

# Motivation, Ansprache, Erreichbarkeit

Herausforderungen für Trägerorganisationen  
internationaler Freiwilligendienste  
im Zugang zu jungen Menschen

Stefan Dietrich



# Motivation, Ansprache, Erreichbarkeit

Herausforderungen für Trägerorganisationen  
internationaler Freiwilligendienste  
im Zugang zu jungen Menschen

Stefan Dietrich

2015

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>Einleitung</b>	<b>6</b>
<b>Einbettung des Feldes internationaler Freiwilligendienste</b>	<b>9</b>
<b>Kriterien für die Ansprache junger Menschen</b>	<b>19</b>
<b>Ansprache und Erreichbarkeit – Erfahrungen und Praktiken</b>	<b>22</b>
<b>Hürden und Hindernisse</b>	<b>27</b>
<b>Anregungen und Empfehlungen</b>	<b>32</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>39</b>

Arbeitskreis »Lernen und Helfen  
in Übersee« e.V. (AKLHÜ)  
Meckenheimer Allee 67 – 69, 53115 Bonn  
Tel.: 0228 – 9089910 / Fax: 0228 – 9089911  
aklhue@entwicklungsdienst.de  
www.entwicklungsdienst.de

## Vorwort

Dies ist das zweite Diskussionspapier in einer vom Arbeitskreis „Lernen und Helfen in Übersee“ e.V. veröffentlichten Serie. Die Arbeitspapiere beschäftigen sich mit aktuellen Forschungsthemen der internationalen Freiwilligen- und Entwicklungsdienste.

Der vorliegende Diskussionsbeitrag beschäftigt sich mit der sich kontinuierlich veränderten Motivationslage von Interessierten an einer Vermittlung in ein internationales freiwilliges Engagement.

Die Meinung und die Ansichten entsprechen nicht unbedingt der des Arbeitskreises „Lernen und Helfen in Übersee“ e.V. oder die seiner Mitglieder. Die Verantwortung für die getroffenen Feststellungen liegt ausschließlich beim Autor.

*Michael Bogatzki*

Vorsitzender

### ***Der Arbeitskreis „Lernen und Helfen in Übersee“ e.V. (AKLHÜ)***

*Der Arbeitskreis „Lernen und Helfen in Übersee“ e.V. ist Servicestelle für Akteure der Entwicklungszusammenarbeit und für die entwicklungspolitisch interessierte Öffentlichkeit:*

*Er berät und unterstützt Interessierte, die sich im Ausland sozial engagieren möchten. Dazu gibt er u.a. regelmäßig Informationsmaterialien heraus, die Chancen des beruflichen oder freiwilligen Engagements aufzeigen. Diese stehen auch im zentralen Internetportal [www.entwicklungsdienst.de](http://www.entwicklungsdienst.de) zur Verfügung.*

*Der AKLHÜ ist ein Zusammenschluss von Organisationen, die in der personellen Entwicklungszusammenarbeit und der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit aktiv sind. Beim Arbeitskreis angesiedelt sind der Interessen- und Qualitätsverbund Weltoffen, die Zentrale Stelle IJFD und die BFD Incoming Zentralstelle. Sie vertreten zivilgesellschaftliche Träger, die in den Förderprogrammen weltwärts, IJFD und im BFD Freiwillige entsenden und aufnehmen.*

## Abstrakt

Immer mehr junge Menschen in Deutschland interessieren sich dafür, einen Freiwilligendienst in sozialen oder ökologischen Projekten im Ausland zu leisten. Dabei stehen ihnen vielfältige Angebote zur Verfügung. Die Trägerlandschaft internationaler Freiwilligendienste ist seit einigen Jahren einem tiefgreifenden Veränderungsprozess unterworfen. Insbesondere durch die Einführung des entwicklungspolitischen Freiwilligendienstes weltwärts (BMZ) im Jahr 2008 und des Internationalen Jugendfreiwilligendienstes IJFD (BMFSFJ) im Jahr 2011 wurden die meisten der zivilgesellschaftlichen Trägerorganisationen und die durch sie organisierten Entsendungen überwiegend in staatlich koordinierte Programme integriert. Diese Institutionalisierung führte zu einem deutlichen Anstieg der Anzahl Freiwilliger, die nunmehr größtenteils im Rahmen von weltwärts und dem IJFD ins Ausland entsandt werden. Dadurch, dass diese Programme in hohem Maße die Ressourcen der Trägerorganisationen absorbieren, üben ihre Formate einen nicht zu unterschätzenden Einfluss darauf aus, welche Zielgruppen mit ihnen erreicht werden. Die Statistiken der letzten Jahre machen deutlich, dass die bestehenden Formate längerfristige Aufenthalte mit 11- bis 13-monatiger Dauer begünstigen und dass mit meist weiblichen, aus gut situierten Elternhäusern stammenden Abiturient\_innen bislang nur eine sehr homogene Gruppe junger Menschen für internationale Freiwilligendienste gewonnen wird. Demgegenüber sind besonders junge Menschen ohne Abitur, mit einer Berufsausbildung, mit einem Migrationshintergrund oder mit einer Beeinträchtigung / Behinderung unterrepräsentiert.

Diese Tatsachen stehen nicht nur im Kontrast mit den politischen Ambitionen, internationale Freiwilligendienste möglichst inklusiv zu gestalten und jungen Menschen aus allen gesellschaftlichen Schichten zu öffnen. Gleichzeitig geraten die Träger internationaler Freiwilligendienste auch durch sich verändernde Rahmenbedingungen zunehmend unter Druck. Im Zuge des demographischen Wandels werden die Abschlussjahrgänge der Schulen, Berufsschulen und Hochschulen immer kleiner. Außerdem steht der dadurch schrumpfenden Zielgruppe

ein immer breiteres Spektrum an alternativen Angeboten zur Verfügung, im Rahmen der formalen Ausbildung (Auslandssemester, Berufspraktikum im Ausland) oder über kommerzielle Anbieter (Voluntourismus) eine Auslandserfahrung zu machen, die unter Umständen besser zu den heutigen beruflichen Anforderungen und Freizeitpräferenzen passen als die Formate der internationalen Freiwilligendienste.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass sich die Trägerlandschaft in Zukunft verstärkt darum bemühen werden muss, verbesserte Zugänge sowohl zu den bisher erreichten als auch zu den bisher unterrepräsentierten Zielgruppen zu finden. Um dies zu erreichen, ist eine Optimierung der Ansprache junger Menschen, allerdings auch eine Flexibilisierung und Erweiterung der bestehenden Angebote erforderlich.

Mit den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen hat sich auch die Konstitution der jungen Menschen verändert. Die Trägerorganisationen wenden sich mit ihren Angeboten an eine Generation, die im Allgemeinen von einer pragmatischen Grundhaltung geprägt ist, mit deren Hilfe sie sich darum bemüht, sich angesichts eines gestiegenen Leistungs- und Bildungsdrucks, zunehmender Eigenverantwortung in der Gestaltung des eigenen Lebenslaufs und wachsender Unsicherheiten (Wohlstandspolarisierung, Prekarisierung der Arbeitswelt) zu behaupten. Dabei bestehen innerhalb der Jugendgeneration große Unterschiede zwischen verschiedenen Lebenswelten, verbunden mit stark ungleichen Chancen, sich bezüglich der Anforderungen an die eigene Lebensgestaltung zu behaupten und prinzipiell offene Angebote (wie z.B. einen internationalen Freiwilligendienst) auch tatsächlich wahrzunehmen.

Im Allgemeinen sollte eine verbesserte Ansprache die gestiegenen Anforderungen an die Lebensgestaltung junger Menschen und die daraus resultierende pragmatische Grundhaltung sowie die Besonderheiten der biographischen Bruchstellen (Abschluss oder Abbruch von Schule, Ausbildung und Studium) berücksichtigen, an die ein internationaler Freiwilligendienst prinzipiell anschlussfähig ist.

Die gezielte Ansprache von Studierenden, insbesondere für einen Freiwilligendienst nach dem Ba-

chelorstudium (und damit ggf. vor dem Masterstudium), ist derzeit noch unterentwickelt. Ihr Ausbau wäre vielversprechend, da hier nicht nur von geringen Hürden auszugehen ist, sondern auch eine Zielgruppe gewonnen würde, die mit einer höheren Qualifikation und einer höheren Lebenserfahrung im Vergleich zu den Abiturient\_innen auch den Anliegen vieler Partnerorganisationen entgegen kommen dürfte. Letzteres spricht auch dafür, die Bemühungen um junge Menschen mit einer Berufsausbildung zu intensivieren.

Zur Berücksichtigung der pragmatischen Grundhaltung empfiehlt es sich, der ‚Sowohl-als-auch-Logik‘ junger Menschen zu folgen und altruistische und egotaktische Motive für einen Freiwilligendienst im Rahmen der Ansprache miteinander zu verknüpfen. Unter den egotaktischen Vorteilen eines internationalen Freiwilligendienstes sollte den qualifizierenden Aspekten, den dieser für einen spezifischen Lebensabschnitt mit sich bringt, besondere Aufmerksamkeit zukommen. Damit kann nicht nur eine Emanzipation von der Wahrnehmung eines internationalen Freiwilligendienstes als ein bloßes Lückenglied angestrebt werden. Zusätzlich ermöglicht dies eine konstruktive Berücksichtigung der Anforderungen und Besonderheiten unterschiedlicher biographischer Bruchstellen.

Der Erfolg der Kommunikation bestehender Angebote hängt davon ab, wie differenziert und wie pragmatisch die Ansprache gestaltet wird. Die konkrete Ausgestaltung einer differenzierten und pragmatischen Ansprache knüpft sich wiederum an die Frage, welche Zielgruppen durch einzelne Träger oder auf Ebene der Trägerlandschaft insgesamt erreicht werden sollen. Wie eine optimierte Kommunikation aussieht, lässt sich nicht losgelöst von der Beantwortung dieser Frage definieren. Die Detailanalyse der Studie eröffnet jedoch die Möglichkeit, nach Beantwortung dieser Frage die jeweilige Ansprache-Performance systematisch zu reflektieren.

Mit einer explizit differenzierenden Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen, intuitiven Zugangslogiken auf Internetseiten sowie angepassten Bewerbungsverfahren lassen sich zudem die Hürden und Hindernisse für unterrepräsentierte Zielgrup-

pen reduzieren. Gleichzeitig wird deutlich, dass der Wirksamkeit einer optimierten Ansprache insofern Grenzen gesetzt sind, als dass gesellschaftlich reproduzierte Ungleichheiten dazu führen, dass benachteiligte Zielgruppen oft gar nicht erst an den Orten einer verbesserten Ansprache ankommen oder die Formate der angebotenen Dienste selbst eine zu große Einstiegshürde darstellen.

Um unterrepräsentierte Zielgruppen besser zu erreichen, sind von daher neben einer Verbesserung der allgemeinen Ansprache sowohl verstärkte Bemühungen in der Heranführung dieser Gruppen an die bestehenden Angebote (Kompensationsversuche der Ungleichheiten) als auch die Flexibilisierung bestehender und die Erprobung neuer Formate erforderlich. Hierfür versprechen das Know-How der Trägerorganisationen, aber auch vergleichbare Programme anderer Länder oder vergleichbare Bemühungen anderer Praxisfelder wertvolles Erfahrungswissen, das für die weitere Gestaltung des Trägerfeldes nutzbar gemacht werden könnte. Zudem empfiehlt sich eine systematischere Berücksichtigung der Perspektiven der Partnerorganisationen sowie der jungen Menschen selbst.

