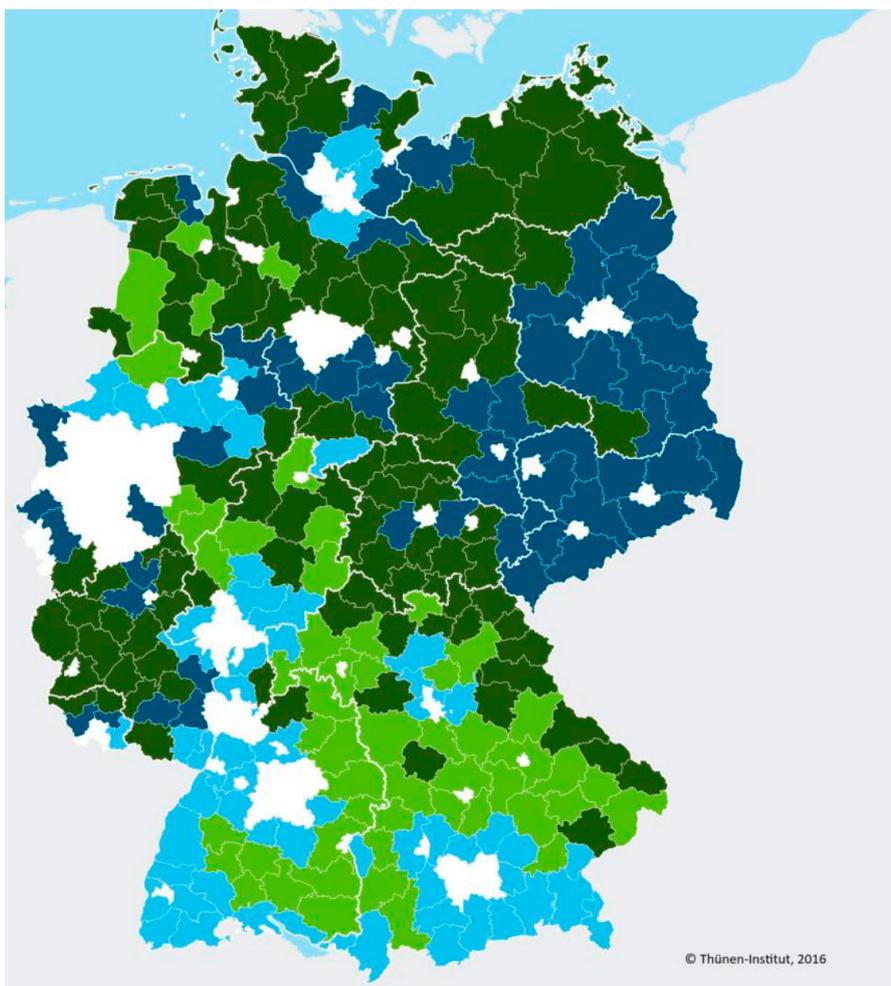
#### Was bedeutet „ländlich“?

Die Studie bedient sich der Raumkategorien des Thünen-Instituts. Um der Vielfalt von Ländlichkeit gerecht zu werden, wurde am Thünen-Institut im Jahr 2016 ein Ansatz zur Abgrenzung und Typisierung ländlicher Räume entwickelt.

Die Typisierung des Thünen-Instituts basiert auf Verbandsgemeindeebene und nutzt hierzu zwei Dimensionen. Einerseits wird ein Index gebildet, der die „Ländlichkeit“ einer Region anhand siedlungsstruktureller Merkmale misst. Die ländlichen Räume werden demnach zwischen „eher ländlich“ und „sehr ländlich“ unterschieden. Zusätzlich zur Ländlichkeitsdimension wird nach der gleichen Methode die Dimension „sozioökonomische Lage“ gebildet. Dieser Index unterscheidet

ländliche Räume mit guter und solche mit weniger guter sozioökonomischer Lage. Durch die Kombination der Ländlichkeitsdimension mit der sozioökonomischen Lage ergeben sich die vier Typen ländlicher Räume sowie als fünfter Typ die Gruppe der nicht-ländlichen Regionen (vgl. Küpper, 2016):

- **Typ 1:** sehr ländlich / gute sozioökonomische Lage
- **Typ 2:** sehr ländlich / weniger gute sozioökonomische Lage
- **Typ 3:** eher ländlich / gute sozioökonomische Lage
- **Typ 4:** eher ländlich / weniger gute sozioökonomische Lage
- **Typ 5:** nicht ländlich



#### Typen ländlicher Kreisregionen anhand der Dimensionen Ländlichkeit und sozioökonomische Lage

- sehr ländlich / gute sozioökonomische Lage
- sehr ländlich / weniger gute sozioökonomische Lage
- eher ländlich / weniger gute sozioökonomische Lage
- eher ländlich / gute sozioökonomische Lage
- nicht-ländlich