Von der Gestaltung der Rahmenbedingungen bestehender und der Erprobung neuer Angebote dürfen Wirkungen hinsichtlich der Erreichbarkeit von Zielgruppen ausgehen, die weiter reichen als die bloße Optimierung der kommunikativen Ansprache. Hier steht insbesondere die staatliche Steuerung insofern in der Verantwortung, als dass die bislang gesetzten Rahmenbedingungen die strukturelle Benachteiligung unterrepräsentierter Zielgruppen entgegen des erklärten politischen Willens im Allgemeinen zementieren und dort, wo dem regulierend entgegengewirkt werden soll, noch nicht ausreichend kompensieren.

## Einleitung

Der erste Schlüsselmoment bei der Organisation und Durchführung eines internationalen Freiwilligendienstes ist der Zugang der Trägerorganisationen zu ihren Zielgruppen. Hauptzielgruppe sind dabei junge Menschen, die in Deutschland leben und sich für die Möglichkeit interessieren, als junge Erwachsene einen Freiwilligendienst im Ausland zu leisten. Vor dem Hintergrund kleiner werdender Jahrgänge, prosperierender Alternativen (wie z.B. Voluntourismus, Inlandsfreiwilligendienste oder der direkte Übergang in Ausbildung, Studium oder Beruf) und angesichts des Umstands, dass auch die Jugend in einer sich rasch wandelnden Gesellschaft heute anders 'tickt' als noch vor zehn oder zwanzig Jahren, erweist es sich als eine zentrale und immer wieder neue Herausforderung für Trägerorganisationen internationaler Freiwilligendienste, Zugang zu jungen Menschen zu finden. Hinzu kommt, dass nicht alle jungen Menschen in Hinblick auf einen internationalen Freiwilligendienst gleichermaßen situiert, informiert, interessiert und motiviert und damit unterschiedlich gut erreichbar sind. Die 'heutige Jugend' setzt sich aus unterschiedlichen lebensweltlichen Gruppen und Menschen mit unterschiedlichen biographischen Werdegängen zusammen. Entsprechend nimmt die Frage nach den verschiedenen Zielgruppen und ihrer Erreichbarkeit für internationale Freiwilligendienste zu bestimmten 'biographischen Momenten' in den Praktiken einzelner Entsendeorganisationen sowie in den Auseinandersetzungen um die künftige Gestaltung der Trägerlandschaft im Allgemeinen eine bedeutende Stellung ein.

Für einzelne Entsendeorganisationen ist es zum einen von Interesse, welche die geeigneten oder erwünschten jungen Menschen für sie, 'ihre' Partnerorganisationen und deren Einsatzstellen sind. Zum anderen knüpft sich daran die Frage, wie diese am besten angesprochen und über die Ansprache als Freiwillige gewonnen werden können.

Für die Trägerlandschaft als Ganzes rückt das Erreichen unterschiedlicher Zielgruppen in zweierlei Hinsicht ins Blickfeld. Auf der einen Seite stellt sich die Frage, ob und inwieweit durch demogra-

phischen Wandel und konkurrierende kommerzielle Angebote die quantitative Notwendigkeit entsteht, junge Menschen sowohl innerhalb der bereits gut erreichten, als auch aus bislang kaum erreichten Zielgruppen verbessert anzusprechen. Auf der anderen Seite sieht sich die Trägerlandschaft mit dem qualitativen Problem konfrontiert, dass ihr Angebot hauptsächlich von einer relativ homogenen Gruppe (Abiturient\_innen aus besser gestellten Elternhäusern, darunter überwiegend Frauen) wahrgenommen wird. Andere Gruppen hingegen, wie z.B. Menschen mit einer Berufsausbildung oder mit einem Migrationshintergrund, sprechen kaum auf die bestehenden Angebote an. Letzteres wirft – gerade vor dem Hintergrund politischer Ambitionen für einen möglichst inklusiven und vielfältigen Freiwilligendienst – grundsätzliche Fragen des Zugangs junger Menschen zu internationalen Freiwilligendiensten auf, deren Beantwortung weit über die internen Faktoren der Trägerlandschaft (z.B. Ansprache, Formate der Dienste) hinaus reicht.

### Fragestellung der Studie

Vorliegende Studie beleuchtet den Zugang internationaler Freiwilligendienste zu jungen Menschen und arbeitet zentrale Herausforderungen für die Trägerorganisationen heraus.

Das Erkenntnisziel ist ein besseres Verständnis (und darüber womöglich auch eine bessere Gestaltung) wechselseitiger Zugänge. Nicht nur mit Blick auf die jungen Menschen stellt sich die Frage, wofür diese sich interessieren und motivieren lassen und inwieweit Träger internationaler Freiwilligendienste dadurch für sie unter Umständen interessant sind. Auch aus Sicht der Träger ist es von Interesse, welche der verschiedenen Gruppen junger Menschen für sie als Zielgruppen relevant sind, welche dieser Zielgruppen bereits erreicht werden und welche unter Umständen künftig erreicht werden könnten oder sollten.

Um diesem Erkenntnisziel, einem besseren Verständnis des Verhältnisses von jungen Menschen zu internationalen Freiwilligendiensten und umgekehrt, näher zu kommen, bedarf es zunächst un-



terschiedlicher perspektivischer Zugänge. Wie ist die heutige Trägerlandschaft aufgestellt? Welche Formate bietet sie an? Wen erreicht sie damit und wen nicht? Welche Lebensläufe gestalten sich junge Menschen heute und wie lässt sich ein internationaler Freiwilligendienst darin einbetten? In welchen unterschiedlichen Lebenswelten (mit unterschiedlichen Lebenschancen) bewegen sich junge Menschen? Und was sind schließlich die gesellschaftlichen Kontexte, in denen sich junge Menschen und Träger verorten lassen, und wie wirken sich diese auf die Gestaltung der Trägerlandschaft aus? Welche Herausforderungen kommen dadurch auf die Trägerorganisationen zu?

Informiert durch eine solche Einbettung des Feldes internationaler Freiwilligendienste lassen sich schließlich die kommunikativen Zugänge, also die Interaktionen zwischen jungen Menschen und Trägern, näher betrachten. Welche Formen und Wege der Ansprache (von den Trägern zu ihren Zielgruppen) lassen sich identifizieren? Welche Kriterien der Ansprache lassen sich herausarbeiten? Und was sind die Hürden und Hindernisse, sowohl hinsichtlich der Ansprache selbst, als auch hinsichtlich der institutionellen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen?

Die Studie geht diesen Fragen explorativ nach und gelangt dadurch sowohl zu ersten Antworten im Sinne von Anregungen und Empfehlungen (für einzelne Entsendeorganisationen genauso wie für die künftige Gestaltung der Trägerlandschaft als Ganzes), als auch zu weiterführenden Fragen, die einer vertieften Untersuchung bedürften.

### Methodik und Datengrundlage

Hierfür erfolgte zum einen – vor allem zur Herausarbeitung der perspektivischen Zugänge – eine Literaturlauswertung aus dem Bereich der Jugendforschung, insbesondere der aktuellen deutschen Jugendstudien (Shell-Studie 2010, Sinus-Studie 2012). Als Grundmodell für die Unterscheidung der verschiedenen Lebenswelten junger Menschen wurde hierbei das Sinus-Lebensweltenmodell (14- bis 17-Jährige) verwendet. Die Wahl für das Sinus-Modell begründet sich vor allem darin, dass ein lebensweltlicher Ansatz am ehesten Antworten erhoffen lässt für alle, die –

wie die Träger internationaler Freiwilligendienste – “kommunikative Zugänge zu Jugendlichen suchen” (Klaus Hurrelmann, Vorwort zur Sinus-Jugendstudie).

Zum anderen wurden – vor allem zur Herausarbeitung der kommunikativen Zugänge – Webpräsenzen von fünf größeren Trägern analysiert sowie problemzentrierte Interviews (Witzel 1989) geführt, um die Performance, Erfahrungen, Strategien und Reflexionen einiger der involvierten Akteursgruppen zu berücksichtigen. Die Auswertung der Webpräsenzen (Homepages und Seiten in den sozialen Netzwerken) erfolgte anhand vorab erarbeiteter Kriterien der Ansprache. Die Problemzentrierung der Interviews lag im Allgemeinen auf der Ansprache junger Menschen für internationale Freiwilligendienste. Vier Interviews wurden mit Verantwortlichen für die Öffentlichkeitsarbeit einzelner Träger geführt, deren Webpräsenzen zuvor Gegenstand der Analyse waren. Leitthemen der Interviews waren die Erfahrungen der letzten Jahre, die Herausforderungen für die Zukunft sowie die Strategien, die bezüglich der Erreichbarkeit junger Menschen vorhanden sind. Die Untersuchung der Ansprache größerer Träger ermöglichte, auch quantitative Tendenzen zu erfassen, während die Kriterien der Ansprache auf den Webseiten grundsätzlich auch auf die digitale Ansprache kleinerer Entsendeorganisationen anwendbar sind. Durch die Interviews konnte zudem die digitale Ansprache über die Webpräsenzen innerhalb des breiten Spektrums von Anspracheformen verortet werden. Drei Interviews wurden mit Mitarbeiter\_innen von Trägern geführt, die u.a. in Projekten zur Erreichung unterrepräsentierter Zielgruppen tätig sind/waren. Leitthemen der Interviews waren Inhalte der unternehmenen Maßnahmen, Erfahrungen und Ergebnisse bei der Umsetzung, Erklärungen für Erfolge und Misserfolge sowie Anregungen für künftige Bemühungen. Schließlich wurden mit zwei jungen Menschen, die sich den bisher schwer erreichbaren Zielgruppen zuordnen lassen, 'User-Tests' durchgeführt: nach der Erprobung ausgewählter Webseiten anhand eines Fragenkatalogs wurde ein Interview über diesen Test geführt, sowie über ihre Erfahrungen und Einschätzungen hinsichtlich internationaler Freiwilligendienste im Allgemeinen. Neben den problemzentrierten Interviews fand im Rahmen eines Vortrags

bei einer Fachtagung des AKLHÜ eine Gruppendiskussion mit dem Publikum statt, bei der die vorläufigen Empfehlungen der Studie sowie die aufgeworfenen Fragen in einem erweiterten Kreis diskutiert werden konnten. Die Interviews und die Gruppendiskussion wurden aufgenommen und im Sinne von Fallanalysen interpretativ ausgewertet.

### Aufbau und Darstellung

In Kapitel 2 wird zunächst eine Einbettung des Feldes internationaler Freiwilligendienste vorgenommen. Dies umfasst eine Darstellung der heutigen Trägerlandschaft internationaler Freiwilligendienste inklusive der zentralen Trends der letzten Jahre, eine Zusammenfassung zentraler Gegenstandsbereiche und Befunde der aktuellen Jugendforschung inklusive einer Einführung in den lebensweltlichen Zugang der genannten Sinus-Studie, sowie eine Skizzierung der maßgeblichen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, innerhalb derer sich die heutige Trägerlandschaft verortet und behaupten muss.

Basierend auf dem in Kapitel 2 herausgearbeiteten Kontext werden in Kapitel 3 mit den Orten der Ansprache, der Differenziertheit der Ansprache, der Pragmatik der Ansprache und möglichen Hürden und Hindernissen die zentrale Kriterien der Ansprache vorgestellt, die den empirischen Teil der Studie (Analyse der Webpräsenzen, problemzentrierte Interviews) anleiten.

Kapitel 4 erörtert die Praktiken und Erfahrungen der Träger im Zugang zu jungen Menschen. Die Rolle unterschiedlicher Orte der Ansprache und die Aspekte einer differenzierten und einer pragmatischen Ansprache werden in ihren Grundzügen und anhand von veranschaulichenden Beispielen deutlich gemacht und diskutiert.

Kapitel 5 befasst sich mit den Hürden und Hindernissen, die hinsichtlich der Erreichbarkeit benachteiligter Zielgruppen bestehen. Neben problematischen Aspekten der direkten Ansprache junger Menschen durch Trägerorganisationen stehen hier auch Überlegungen im Mittelpunkt, inwieweit institutionelle und gesellschaftliche Rahmenbedingungen Grenzen aufzeigen, die selbst bei einer optimierten Ansprache

den Zugang für benachteiligte Zielgruppen verhindern.

Kapitel 6 spricht schließlich Anregungen und Empfehlungen aus, wie die Ansprache junger Menschen durch Träger internationaler Freiwilligendienste optimiert und wie bestehende Hürden und Hindernisse im Zugang zu diesen Diensten abgebaut werden könnten. Dabei richtet sich der erste Teil der Empfehlungen an die Praxis der Träger, indem sie eine Anleitung zur systematischen Reflexion der eigenen Ansprache-Performance offerieren. Der zweite Teil dagegen richtet sich an die Gestalter\_innen der Trägerlandschaft und ihrer Programme und Formate, vor allem in Hinblick auf die Herausforderung, benachteiligte Zielgruppen besser zu erreichen. Dies umfasst auch weiterführende Fragen, die vertieft untersucht werden sollten, um dem ambitionierten Ziel der Inklusion und Diversität in internationalen Freiwilligendiensten einige Schritte näher zukommen.

Die wichtigsten Erkenntnisse der Studie finden sich in Kapitel 7 nochmals zusammengefasst.

Auf die Nennung der ausgewerteten Webpräsenzen wird verzichtet. Die interviewten (und bei der Gruppendiskussion diskutierenden) Personen bleiben anonym und werden unter Angabe der jeweiligen Akteursgruppe (Mitarbeiter\_in Trägerorganisation; junge\_r Erwachsene\_r) zitiert. Aufgeführte Beispiele der Webseitengestaltung sind den tatsächlich analysierten Seiten entlehnt. Da es in der Studie darum geht, grundlegende Aspekte der Ansprache und des Zugangs zu jungen Menschen aus Sicht der Träger internationaler Freiwilligendienste herauszuarbeiten, bringt diese Vorgehensweise keine qualitativen Nachteile mit sich und es bleibt der zugesicherte vertrauliche Rahmen der untersuchten Organisationen und Personen gewahrt.

### Danksagung

Diesen gilt mein herzlicher Dank für ihre Zeit und Offenheit sowie für die geteilten Einblicke und Gedanken. Nur so konnten die Zusammenhänge des Praxisfeldes internationale Freiwilligendienste in Deutschland herausgearbeitet und mit vorliegenden wissenschaftlichen Studien fruchtbar verknüpft

werden. Mein Dank gilt auch Thomas Maier für die stets hilfreichen und konstruktiv kritischen Kommentare und Anregungen während dieser Verknüpfungsbearbeitung.

## Einbettung des Feldes internationaler Freiwilligendienste

Das Feld der internationalen Freiwilligendienste unterliegt in jüngster Vergangenheit tiefgreifenden Wandlungsprozessen. Dies betrifft sowohl die Trägerlandschaft als das institutionelle Geflecht, das bestehende und neu entstehende Angebote solcher Dienste bereitstellt und gestaltet, als auch die Lebenswirklichkeit junger Menschen als die Hauptzielgruppe dieser Angebote sowie die diese prägenden gesellschaftlichen Rahmenbedingungen. Zur Einordnung und Bewertung der herausgearbeiteten Analysen und Empfehlungen hinsichtlich des Zugangs von Trägern zu jungen Menschen (und umgekehrt) werden zunächst die wichtigsten dieser Wandlungsprozesse eingeführt.

### Trägerlandschaft internationaler Freiwilligendienste

Die Geschichte moderner internationaler Freiwilligendienste reicht zurück zum Beginn des vergangenen Jahrhunderts. Aufgrund der Erfahrungen des Ersten Weltkriegs und den damit verknüpften gesellschaftlichen Veränderungen wurden unterschiedliche Ideen eines Engagements in Form von unentgeltlichen Arbeitseinsätzen entwickelt (vgl. Euler 2007). Nach anfänglichem Schwerpunkt auf Einsätzen im Bereich der Not- und Katastrophenhilfe entwickelten sich mit der Zeit vielfältige Einsatzfelder in Zusammenarbeit mit gemeinwohlorientierten Partnerorganisationen.

*„Die damals friedenspolitisch orientierten Trägerorganisationen, die auch heute noch internationale Freiwilligendienste anbieten, verfolgten klar formulierte Ziele. Es galt, Vorurteile zu überwinden und Feindschaften zwischen den Völkern abzubauen bzw. Verständnis für andere Lebensumstände zu gewinnen*

*sowie sozialer Ungerechtigkeit zu begegnen. Aus diesem Ansatz erwachsen erste Konzepte, deren integrale Bestandteile Bildung und somit auch Lernen waren.“ (Euler 2007:3f)*

Im Gegensatz zu den nationalen Freiwilligendiensten entwickelten sich die internationalen Freiwilligendienste nach dem Zweiten Weltkrieg in den ersten Jahrzehnten der Bundesrepublik weitgehend losgelöst von staatlicher Beeinflussung unter Regie der zivilgesellschaftlichen und kirchlichen Träger in Kooperation mit ‚ihren‘ Partnerorganisationen im Ausland (vgl. Fischer/Haas 2015). Die Einführung des Entwicklungshelfergesetzes 1969 beeinflusste die entstehenden Dienste für Fachkräfte in der personellen Entwicklungszusammenarbeit. Für die internationalen Freiwilligendienste dagegen begann eine gesetzliche Regulierung erst wesentlich später und anfangs mit geringer Regelungstiefe und Breitenwirkung. Mit der Einrichtung des – als Zivildienstersatz für junge Männer konzipierten – Anderen Dienstes im Ausland (ADiA) 1986 entstand eine erste Dienstform, die gesetzlich reguliert war, jedoch mit geringen Auflagen und ohne staatliche Förderung. Die Finanzierung lag weiterhin bei den Trägern und vor allem bei den teilnehmenden Freiwilligen (Eigenfinanzierung, Spendenkreise). Mit der Ausweitung des Freiwilligen Sozialen Jahres (FSJ) auf Einsätze im Ausland und der Einführung des Europäischen Freiwilligendienstes (EFD) der Europäischen Union in den 1990er Jahren erlangten staatlich geregelte und geförderte Freiwilligendienste auch für die Auslandsdienste Bedeutung (Fischer/Haas 2015:111f). Bis ins Jahr 2007 überragte jedoch die Anzahl der Teilnehmenden der ‚ungeregelten‘ Freiwilligendienste (privatrechtlich geregelt) weiterhin die der (gesetzlich) geregelten Freiwilligendienste (AKLHÜ 2009:8).

Vor dem Hintergrund dieser kurzen historischen Einordnung wird die Tragweite der Wandlungsprozesse innerhalb der Trägerlandschaft deutlich, die ab dem Jahr 2008 sichtbar in Erscheinung getreten sind. In deren Mittelpunkt steht eine Institutionalisierung der internationalen Freiwilligendienste im Rahmen einer gezielten Förderung des freiwilligen Engagements durch die Bundesregierung (vgl. Euler 2007:4). Insbesondere durch die Einführung des ent-

wicklungspolitischen Freiwilligendienstes weltwärts (BMZ) im Jahr 2008 und des Internationalen Jugendfreiwilligendienstes IJFD (BMFSFJ) im Jahr 2011 wurden die meisten Trägerorganisationen und die durch sie organisierten Entsendungen überwiegend in staatlich koordinierte Programme integriert. Damit hat sich innerhalb kürzester Zeit das Gleichgewicht der Trägerlandschaft geändert. Für die Trägerorganisationen bedeutet dies einerseits einen gestiegenen Zugang zu öffentlichen Fördermitteln für die Umsetzung der Programme, andererseits eine Ablösung der jahrzehntelang ausgeübten Eigenregie durch zunehmenden staatlichen Einfluss. Dies gilt insbesondere in den Bereichen Finanzierung, Steuerung und Ownership der Programme, wobei die Höhe der Förderung mit dem staatlichen Einfluss korreliert (vgl. Fischer/Haas 2015:131ff). Für die Erreichbarkeit junger Menschen durch internationale Freiwilligendienste lassen sich im Zuge dieser institutionellen Wandlungsprozesse anhand der Statistiken der letzten Jahre (AKLHÜ 2009, 2010, 2011, 2012, 2013a, 2014) einige Trends ableiten, die für die Frage nach der künftigen Gestaltung des Zugangs zu neuen Freiwilligen von Relevanz sind.

Die absolute Anzahl der Teilnehmenden an internationalen Freiwilligendiensten ist mit der Einführung der neuen Förderprogramme angestiegen und die letzten drei Jahre auf erhöhtem Niveau stabil geblieben. Dabei fällt der Zuwachs eindeutig auf die geregelten Freiwilligendienste: Waren es 2005 noch knapp 2.000 und 2007 immerhin schon 2.798 Freiwillige (AKLHÜ 2010:7), so wurden 2008 bereits 4.530, 2009 dann 5.705 und seit 2010 stets über 6.000 Freiwillige in den geregelten Diensten vermittelt (AKLHÜ 2010, 2014). Damit kippte mit der Einführung des weltwärts-Programms erstmals das Verhältnis der Teilnehmenden an unregelmäßigen und geregelten Diensten zugunsten der letzteren, die 2013 bereits 87% aller Entsendungen (ohne Workcamps) ausmachten (AKLHÜ 2014:7). In den letzten Jahren erweisen sich weltwärts (3.366 Entsendungen in 2013) und der IJFD (2.764 Entsendungen in 2013) als die beiden dominanten Programme, über die gut drei Viertel aller Freiwilligen ins Ausland vermittelt werden. Ein kontinuierlicher Rückgang der Freiwilligenzahlen ist dagegen bei den unregelmäßigen Diensten (2008:

1.484 Freiwillige; 2013: 991 Freiwillige) und Workcamps (2008: 2.196 Freiwillige; 2013: 1.556 Freiwillige) zu verzeichnen (AKLHÜ 2009, 2014).

Diese Entwicklung der absoluten Zahlen weist darauf hin, dass die geregelten Programme – vor allem weltwärts und IJFD – zunehmend die Ressourcen der Trägerorganisationen absorbieren. Mit der Festlegung ihrer Formate ist deswegen auch von einem nicht zu unterschätzenden Einfluss darauf auszugehen, welche Zielgruppen durch sie bzw. mit ihnen erreicht werden.

Mit Ausnahme des EFD, der mit einer möglichen Dauer von 2 bis 12 Monaten flexiblere Aufenthaltszeiten zulässt (gleichzeitig aber an Bedeutung gegenüber den neuen Programmen verliert), liegt der Schwerpunkt der Programme auf einer längeren Dienstdauer (vgl. AKLHÜ 2013b). Zwar sind weltwärts und IJFD formal bereits ab 6 Monaten Dauer möglich, aufgrund der an die Anzahl der Auslandsmonate gekoppelten Finanzierungsmodelle fokussieren sie in der Praxis jedoch auf einjährige Aufenthalte. Mit Abstand die meisten Freiwilligen (5.622 bzw. etwa 72%) absolvierten in 2013 einen Dienst von 11 bis 13 Monaten (AKLHÜ 2014:9). Zusammen mit der allgemeinen Abnahme der unregelmäßigen Dienste und Workcamps geht der Trend derzeit also Richtung längerer Aufenthaltszeiten – zumindest im Sinne der heute verbreiteten Abstufung von kurz, mittel und lang.