Abgrenzung ländlicher Räume: Thünen-Institut für Ländliche Räume 2016  
 Kartographische Darstellung und Datenaufbereitung: Torsten Osigus / Dr. Stefan Neumeier 2016.  
 Methodik: Dr. Patrick Küpper  
 Datengrundlage:  
 Erreichbarkeitsmodell des Thünen-Instituts für Ländliche Räume 2016  
 © Openstreetmap Mitwirkende  
 © BBSR Bonn 2013, Grundlage: LOCAL  
 © Nexiga GmbH 2013, ATKIS Basis DLM © BKG/GeoBasis-DE 2012  
 Gemeinden © GeoBasis-BKG, Stand 31.12.2015, Generalisierung BBSR  
 Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2016  
 Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2016  
 Laufende Raumbeobachtung des BBSR (INKAR-Daten) 2016  
 Zentrale Orte: BBSR 2016  
 GEOSTAT-Rasterdatensatz 2011

Abb. A – Bundesübersicht der Raumkategorien (Thünen-Institut für Ländliche Räume 2022)

### Das Metropolen- und Großstadt-Sample

Die fünfte Kategorie „nicht ländlich“ wird in der Typisierung des Thünen-Instituts nicht näher differenziert. Diese Kategorie umfasst bei Thünen zwar nur 8,6 Prozent der Fläche in Deutschland, jedoch leben hier 42,8 Prozent der deutschen Bevölkerung. Um in Abgrenzung zu ländlichen Räumen tiefergehende Analysen zum „nicht-ländlichen“ Raum machen zu können, wurden in dieser Studie Großstädte und Metropolen gesondert betrachtet und als Vergleichsgröße zum „ländlichen“ und „nicht ländlichen“ Raum herangezogen. Dabei werden Großstädte als Städte mit über 500.000 Einwohnerinnen und Einwohnern (einschließlich Duisburg mit rund 480.000 und Mannheim mit rund 300.000 Einwohnerinnen und Einwohnern) definiert. In diese Kategorie fallen sowohl die Metropolen Berlin, Hamburg und München, als auch Städte wie Dresden, Bremen, Essen oder Nürnberg.

### Verzerrung der Stichprobe

Die befragten Organisationen wurden per Mail (94 Prozent) oder postalisch (6 Prozent) kontaktiert. Die niedrige Anzahl der per Post kontaktierten Organisationen hat verschiedene Gründe:

- Von fast drei Viertel der Organisationen, die per Internetrecherche auffindbar waren, konnte auch eine E-Mail-Adresse gefunden werden. Lediglich bei 26 Prozent konnte nur eine Postadresse ermittelt werden.
- Die Rücklaufquote der über E-Mail (15 Prozent) kontaktierten war weitaus höher als die über den Postweg (4 Prozent) kontaktierten Organisationen.

Diese Faktoren führten dazu, dass nur knapp vier Prozent der Organisationen in der Befragung über die postalische Methode erfolgreich kontaktiert werden konnten.

Da davon auszugehen ist, dass Organisationen, deren E-Mail-Adresse im Internet steht, generell etwas digitaler aufgestellt sind, entsteht hier bereits eine Verzerrung. Darüber hinaus gibt es auch Organisationen, die weder eine Mail- noch eine Postadresse haben, die sich durch Internetrecherche finden lässt. Diese vermutlich sehr analogen Organisationen konnten im Rahmen der Studie nicht kontaktiert werden.

Diese digitale Verzerrung wirkt sich vor allem auf eine Variable aus: das Vorhandensein einer Website. Bei den Mail-Kontakten haben 89 Prozent eine Homepage. Von den Organisationen, die per Post kontaktiert wurden, haben lediglich 52 Prozent eine eigene Homepage. Auf die gesamte Stichprobe hochgerechnet und unter Berücksichtigung der Organisationen, die gar nicht kontaktiert werden konnten, ergeben sich insgesamt 75 Prozent, die eine eigene Homepage haben.

## Anhang B – Befragte Expertinnen und Experten

**Heike Baalman:** Ehrenamtsservice Landkreis Emsland, Projekt „Hauptamt stärkt Ehrenamt“ (HAsEA)

**Hans-Georg Feldbauer:** Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE), Referent im Bereich Strukturstärkung

**Isabel Franzke:** Quaestio, wissenschaftliche Mitarbeiterin; Fachliche Auswertung und Begleitung der Modell- und Demonstrationsvorhaben zu „Land.Digital: Chancen der Digitalisierung für ländliche Räume“

**Tobias Albers-Heinemann:** Zentrum Bildung der Evangelischen Kirche in Hessen und Nassau, Referent für digitale Bildung im Fachbereich Erwachsenenbildung und Familienbildung

**Dejan Mihajlović:** D64, Referent Zentrum für Schulqualität und Lehrerbildung ZSL

**Anne Pahl:** Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (BAGFA), Projektreferentin für Digitalisierung

**Dr. Birthe Tahmaz:** Zivilgesellschaft in Zahlen (ZiviZ) gGmbH, Projektleiterin

**Tim Vallée:** iRights.Lab, Mitarbeiter Forschung und Entwicklung

**Prof. Dr. phil. Michael Vilain:** Evangelische Hochschule Darmstadt, Geschäftsführender Direktor des Instituts für Zukunftsfragen der Gesundheits- und Sozialwirtschaft (IZGS), Vizepräsident für Forschung und Internationales





Kontakt:  
[hallo@neuland21.de](mailto:hallo@neuland21.de)

Mehr Informationen:  
[neuland21.de](http://neuland21.de)



Januar 2023