Auch die personenbezogenen Ausschlusskriterien wie zulässiges Alter, Staatsangehörigkeit oder Bildungsabschluss sind auf der formalen Ebene relativ weit gefasst (AKLHÜ 2013b; vgl. Richtlinien und Internetseiten der Programme). So liegt die Altersbegrenzung bei weltwärts zwischen 18 und 28 Jahren und beim IJFD zwischen 16 (in der Regel aber 18) und 27 Jahren. Für weltwärts benötigen Freiwillige die deutsche Staatsangehörigkeit oder ein dauerhaftes Aufenthaltsrecht, beim IJFD sind neben deutschen auch ausländische Freiwillige zugelassen, sofern sie seit mindestens 3 Jahren in Deutschland leben, ein entsprechendes Aufenthaltsrecht/einen entsprechenden Aufenthaltstitel haben und nicht in ihr Heimatland entsandt werden. Für weltwärts benötigen Freiwillige laut Förderleitlinie „in der Regel gute Grundkenntnisse einer im Gastland gesproche-

nen Sprache“ sowie das Abitur oder bei Haupt- oder Realschulabschluss eine abgeschlossene Berufsausbildung (oder „vergleichbare Erfahrungen“), der IJFD verlangt weder Schul- noch Berufsabschluss. Durch die Übernahme der meisten Kosten und die Zahlung eines Taschengelds sollen die Programme einem möglichst breiten Kreis junger Menschen offen stehen. Mit etwas engeren Kriterien, seinem entwicklungspolitischen Fokus und der Beschränkung der Entsendungen auf sogenannte Entwicklungsländer erweist sich das weltwärts-Programm als etwas exklusiver bzw. höherschwelliger im Vergleich zum IJFD.

Die Praxis zeigt, dass die tatsächlich erreichten Freiwilligen trotz der formal relativ weit gefassten Ausschlusskriterien und trotz der expliziten Offenheit für alle Gruppen und Schichten eine sehr homogene Gruppe darstellen. Die meisten Freiwilligen sind zwischen 18 und 20 Jahren alt (AKLHÜ 2014:10f). Über 90% der Freiwilligen verfügen über das Abitur als den höchsten Bildungsabschluss, bei nur 1,1% (IJFD) oder weniger war dies in 2013 der Hauptschulabschluss (AKLHÜ 2014:11f). Über alle Dienste hinweg liegt der Frauenanteil über 60%, er ist in den letzten Jahren (nicht zuletzt nach Aussetzung des Zivildienstes) immer weiter gestiegen (AKLHÜ 2014:13). Nur wenige Freiwillige haben einen sogenannten Migrationshintergrund (13% laut weltwärts Freiwilligenbefragung 2014). Die meisten Freiwilligen stammen aus den alten Bundesländern. 1% oder weniger weisen eine anerkannte Behinderung im Sinne des SGB IX auf (vgl. Stern et al. 2011:31). So lässt sich für weltwärts pointieren, was in der Tendenz auch für die anderen geregelten internationalen Freiwilligendienste gilt: junge Menschen aus einkommensschwachen Familien, mit einem Migrationshintergrund, mit Berufsausbildung, ohne Abitur oder mit einer Beeinträchtigung/Behinderung sind Gruppen, die zwar in der Regel politisch als Freiwillige gewünscht sind, aber im Rahmen der bestehenden Programme und ihrer Formate kaum erreicht werden. Bei der typischen (weltwärts-)Freiwilligen handelt es sich um eine junge Frau mit folgenden Eigenschaften:

*„Sie ist eine Abiturientin von Anfang 20 mit deutscher Staatsangehörigkeit und ohne anerkannte Behinderung. Sie kommt außerdem aus einer Akademiker\_innenfamilie, in*

*der vorwiegend Deutsch gesprochen wird, die ein hohes Erwerbsniveau hat und im Westen Deutschlands lebt.“ (Kontzi 2015:113)*

### *Jugendforschung und Jugendstudien*

Wie die heutigen internationalen Freiwilligendienste ist auch die Jugend als biographische Lebensphase sowie als gesellschaftliche Gruppe ein modernes Phänomen, das in Abhängigkeit von der gesamtgesellschaftlichen Entwicklung einem stetigen Veränderungsprozess unterliegt. Neben der historischen Entstehung von Jugend als eigenständige Phase des Lebens mit ihr eigenen Entwicklungsaufgaben lassen sich zum einen Merkmale herausarbeiten, die für die Jugend einer Generation im Allgemeinen prägend sind, zum anderen aber auch Unterschiede aufzeigen, die zwischen verschiedenen Lebenswelten innerhalb einer Generation bestehen. Diese Gemeinsamkeiten und Unterschiede sollen hier in Hinblick auf Engagement im Allgemeinen und internationale Freiwilligendienste im Besonderen benannt werden.

Historisch gesehen beginnt die Herausbildung des heutigen Phänomens Jugend im Zuge der Industrialisierung und des Aufbaus einer wohlfahrtsstaatlichen Organisation von Gesellschaft ab Ende des 19. Jahrhunderts (vgl. Hurrelmann/Quenzel 2012:11ff). Mit der zunehmenden Verlagerung der Arbeit und wesentlicher sozialer Beziehungen in den außerhäuslichen Bereich wurde zunächst eine deutliche Abgrenzung zwischen der Erwachsenenwelt und der Lebenssphäre von Kindern und Jugendlichen vollzogen (Andresen/Hurrelmann 2010). Die Jugendphase machte anfangs nur einen sehr kurzen Abschnitt im Übergang von der Kindheit zum Berufseintritt und zur Gründung einer Familie aus. Mit steigenden Qualifikationsanforderungen für die Teilhabe an der Erwerbsarbeit, die vor allem durch eine allgemeine Schulpflicht (ab etwa 1900) und durch gesellschaftlich organisierte Einrichtungen zur Berufsqualifizierung außerhalb der Familie (ab den 1950er Jahren) sichtbar wurden, verlängerte sich diese Übergangsphase von der Kindheit ins Erwachsenenleben immer weiter (Hurrelmann/Quenzel 2012:20f; vgl. Jaide 1988). Sie hat heute eine Länge von mindestens 10, häufig

aber 15 bis 20 Jahren erreicht. Die zeitliche Ausdehnung ist eng mit einer Expansion des Bildungssystems verknüpft, durch das nicht nur die geforderten oder gewünschten Qualifikationen vermittelt werden können, sondern mit dem sich auch der Zeitpunkt des Eintritts in die Erwerbsarbeit angesichts der durch Rationalisierung, Technisierung und Automatisierung geringer werdenden Arbeitsplätze verzögern ließ (Hurrelmann/Quenzel 2012:22f). Damit hat das Jugendalter den Charakter eines bloßen Übergangs von der Kindheit ins Erwachsenenalter verloren und sich als eine eigenständige Lebensphase mit ihr eigenen Entwicklungsaufgaben herausgebildet.

Die sozialwissenschaftliche Jugendforschung unterscheidet vier zentrale Entwicklungsaufgaben, die in die Lebensphase Jugend zur Erfüllung normativer gesellschaftlicher Erwartungen fallen (Hurrelmann/Quenzel 2012:28f): ‚Qualifizieren‘, ‚Binden‘, ‚Konsumieren‘ und ‚Partizipieren‘. Beim ‚Qualifizieren‘ geht es um die Aneignung formaler Bildung sowie (informeller) sozialer Kompetenzen, um berufstätig und damit ökonomisch unabhängig werden zu können. Das ‚Binden‘ bezieht sich auf die Entwicklung einer Körper- und Geschlechtsidentität, die emotionale Ablösung von den Eltern sowie den Aufbau neuer Bindungen, mitunter, um eine eigene Familie gründen zu können. ‚Konsumieren‘ meint, soziale Kontakte sowie Strategien und Kompetenzen zu erwerben, um als Konsument\_in einen selbständigen Umgang mit Wirtschafts-, Freizeit- und Medienangeboten üben zu können. ‚Partizipieren‘ schließlich verweist auf die Anforderung, ein individuelles Werte- und Normensystem sowie die sozialen Kompetenzen zu entwickeln, um als Bürger\_in am politischen Geschehen teilhaben zu können. Die Erlangung des Erwachsenenstatus ist an die Erfüllung dieser vier Entwicklungsaufgaben geknüpft.

Die Bewältigung dieser Entwicklungsaufgaben, die sowohl den öffentlichen Bereich (Beruf, Konsum, Politik) als auch den privaten Bereich (Beziehung, Familie) abdecken, dauert im Normalfall unterschiedlich lange. Während in den Bereichen des Konsums und der sozialen und politischen Teilhabe eine relative Selbständigkeit immer früher eintritt, zögern sich der Eintritt in das Berufsleben und die Gründung einer festen Beziehung oder Familie oft immer wei-

ter hinaus. Dies führt zu einer spannungsgeladenen „Statusinkonsistenz“ (Hurrelmann/Quenzel 2012:43f) und einem eher diffusen Übergang von der Jugend ins Erwachsenenalter. Wie lange die Jugendphase dauert, hängt von den individuellen Lebensentwürfen und von den grundlegenden Orientierungen ab, mit deren Hilfe junge Menschen die sich ihnen stellenden Entwicklungsaufgaben angehen. Durch die zunehmende Dauer wird Jugend auch als ein ‚Matorium‘ bezeichnet, „eine Verweilzeit, die nicht [nur; S.D.] durch die Orientierung am anzustrebenden Erwachsenenstatus gekennzeichnet ist, sondern [auch; S.D.] durch ihre Eigenständigkeit und ihren Wert an sich“ (Hurrelmann/Quenzel 2012:46). Entsprechend finden sich bei jungen Menschen gleichzeitig, aber in unterschiedlicher Ausprägung eine Transitionsorientierung einerseits, eine Verbleibsorientierung andererseits (vgl. Reinders 2003, 2006). Bei binärer Ausprägung der beiden Orientierungen (stark/schwach) entstehen vier Kombinationsmöglichkeiten (vgl. Hurrelmann/Quenzel 2012:47f):

- Sind Verbleibs- und Transitionsorientierung schwach ausgeprägt, zögern Jugendliche nicht nur bei den Entwicklungsaufgaben ‚Qualifizieren‘ und ‚Binden‘, gleichzeitig „interessieren sie sich auch nicht dafür, eigene Optionen für die Gestaltung ihrer Lebensphase aufzubauen“. Diese Kombination wird mit dem Begriff „Diffusion“ beschrieben.
- Liegt der Schwerpunkt auf der Verbleibsorientierung, werden die Entwicklungsaufgaben ‚Qualifizieren‘ und ‚Binden‘ ebenfalls zögerlich angegangen, dagegen gestalten sie Jugendlichen das Verweilen in ihrer Lebensphase aktiv und intensiv. Freunde und mit ihnen gemeinsam zelebrierte subkulturelle Lebensstile spielen eine große Rolle. Auf diese Kombination wird der Begriff „Segregation“ angewendet.
- Demgegenüber steht der Begriff „Assimilation“ für die Kombination, in der der Schwerpunkt auf der Transitionsorientierung liegt. Hier orientieren sich Jugendliche an von der Elterngeneration vorgegebenen Lebensentwürfen und fokussieren sich auf die Bewältigung der Entwicklungsaufgaben mit dem Ziel, den Erwachsenenstatus zu erreichen, ohne dabei innovativ zu sein.

- Sind beide Orientierungen stark ausgeprägt, ist einerseits eine grundsätzliche Befolgung bestehender Lebensentwürfe zur Bewältigung der Entwicklungsaufgaben zu verzeichnen, andererseits wird dies durchaus durch Alternativen ergänzt, die auf die sich verändernden gesellschaftlichen Rahmenbedingungen reagieren und sich durch eine „ausgeprägte Gegenwartsorientierung in der Jugendzeit“ auszeichnen. Diese Kombination wird mit dem Begriff „Integration“ bezeichnet.

Während sich die Kombinationen bei Einzelnen im Laufe der Lebensphase Jugend verändern können, scheint innerhalb einzelner Generationen in Abhängigkeit von den vorherrschenden gesellschaftlichen Rahmenbedingungen jeweils eine Kombination zu dominieren. Die als „skeptische Generation“ (Schelsky 1963) bezeichnete Jugend der Nachkriegszeit war z.B. überwiegend an Assimilation orientiert, mit der 68er-Generation der Studentenbewegung wurde Segregation sichtbar, ein Muster, das aus ökonomischen Gründen (Knappheit an Ausbildungs- und Arbeitsplätzen) auch in der Jugend der 1980er und 1990er Jahre weit verbreitet war (Hurrelmann/Quenzel 2012:49).

Die heutige Jugendgeneration wird gemeinhin als „pragmatische Generation“ beschrieben (Albert et al. 2010). Dies entspricht einer beidseitig stark ausgeprägten Verbleibs- und Transitionsorientierung, die einen vorherrschenden Lebensentwurf der Integration ergibt (Hurrelmann/Quenzel 2012:49f). Die heutige junge Generation legt – trotz jüngster Wirtschafts- und Finanzkrisen – eine optimistische Grundhaltung an den Tag und begegnet alltäglichen, beruflichen und gesellschaftlichen Herausforderungen auf eine sehr pragmatische Weise:

*„Leistungsorientierung und das Suchen nach individuellen Aufstiegsmöglichkeiten im Verbund mit einem ausgeprägten Sinn für soziale Beziehungen im persönlichen Nahbereich prägen diese Generation. Eine pragmatische Generation behauptet sich“ (Albert et al. 2010:15).*

Der Begriff der Pragmatik betont eine „Handlungsorientierung, [...] die durch viel Ehrgeiz und Zähigkeit unterbaut ist“ (Albert et al. 2010:15). Tatkräftig

anzupacken, sich gegenseitig zu unterstützen und pragmatisch-taktisch flexibel zu sein, dient nicht nur der Bewältigung der vielfältigen Herausforderungen und des gesellschaftlichen Drucks, sondern bietet zusammen mit einer „lockeren Art“, Zeit zu verbringen und an die Dinge heranzugehen, gleichzeitig „Schutz davor, sich unterkriegen zu lassen“ (Albert et al. 2010:15).

Es zeigt sich in einem gesellschaftlichen Kontext, der auf Effizienz, Nützlichkeit sowie auf immer mehr Eigenverantwortung gegenüber immer weniger Solidarität abzielt,

*„eine Abnahme weltanschaulich geprägter und eine Zunahme pragmatischer Haltungen (z.B. bewusster Konsum statt demonstrativer Konsumkritik). Im Zuge dieser ‚pragmatischen Wende‘ entwickeln sich neue Wertekonfigurationen, die nicht mehr der Logik des ‚Entweder-oder‘, sondern dem Anspruch des ‚Sowohl-als-auch‘ verpflichtet sind“ (Calmbach et al. 2012:40).*

Während ein Fokus auf weltanschauliche Haltungen eher dem Muster der Segregation entspricht (wie es etwa für Teile der Generation der Studentenbewegung beschrieben wird), macht die Dominanz der pragmatischen Haltungen die integrativen Bemühungen der Jugendlichen deutlich, ideelle Aspekte mit sogenannten egotaktischen Motiven zu vereinbaren. Ein „starker Selbstbezug und eine Kosten und Nutzen abwägende Haltung“ sind dabei charakteristisch für Egotaktik (Hurrelmann/Quenzel 2012:53).

Eine solche ‚Sowohl-als-auch-Logik‘ findet sich auch beim Interesse für freiwilliges Engagement: altruistische und egotaktische Motive und Interessen schließen einander nicht aus, sondern ergänzen sich. So ist bei engagierten Jugendlichen im Vergleich zu älteren Menschen „eine stärkere Orientierung an den eigenen Interessen festzustellen, vor allem an einem beruflichen Nutzen des Engagements“ (Picot 2012:101; vgl. Gensicke/Geiss 2010, BMFSFJ 2010).

Insgesamt liegt soziales und ökologisches Engagement jungen Menschen näher als politisches (Calmbach et al. 2012:82). Das Interesse der ‚pragmatischen Generation‘ an gesellschaftlichen und

politischen Themen ist hinsichtlich explizit politischer Themenfelder, institutionalisierter Politik und in ihr agierender Politiker\_innen eher gering ausgeprägt, was sich in einem bescheidenen Politikinteresse und einer hohen Politikverdrossenheit niederschlägt. Unter einem erweiterten Politikbegriff, der z.B. Interesse an Ungerechtigkeit in der Gesellschaft oder an Gestaltung von Lebensräumen mit einbezieht, der also Themen umfasst, die bei den Jugendlichen einen Alltagsbezug haben oder bei denen sie das Gefühl haben, wirklich Einfluss nehmen zu können, sind junge Menschen weit weniger „politikfern“ (vgl. Calmbach et al. 2012:72ff).

*„Auffällig ist, dass zwar zuvorderst die bildungsnahen Jugendlichen Interesse an sozialpolitischen Themen äußern, die ‚dichtere‘ Beschreibung von Ungerechtigkeit – zumindest in Bezug auf die unmittelbare eigene Lebenswelt – jedoch von sozial Benachteiligten vorgebracht wird, da sie um diese Themen im Alltag gar nicht herumkommen.“ (Calmbach et al. 2012:72)*

Da die meisten jungen Menschen einen engen Politikbegriff auch zur Beschreibung ihrer eigenen Interessen verwenden, nehmen sie ihr politisches Interesse (oder gar Engagement) in einem erweiterten Sinne häufig gar nicht als solches wahr. Eine ähnliche Frage stellt sich im Bereich Engagement und Engagementverständnis. Wie viele der Jugendlichen wie (sehr) engagiert sind, lässt sich nicht so leicht beantworten. Beschränkt sich Engagement, wie es von anderen sowie von den Jugendlichen selbst wahrgenommen wird (in organisierter Form über einen längeren Zeitraum) auf bestimmte Gruppen, in denen vom Elternhaus und Freundeskreis her eine höhere Affinität zu ehrenamtlichen Tätigkeiten vorliegt, legen Jugendliche anderer Gruppen (z.B. bildungsferne Jugendliche, Jugendliche mit einem Migrationshintergrund) oft informelle Formen von Engagement im alltäglichen Nahbereich an den Tag, die sich dann nicht nur ihrer eigenen Sicht, sondern auch der der anderen entziehen.

*„So hat es den Anschein, dass das laut Freiwilligensurvey leicht rückläufige Engagement bei den Jugendlichen offenbar nicht mit einer*

*rückläufigen Bedeutung einhergeht, sich im Alltag für andere einzusetzen. Im Freiwilligensurvey zeigt sich zwar ein leichter Rückgang, wenn es um die konkrete Übernahme von Tätigkeiten und die darauf verwendete Zeit geht, aber die Bereitschaft, sich zu engagieren, hat bei Jugendlichen deutlich zugenommen. Auch dies passt mit den Ergebnissen der Shell Jugendstudie gut zusammen, die ja Engagement eher im Sinne des Sich-Einsetzens für andere definiert und wo sich entsprechend auch der Goodwill zu sozialer Teilhabe ausdrückt.“ (Albrecht et al. 2010:152f, Hervorhebungen S.D.)*

Derlei Überlegungen zu Interesse an Politik und Engagement deuten an, dass allgemeine Aussagen über die Jugend zwar gewisse Trends beleuchten können. Sie dürfen aber nicht über die Unterschiede hinwegtäuschen, die innerhalb der jeweiligen Generation bestehen. Nicht alle Jugendlichen verfügen über die gleichen Chancen, mithilfe einer pragmatischen Haltung die an sie gestellten Entwicklungsaufgaben zu bewältigen (Hurrelmann/Quenzel 2012:54f). Vielmehr ist – gerade in Hinblick auf das althergebrachte deutsche Bildungssystem – zu beobachten, dass die Ungleichheiten zunehmen und damit bestehende soziale Ungleichheiten (beispielsweise Benachteiligung von jungen Menschen aus unteren Schichten und mit Migrationshintergrund) reproduziert und verstärkt werden (vgl. Quenzel/Hurrelmann 2010).

Ein Zugang zu diesen Ungleichheiten, die sich auch in der Erreichbarkeit junger Menschen für internationale Freiwilligendienste widerspiegeln, ist eine lebensweltlich differenzierte Betrachtung der Jugendgeneration.

*„Lebensweltorientierte Zugänge sind in einer hochindividualisierten Gesellschaft unverzichtbar, weil soziale Zugehörigkeit heute nicht allein von schichtspezifischen Merkmalen geprägt wird, sondern insbesondere von gemeinsamen Wertorientierungen, Lebensstilen und ästhetischen Präferenzen“ (Calmbach et al. 2012:13)*



Mit der Verwendung des Sinus-Modells als Grundorientierung für diese Studie fällt die Wahl auf einen solchen lebensweltlichen Zugang. Für die 14- bis 17-Jährigen in Deutschland wurden basierend auf qualitativen Erhebungen sieben Lebenswelten unterschieden. Mittels einer Zuordnung dieser Lebenswelten zur Verteilung der betroffenen Alterskohorte auf die Sinus-Milieus wurden sie näherungsweise in ihrer Größe bestimmt.

*“Der Milieubegriff von Sinus orientiert sich an der Lebensweltanalyse von Gesellschaften. Im Rahmen der Sinus-Milieuforschung werden alle wichtigen Erlebnisbereiche empirisch untersucht, mit denen Menschen täglich zu tun haben. Entsprechend gruppieren die Sinus-Milieus Menschen, die sich in ihrer Lebensauffassung und Lebensweise ähneln. Grundlegende Wertorientierungen werden dabei ebenso berücksichtigt wie Alltagseinstellungen (zu Arbeit, Familie, Freizeit, Konsum, Medien etc.) und die soziale Lage. Die Sinus-Milieus rücken also den Menschen und das Bezugssystem seiner Lebenswelt ganzheitlich ins Blickfeld.” (Barth/Flaig 2013:18)*

Die Gruppierung (bzw. die Größenbestimmung der jeweiligen Gruppen) der jugendlichen Lebenswelten für Deutschland im Jahr 2012 basiert auf der letzten Aktualisierung des Sinus-Milieumodells von 2010. Weil im Alter zwischen 14 und 17 Jahren die Herausbildung der „soziokulturellen Kernidentität“ noch nicht abgeschlossen ist, da die meisten für die Jugendphase bedeutenden Umbrüche (z.B. Berufswahl, Auszug aus dem Elternhaus) noch ausstehen, wird hier statt von 'sozialen Milieus' von 'Lebenswelten' gesprochen (Calmbach et al. 2012:29).

Die Verortung der identifizierten Lebenswelten des Modells erfolgt entlang der Koordinaten der sozialen Schichtung (Ober-, Mittel- und Unterschicht bzw. hohes, mittleres und niedriges Bildungsniveau) und der vorrangigen grundlegenden Wertorientierung (traditionell, modern, postmodern). Dabei reflektieren die drei Grundwerte-Kategorien den gesellschaftlichen Wertewandel der letzten Jahrzehnte von traditionellen über moderne hin zu postmodernen Werten (vgl. Barth/Flaig 2013:16ff).

Im Einzelnen werden folgende Lebenswelten unterschieden (Bezeichnung und Kurzbeschreibung nach Calmbach et al. 2012:39):

- **Konservativ-Bürgerliche (13% Gesamtanteil; 43% weiblich/57% männlich; Bildungsniveau/Schichtzugehörigkeit: mittel/hoch – traditionelle Wertorientierung):** Die familien- und heimatorientierten Bodenständigen mit Traditionsbewusstsein und Verantwortungsethik.
- **Sozialökologische (10% Gesamtanteil; 70% weiblich/30% männlich; hoch – modern):** Die nachhaltigkeits- und gemeinwohlorientierten Jugendlichen mit sozialkritischer Grundhaltung und Offenheit für alternative Lebensentwürfe.
- **Adaptiv-Pragmatische (19% Gesamtanteil; 61% weiblich/39% männlich; v.a. mittel/hoch – modern):** Der leistungs- und familienorientierte moderne Mainstream mit hoher Anpassungsbereitschaft.
- **Expeditive (20% Gesamtanteil; 43% weiblich/57% männlich; mittel/v.a. hoch – postmodern):** Die erfolgs- und lifestyleorientierten Networker auf der Suche nach neuen Grenzen und unkonventionellen Erfahrungen.
- **Materialistische Hedonisten (12% Gesamtanteil; 40% weiblich/60% männlich; niedrig/mittel – traditionell/v.a. modern):** Die freizeit- und familienorientierte Unterschicht mit ausgeprägten marktbewussten Konsumwünschen.
- **Experimentalistische Hedonisten (19% Gesamtanteil; 46% weiblich/54% männlich; niedrig/mittel/wenige hoch – modern/postmodern):** Die spaß- und szeneorientierten Nonkonformisten mit Fokus auf Leben im Hier und Jetzt.
- **Prekäre (7% Gesamtanteil; 32% weiblich/68% männlich; niedrig – traditionell/modern):** Die um Orientierung und Teilhabe bemühten Jugendlichen mit schwierigen Startvoraussetzungen und Durchbeißermentalität.

Die unterschiedliche Verteilung der Geschlechter deutet zum einen auf die größeren Bildungsambitionen von weiblichen Jugendlichen hin, zum anderen scheint bei männlichen Jugendlichen eine höhere Spaß- und Erlebnisorientierung und ein stärkerer Hang zu Unkonventionalität/Nonkonformismus vor-

zuliegen. Weibliche Jugendliche verorten sich verstärkt in familien-, harmonie- und gemeinwohlorientierten Lebenswelten (Calmbach et al. 2012:36).

Für junge Erwachsene (20 bis 27 Jahre) kann vermutet werden, dass der Anteil der Hedonisten zugunsten anderer Lebenswelten (bzw. Milieus) etwas zurückgeht, was dafür spricht, dass ‚Hedonismus‘ teilweise „eine Milieuorientierung mit gesellschaftlich hoher Reproduktionskraft ist“, teilweise aber auch „ein jugendspezifisches Muster zur Emanzipation und Selbstfindung – [...] ein offensichtlich attraktives und funktionales Vehikel, das seine Funktionalität und Attraktivität in der neuen Lebensphase des Erwachsenseins verliert“ (Wippermann et al. 2007:22).

In Hinblick auf die expliziten Aussagen innerhalb der unterschiedenen Lebenswelten zum Thema Engagement und (teilweise) zum Interesse an einem Freiwilligendienst liegt nahe, dass

- Adaptiv-Pragmatische, Expeditive und Sozialökologische sowie mit Einschränkungen auch Konservativ-Bürgerliche als Lebenswelten prinzipiell von internationalen Freiwilligendiensten erreicht werden;
- Prekäre sowie materialistische und experimentelle Hedonisten dagegen im Großen und Ganzen nicht erreicht werden (vgl. Calmbach et al. 2012:85).

Damit besteht rein zahlenmäßig eine relativ gute Erreichbarkeit zu etwa 62% der jungen Menschen (14- bis 17-Jährige als Zielgruppe für die Freiwilligendienste der nächsten Jahre), eine eher schlechte Erreichbarkeit zu etwa 38%.

Der Blick in die einzelnen Lebenswelten erlaubt dabei ein differenzierteres Bild des Interesses der prinzipiell erreichbaren Gruppen sowie der möglichen Hürden für bisher kaum erreichte Gruppen. So unterscheidet sich bei den ‚Engagement-affinen‘ Gruppen beispielsweise, dass Konservativ-Bürgerliche, denen „die großen, etablierten Organisationen sozialen Engagements [...] weitgehend bekannt [sind], und deren Arbeit [...] sehr gelobt [wird]“, eher zu motivieren sind, „wenn sie das Gefühl haben, sich nicht gegen, sondern für etwas einzusetzen“ (Calmbach et al. 2012:128f). Die Sozialökologischen, „von

allen Jugendlichen am stärksten engagiert und motiviert, etwas zu verbessern und zu helfen“, treffen ihre Wahl für eine Organisation oder ein Projekt nicht beliebig, sondern setzen sich „im Vorfeld des Engagements in der Regel kritisch mit dem Problemfeld und der Organisation auseinander“ (Calmbach et al. 2012:321). Ähnliches gilt für die Expeditiven, die bei der Wahl des Projekts jedoch nicht so sehr die ideelle Ausrichtung, sondern vielmehr dessen Exklusivität interessiert: „Auf Offenheit stoßen zeitlich begrenzte und professionelle Projekte, bei denen sie nicht in der Masse untergehen, die inhaltlich ein starkes und ungewöhnliches Profil haben“ (Calmbach et al. 2012:361). Bei den Adaptiv-Pragmatischen, bei denen die Konzentration „zunächst vor allem dem eigenen Vorankommen und dem sozialen Nahraum“ geschenkt wird, gilt der Bruch nach der Schule als bester Zeitpunkt für einen Freiwilligendienst, sofern er „nicht der übrigen Planung mit der anschließenden Berufsausbildung bzw. dem Studium sowie der Paar-Beziehung im Weg“ steht (Calmbach et al. 2012:171f). Diese Beispiele deuten an, dass in den spezifischen Interessen und Motivationen der lebensweltlichen Zielgruppen unterschiedliche Potentiale und unterschiedliche Herausforderungen für eine darauf abgestimmte Ansprache liegen.

Bei den bisher kaum erreichten Lebenswelten steht dagegen das geringe Wissen um Beteiligungsmöglichkeiten im Vordergrund. Bei den Prekären erfordern die „eigenen Probleme und Herausforderungen des Alltags [...] bei vielen soviel Aufmerksamkeit und Kraft, dass wenig Energie und Raum für anderes bleibt. Außerdem sind Prekären Jugendlichen die Organisationen zivilen Engagements weitgehend unbekannt“ (Calmbach et al. 2012:207). Bei den Materialistischen Hedonisten paart sich die Unwissenheit mit einem Ohnmachtsgefühl: „Sie haben den Eindruck, dass die einen ‚oben sind und entscheiden dürfen‘ und die anderen ‚unten sind und nichts dagegen machen können‘“ (Calmbach et al. 2012:246). Experimentalistische Hedonisten sind derweil „vergleichsweise offen für soziales und politisches Engagement – solange man sich nicht langfristig binden muss und mit ‚uncoolen Leuten‘ (in Vereinen oder Parteien) zu tun hat und fremdbestimmt wird“ (Calmbach et al. 2012:284). Im Ge-

gensatz zu beispielsweise den Konservativ-Bürgerlichen spielt hier das Motiv des Protests bzw. gegen etwas zu sein eine große Rolle.

Dass die Grenze zwischen gut und schlecht erreichbaren Jugendlichen eindeutig schichtspezifisch verläuft, verweist auf eine strukturelle gesellschaftliche Problematik. Während eine lebensweltliche Differenzierung mitsamt ‚dichter Beschreibungen‘ einzelner lebensweltlicher Aspekte wichtige Anknüpfungspunkte für einen kommunikativen Zugang zu unterschiedlichen Zielgruppen ermöglichen kann (z.B. auch, indem die unterschiedlichen thematischen Interessen einzelner Gruppen berücksichtigt werden), erfordern sowohl die Erklärung als auch die Bemühungen um Reduzierung der bestehenden strukturellen Unterschiede einen zusätzlichen Blick auf gesellschaftliche Rahmenbedingungen. Mit diesem lassen sich sowohl die vorherrschenden Grundhaltungen der heutigen Jugendgeneration, als auch die bestehenden (und zunehmenden) Ungleichheiten beleuchten.

### Gesellschaftliche Rahmenbedingungen

Die ‚pragmatische Wende‘ der heutigen Jugendgeneration steht in Zusammenhang mit einer ‚Individualisierung‘ von gesellschaftlichen Lebensbedingungen:

*„Individualisierung bedeutet in diesem Sinne, daß die Biographie der Menschen aus vorgegebenen Fixierungen herausgelöst, offen, entscheidungsabhängig und als Aufgabe in das Handeln jedes einzelnen gelegt wird [...] Die Entscheidungen über Ausbildung, Beruf, Arbeitsplatz, Wohnort, Ehepartner, Kinderzahl usw. mit all ihren Unterunterentscheidungen können nicht nur, sondern müssen getroffen werden [...] Durch institutionelle und lebensgeschichtliche Vorgaben entstehen gleichsam Bausätze biographischer Kombinationsmöglichkeiten. Im Übergang von der Normal- zur Wahlbiographie bildet sich der konfliktive und historisch uneingeübte Typus der Bastelbiographie“ (Beck 1986:217, zitiert in Hurrelmann/Quenzel 2012:65).*

Dieser Übergang von der Normal- zur Wahlbiographie bringt damit nicht nur ein Gewinn an Wahlmöglichkeiten, sondern auch einen Wahlzwang mit sich, dessen Bewältigung von den Kompetenzen abhängig ist, die sich Jugendliche im Laufe der Zeit aneignen und je nach persönliche Disposition und gesellschaftlicher Ausgangssituation unterschiedlich aneignen können (Hurrelmann/Quenzel 2012:66).

Dass die aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen sowohl diese ‚Individualisierung‘ befördern, als auch die durch sie generierten Unterschiede verstärken, machen die „zeitdiagnostischen Schlüsselbegriffe“ deutlich, die die Sinus-Studie zur Beschreibung der Rahmenbedingungen der gegenwärtigen Jugendgeneration bemüht (vgl. Calmbach et al. 2012:14ff).

Im Allgemeinen ist eine ‚Wohlstandspolarisierung‘ zu beobachten, in dem Sinne, dass die Schere zwischen Arm und Reich immer weiter auseinander geht. Während arme Haushalte immer ärmer werden, nimmt die „ehemals statusoptimistische gesellschaftliche Mitte“ einen Abwärtstrend war, mit damit verbundenen Ängsten und einer gesteigerten Risikowahrnehmung; gleichzeitig „wächst der Grad an Freiheit und Wahlmöglichkeiten – was insbesondere die Lebensqualität der besser Situierten erhöht. Durch die Privatisierung von immer mehr Lebensrisiken werden vor allem sozial schwächere Bevölkerungsgruppen benachteiligt und tendenziell überfordert“ (Calmbach et al. 2012:15).

Zur Überforderung gerade junger Menschen trägt zudem eine Erhöhung des ‚Leistungs- und Bildungsdrucks‘ bei:

*„Lebenslanges fachliches Lernen ist in vielen Sektoren [...] zu einer Grundvoraussetzung für die Teilhabe auf dem Arbeitsmarkt geworden. Das setzt v.a. die Menschen mit einer geringen Bildungsaffinität unter Druck, deren Bildungs- und Ausbildungsabschlüsse ohnehin immer weiter entwertet werden [...] Aktuelle soziokulturelle Trends, wie beispielsweise Diversität, implizieren nicht nur Chancenvielfalt und kreative Möglichkeiten, sondern auch die permanente Aufforderung, sich in fremden Welten zurechtzufinden und agieren zu können“ (Calmbach et al. 2012:15f).*

Der zunehmende Leistungs- und Bildungsdruck paart sich mit immer mehr ‚Eigenverantwortung‘, die zu einer „Ausbreitung des Selbstverschuldungsprinzips [führt], die allmählich das Solidarprinzip und den gesellschaftlichen Sozialstaatskonsens verdrängt“ (Calmbach et al. 2012:17). Durch die ‚Entstandardisierung der Lebensläufe‘ werden Biographien immer weniger planbar und weisen häufiger Brüche auf. Gerade Jugendlichen wird immer stärker eine ‚Sozialisation in Eigenregie‘ abverlangt, wobei sie u.a. mit einer zunehmend unsicheren Familienplanung, einer ‚Digitalisierung des Alltags‘ und der Gefahr konfrontiert sind, von der ‚Prekarisierung‘ des Arbeitsmarkts betroffen zu sein.

Während diese Rahmenbedingungen den jungen Menschen auf individueller Ebene die aufgezeigte pragmatische Haltung nahe legen, bringt der demographische Wandel, der in Deutschland zu einem Schrumpfen des Anteils der jungen Menschen und insgesamt zu einer Alterung der Bevölkerung führt (vgl. Hurrelmann/Quentzel 2012:12), zusätzliche Herausforderungen auf politischer Ebene mit sich. Für die Jugend bedeutet dies, dass sie es „zunehmend schwer [hat], sich gesellschaftspolitisch Gehör zu verschaffen, und sie wird große Bemühungen unternehmen müssen, um die für ihre Belange wichtigen finanziellen Ressourcen zu gewinnen“ (Hurrelmann/Quentzel 2012:14), wohingegen die älteren Generationen weiter an politischem Gewicht gewinnen werden.

Für Trägerorganisationen internationaler Freiwilligendienste, für die das gesellschaftliche Feld ihrer Zielgruppen zentraler Bezugspunkt ihrer Aktivitäten ist, bringen die skizzierten Veränderungen und Rahmenbedingungen unterschiedliche Herausforderungen mit sich. Einerseits stellt sich qualitativ die Frage, inwieweit sie mit ihren Angeboten an die biographischen Anliegen und Anforderungen der jungen Menschen andocken können. Andererseits stellt sich angesichts des demographischen Wandels und konkurrierender kommerzieller Angebote quantitativ die Frage, inwieweit sie sich mit einer zahlenmäßig schrumpfenden Zielgruppe auseinandersetzen müssen.

Tab. 10: Schulabsolventinnen und -absolventen von allgemeinbildenden und beruflichen Schulen 2010 bis 2025 nach Ländergruppen und Abschlussart in 1 000

Jahr	Deutschland				
	Hauptschulabschluss	Mittlere Reife bzw. KV-Abschluss	Fachhochschulreife	Allgemeine bzw. Fachgebundene Hochschulreife	Beruflicher Abschluss
2010	208,2	442,9	141,4	315,8	950,1
2011	199,9	424,4	144,3	300,9	925,1
2012	184,6	410,6	137,5	300,4	877,0
2013	181,7	424,0	135,5	314,5	902,9
2014	174,6	426,6	133,1	321,7	845,9
2015	171,2	427,5	132,2	330,1	836,7
2016	166,0	419,1	130,5	332,3	824,0
2017	162,4	408,2	127,8	324,1	809,7
2018	157,8	398,5	124,8	318,0	792,4
2019	155,5	388,6	121,8	312,8	775,8
2020	151,7	380,7	119,3	304,3	780,1
2021	149,5	371,0	116,5	299,5	745,1
2022	148,4	360,3	114,2	292,0	732,9
2023	147,3	349,8	112,8	286,8	728,9
2024	146,7	341,0	111,7	282,1	718,9
2025	144,2	330,7	110,4	280,9	709,0

Abbildung 1: Entwicklung der Anzahl von Schulabsolvent\_innen bis ins Jahr 2025

Ein Blick auf die voraussichtliche Entwicklung der Anzahl von Schulabsolvent\_innen bis ins Jahr 2025 macht deutlich, dass die Jahrgänge aller Schulformen in den kommenden Jahren immer kleiner werden (Abbildung 1, entnommen aus: Statistischer Ämter des Bundes und der Länder 2012:68). Dies lässt bei gleichbleibender Verteilung der Motivationen und Interessen der jungen Menschen vermuten, dass sich die Anzahl der Bewerber\_innen für einen internationalen Freiwilligendienst reduzieren wird. Diese Entwicklung lässt sich bereits heute anhand der Erfahrungen größerer Trägerorganisationen beobachten, deren Entsendezahlen (mehrere zig oder hundert Freiwillige pro Jahr) für quantitative Veränderungen sensibel sein dürften. So wurde in den Interviews deutlich, dass bei zwei der Organisationen in den letzten Jahren die Anzahl der Bewerbungen rückläufig ist. Die anderen beiden gaben hier keine Tendenzen an, verwiesen jedoch darauf, dass eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit im Gegensatz zur Lage noch vor einigen Jahren unabdingbar geworden ist und man um die Freiwilligen kämpfen muss. Während bei einer Organisation angesichts einer exzellenten Ausgangssituation (Verhältnis von Bewerbungen zu Einsatzplätzen von 7:1) der Rückgang der Bewerbungen noch nicht als Problem wahrgenommen wird (aktuelles Verhältnis bei 3:1), hat dieser bei der anderen Organisation bereits einen kritischen Punkt erreicht. Entweder können dann einzelne Einsatzplätze nicht besetzt werden oder man entscheidet sich eher für Bewerber\_innen, die man früher vielleicht abgelehnt hätte (Mitarbeiter\_in Trägerorganisation).

Die Situation zusätzlich verschärfen können konkurrierende Angebote. Beschränkt man sich auf

diejenigen, die überhaupt ein Interesse an einem längeren Auslandsaufenthalt und/oder Freiwilligendienst haben, so ergeben sich auch in diesem Bereich heute vielfältige Wahlmöglichkeiten. Bezüglich Auslandsaufenthalten sind vermehrt Alternativen im Rahmen der formalen Ausbildung vorhanden (z.B. Auslandssemester während des Studiums, Berufspraktikum im Ausland). Was Freiwilligendienste angeht, sind zum einen die Inlandsfreiwilligendienste zu nennen, an denen jährlich ca. 90.000 junge Menschen teilnehmen (vgl. Jakob 2015:55). Zum anderen prosperieren neben bewährten Formaten wie z.B. ‚Work and Travel‘ oder ‚Au-Pair‘ neue kommerzielle Angebote von Auslandsaufenthalten, in denen praktische Arbeitseinsätze und freiwilliges Engagement eine Rolle spielen. An diesen unter dem Begriff Voluntourismus gebündelten Formaten nehmen heute schon jährlich schätzungsweise 10.000 bis 20.000 junge Menschen teil (Brot für die Welt et al. 2015:6). Das sind selbst bei vorsichtiger Schätzung bereits mehr Teilnehmende als an den geregelten Freiwilligendiensten des Trägerfeldes. Voluntourismus verspricht „Abenteuerurlaub inklusive des Gefühls, etwas Gutes zu tun“ (Brot für die Welt et al. 2015:6). Die Attraktivität dieser Angebote deckt sich mit den Beobachtungen seitens der Trägerorganisationen, die unter ihren Bewerberinnen einen Trend verzeichnen, dass das Interesse an kurzfristigen, oberflächlichen Aufenthalten mit mehr Reise- und Erlebnispotential steigt, dagegen der Wunsch nach einem tiefgründigeren Eintauchen in Lebens- und Arbeitszusammenhängen an ein und demselben Orte nachlässt (Interviews Mitarbeiter\_innen Trägerorganisationen).

Zwar wirken einige gerade der größeren Trägerorganisationen mit ihren traditionellen Kurzzeitformaten der unregulierten Dienste (z.B. Workcamps) oder auch in der Erprobung neuer Formate im (Rand)Bereich des Voluntourismus mit (Interviews Mitarbeiter\_innen Trägerorganisationen). Auch bringen sie aufgrund ihrer Erfahrung das Potential mit, hier qualitativ hochwertige Angebote bereit zu stellen – gerade angesichts teilweise gravierender Mängel der kommerziellen Anbieter in den Bereichen Auswahl, Vorbereitung, Begleitung, Nachbereitung, Transparenz, Kinderschutz und Zusammenarbeit mit loka-

len Partnerorganisationen (Brot für die Welt et al. 2015, vgl. Hertwig 2014). Sie sind jedoch durch die Dominanz der auf längere Aufenthalte ausgerichteten Förderprogramme hier bezüglich der ihnen verfügbaren finanziellen und zeitlich-personellen Ressourcen limitiert.

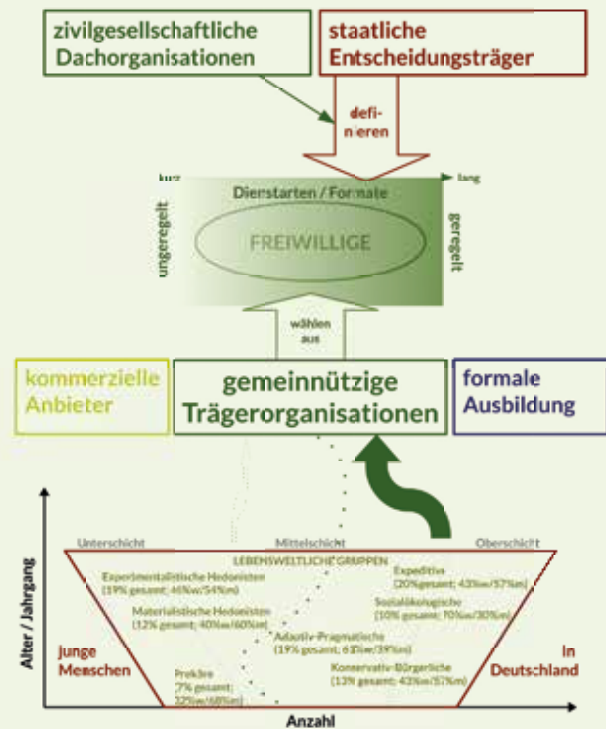


Abbildung 2: heutige Trägerlandschaft internationaler Freiwilligendienste und ihre Hauptzielgruppe (eigene Darstellung unter Berücksichtigung der Sinus-Studie 2012)

## Kriterien für die Ansprache junger Menschen

Die dargestellten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen der Trägerlandschaft internationaler Freiwilligendienste legen nahe, dass einer gezielten und zielgruppengerechten Ansprache junger Menschen in den kommenden Jahren eine große Bedeutung zukommen wird. Nicht zuletzt durch die Verkleinerung der Jahrgänge und die Vergrößerung alternativer Angebote für nicht- oder halb-touristische Auslandsaufenthalte werden die Trägerorganisationen noch größere Anstrengungen unternehmen müssen, um Zugang zu jungen Menschen zu finden. Dies kann zum einen darauf abzielen, überhaupt eine ausrei-

chende Anzahl junger Menschen zu erreichen. Zum anderen führt dies zusammen mit dem politischen Ziel, einem inklusiv(er)en Freiwilligendienst näher zu kommen, zu der Herausforderung, bisher schwer zugängliche Zielgruppen besser zu erreichen. Die veränderten und gestiegenen Anforderungen an die Lebensgestaltung junger Menschen haben einerseits zu einer pragmatischeren Grundhaltung geführt, andererseits verstärken sie bestehende, von der sozialen Ausgangssituation abhängige Unterschiede zwischen den Lebenswelten und deren Lebenschancen. Die Frage ist, wie eine gezielte und zielgruppengerechte Ansprache sowohl mit dieser Grundhaltung, als auch mit den bestehenden lebensweltlichen Unterschieden umgeht. Hierfür wurden die folgenden Kriterien für die Ansprache junger Menschen herausgearbeitet und der Analyse der Fallbeispiele zugrunde gelegt.

### Orte der Ansprache

Entscheidend für eine grundsätzliche Erreichbarkeit sind die Orte, an denen junge Menschen als potentielle Freiwillige angesprochen werden. Hier ist zunächst zu unterscheiden zwischen Orten, an denen eine direkte Ansprache durch Trägerorganisationen (oder andere Akteure der Trägerlandschaft) erfolgen kann, und Orten, die sich einer direkten Ansprache entziehen. Letzteres verweist auf die hohe Reproduktionskraft des jeweiligen sozialen Umfelds. So finden z.B. nicht alle Jugendlichen in gleichem Maße Vorbilder im Familien- und Freundeskreis oder in ihren Schulen, die ihnen nicht nur die Möglichkeit sondern auch die Machbarkeit und damit das Selbstvertrauen vermitteln, dass ein längerer Auslandsaufenthalt in Form eines Freiwilligendienstes eine sinnvolle, gewinnbringende und anstrebenswerte Option der Lebensgestaltung sein könnte.

Unter den Orten, an denen eine direkte Ansprache durch die Trägerorganisationen erfolgen kann (vgl. Daniel et al. 2014:86f), lassen sich Orte der digitalen und Orte der analogen Ansprache unterscheiden. Mit den Orten der digitalen Ansprache sind die Präsenzen der Trägerorganisationen (und auch der Verbände, Programme, Ministerien, etc.) im Internet gemeint. Hierzu gehören sowohl die Homepages als auch die Seiten in sozialen Netzwerken wie z.B. Fa-

cebook, Twitter oder Video-Kanäle. Der Schwerpunkt der Analyse wurde auf die digitale Ansprache der Träger gelegt. Dies hatte zum einen den pragmatischen Grund einer einfachen Zugänglichkeit, zum anderen wurde ein hoher Stellenwert digitaler Kanäle im Rahmen der Gesamtansprache vermutet. Zudem kann heute anders als vor einigen Jahren eine grundsätzliche (technische) Erreichbarkeit digitaler Informationen in allen Schichten und lebensweltlichen Gruppen angenommen werden (Albert et al. 2010:19f). Eine zentrale Frage im Rahmen der Untersuchung war die nach dem Verhältnis zwischen Homepages und sozialen Netzwerken und ihrer relativen Bedeutung im Prozess der Ansprache.

Mit den Orten der analogen Ansprache sind zum einen Printmedien wie z.B. Plakate, Broschüren oder Flyer gemeint, zum anderen Orte der persönlichen Ansprache wie z.B. Messestände, Auftritte in Unterrichtsstunden oder Infoveranstaltungen an Bildungseinrichtungen, wobei in der persönlichen Ansprache sowohl Printmedien als auch Elemente der digitalen Ansprache (z.B. Videos) eingesetzt werden können. Zur persönlichen Ansprache kann auch die Bereitstellung direkter Ansprechpersonen (z.B. Front-Office, zentrale Email-Adresse für Nachfragen, Angebot zur persönlichen Beratung) gehören. Außerdem spielt in der analogen Ansprache der Verweis auf die digitale Ansprache für den weiteren Informations- und ggf. Bewerbungsprozess eine Rolle. In den Interviews mit den Mitarbeiter\_innen der Trägerorganisationen wurde auf die unterschiedlichen Formen der analogen Ansprache und ihre Rolle im Rahmen der Gesamtansprache eingegangen.

### Differenzierte Ansprache

Die Webpräsenzen wurden in einem ersten Schritt dahingehend untersucht, wie differenziert die Ansprache erfolgt. Dies bezieht sich zunächst auf die angesprochenen Zielgruppen. Wer wird angesprochen? Werden verschiedene Zielgruppen unterschieden? Falls ja, werden diese auch unterschiedlich angesprochen? Sind lebensweltlich differenzierte Ansprachen zu erkennen? Inwieweit werden potentielle biographische Bruchstellen (z.B. Schulabschluss, Abschluss einer Berufsausbildung, Abschluss eines

Bachelor- oder Masterstudiengangs) thematisiert, an die sich ein internationaler Freiwilligendienst anschließen könnte?

Des Weiteren wurde untersucht, wie differenziert die angebotenen Programme/Formate und die Inhalte der Freiwilligendienste dargestellt werden. Auf Ebene der Programme und Formate kann zum einen die Unterscheidung unterschiedlicher Aufenthaltsdauern vorgenommen werden (z.B. Einsätze kurzer, mittlerer und langer Dauer). Zum anderen stellt sich die Frage, ob die angebotenen Freiwilligendienste einheitlich dargestellt werden oder ob bereits im Informationsprozess spezifische Formate wie z.B. weltwärts und IJFD unterschieden werden. Außerdem ermöglichen die Inhalte der Freiwilligendienste verschiedene Formen und Tiefen der differenzierten Darstellung, etwa nach Einsatzfeldern oder Zielländern.

### Pragmatische Ansprache

Während der Grad der Differenziertheit der Ansprache unterschiedliche Möglichkeiten der Kategorisierung des Zugangs zu Informationen über Dauer, Themen, Ländern, Alter, etc. aufzeigt, verweist in einem zweiten Schritt die Pragmatik der Ansprache darauf, wie, also in welcher Form und mit welchen sprachlichen Mitteln die Ansprache erfolgt.

An erster Stelle steht hier (wie erst die Ergebnisse der ‚User-Tests‘ offenbarten) der erste Eindruck, der darüber entscheiden kann, ob Interessent\_innen überhaupt auf der betreffenden Seite ‚hängenbleiben‘.

Gelingt dieser Einstieg, so stellt sich vor dem Hintergrund der ‚pragmatischen Wende‘ (vgl. Kapitel 2) die Frage, mit welchen Argumenten die angebotenen Freiwilligendienste dargestellt werden. Hierbei

Orte der Ansprache	Eigenschaften	Unterformen	Differenzierung	Pragmatik	Hürden & Hindernissen
<b>direkte Ansprache</b>	im Einflussbereich der Träger	<ul style="list-style-type: none"> <li>• digital</li> <li>• analog</li> </ul>	u.a. abhängig von den zur Verfügung stehenden Ressourcen	das ‚Wie‘ der Ansprache	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nicht optimierte Ansprache</li> <li>• Ressourcenmangel</li> </ul>
digitale Ansprache	Ansprache erfolgt im Internet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Homepages</li> <li>• soziale Netzwerke</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nach biographischen Momenten</li> <li>• nach Lebenswelten?</li> <li>• nach Programmen / Formaten</li> <li>• nach Dauer</li> <li>• nach Ländern</li> <li>• nach Tätigkeitsfeldern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• erster Eindruck</li> <li>• Verhältnis altruistischer und egotaktischer Motive / Argumente</li> <li>• Anschaulichkeit</li> <li>• Breite und Tiefe der Informationen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zugänglichkeit bezüglich Differenzierung und Pragmatik der Ansprache</li> <li>• Anforderungen an die Bewerber_innen</li> <li>• Format Bewerbungsprozess</li> </ul>
analoge Ansprache	schriftliche und persönliche mündliche Ansprache	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Printmedien</li> <li>• Messen</li> <li>• Schulbesuche</li> <li>• Infoveranstaltungen</li> <li>• Front-Office</li> <li>• Beratungsgespräche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• für Printmedien: s. digitale Ansprache</li> <li>• sonst: vom Ereignis abhängig (z.B. Schulform)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• für Printmedien: s. digitale Ansprache</li> <li>• sonst: von der Ansprache-Performance abhängig</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• für Printmedien: s. digitale Ansprache</li> <li>• Veranstaltungsformate</li> </ul>
<b>indirekte Ansprache</b>	entzieht sich dem Einfluss der Träger	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familie</li> <li>• Freundeskreis</li> <li>• Mitschüler / Mitschülerinnen</li> <li>• Nachbarschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nach sozialen Schichten und Milieus</li> <li>• nach jugendlichen Lebenswelten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorbilder</li> <li>• Erfahrungsaustausch</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bildungssystem</li> <li>• Nicht-Wissen</li> <li>• Überschuss oder Mangel an Selbstvertrauen</li> </ul>

Tabelle 1: Kriterien der Ansprache

wurde insbesondere beleuchtet, in welchem Verhältnis altruistische und egotaktische Motive zueinander stehen. In Verknüpfung mit einer differenzierten Ansprache bestimmter biographischer Brüche ist zudem von Interesse, inwieweit auf die jeweilige Lebenslauf-Situation eingegangen wird und welche qualifizierenden Vorteile eines internationalen Freiwilligendienstes dabei aufgeführt werden.

Schließlich wurde ganz allgemein die Anschaulichkeit betrachtet, mit der die jeweils ausdifferenzierten Themen, Aufgabenbereiche, Länder, Einsatzstellen etc. dargestellt werden. Was erfahren die Leser\_innen? Wie tief und ausführlich sind diese Informationen? In welcher Sprache werden sie vermittelt? Wie werden die Anforderungen an die Freiwilligen dargestellt?

### Hürden und Hindernisse

Hürden und Hindernisse beim Zugang zu internationalen Freiwilligendiensten lassen sich weder auf die (digitale) Ansprache reduzieren, noch können Ungleichheiten, die einer großen gesellschaftlichen Reproduktionskraft unterliegen, allein durch eine optimale Ansprache kompensiert werden. Aus diesem Grund wurden Erfahrungen und Einschätzungen aus der Praxis zu möglichen Hürden und Hindernissen im Rahmen der Interviews gesondert thematisiert (vgl. Kapitel 5). Nichtsdestotrotz wurden auch die Webpräsenzen dahingehend beleuchtet, wo innerhalb der digitalen Ansprache solche Hürden bestehen könnten und wo sich ggf. Versuche identifizieren lassen, diese zu reduzieren. Ein besonderes Augenmerk galt hierbei zum einen den inhaltlichen Anforderungen, die an die Bewerber\_innen herangetragen werden (z.B. Sprachkenntnisse, Voraussetzung von Engagement oder Engagementbereitschaft). Zum anderen wurden die Formate des Bewerbungsprozesses betrachtet und wurde gefragt, welche Angaben zu machen sind, welche Entscheidungen zu treffen sind und welche (intellektuellen) Herausforderungen an Lesen und Schreiben diese beinhalten.

## Ansprache und Erreichbarkeit – Erfahrungen und Praktiken

Die Auswertung ausgewählter Internetseiten durch den Autor und zwei exemplarische Nutzer\_innen aus schwerer erreichbaren Zielgruppen (ein\_e junge\_e Erwachsene\_r mit Migrationshintergrund und ein\_e junge\_e Erwachsene\_r ohne Abitur) sowie die über die problemzentrierten Interviews vermittelten Erfahrungen und Einschätzungen von Mitarbeiter\_innen der Trägerorganisationen eröffnen ein vielfältiges Bild der bisherigen Erfahrungen und aktuell angewandten Praktiken in der Ansprache junger Menschen für einen internationalen Freiwilligendienst. Die zentralen Aspekte dieser empirisch erhobenen Erfahrungen und Praktiken werden entlang der aufgestellten Kriterien der Ansprache (Orte, Differenziertheit, Pragmatik, Hürden und Hindernisse) hier vorgestellt und diskutiert.

### Orte der Ansprache

Als Orte der digitalen Ansprache nehmen die Homepages und Seiten der sozialen Netzwerke wie erwartet eine zentrale Stellung im gesamten Anspracheprozess ein. Dabei ist im Allgemeinen eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den Homepages und den sozialen Netzwerken festzustellen. Die Homepages sind die wichtigsten Informationsträgerinnen. Auf ihnen finden Interessent\_innen die wesentlichen Angaben zu den angebotenen Freiwilligendiensten sowie zu den Anforderungen und den Modalitäten im Rahmen des Bewerbungsprozesses. Dagegen werden die sozialen Netzwerke ihrem Namen gerecht, indem sie vor allem zur Vernetzung und zur schnellen Verbreitung kurzfristiger Anliegen (z.B. Verlängerung der Bewerbungsfrist oder dass noch dringend Freiwillige gesucht werden) beitragen und für weitergehende Informationen auf die Homepages oder an persönliche Anlaufstellen (z.B. Front-Office) verweisen.

In den sozialen Netzwerken präsent zu sein, bedeutet damit einen strategischen Vorteil für Träger, insbesondere wenn es darum geht, in möglichst kurzer Zeit eine möglichst große Zielgruppe zu errei-



chen. Um dies zu gewährleisten, ist ein nicht zu unterschätzender Zeit-/Personalaufwand erforderlich. Empfehlungen aus der Praxis, z.B. mindestens einmal täglich einen neuen Post auf der Facebook-Seite zu platzieren, sind damit nur bei vorhandenen Kapazitäten realisierbar. Die Möglichkeiten zur Optimierung dieses Mediums gehen z.T. soweit, dass Erkenntnisse dahingehend gesammelt und angewandt werden, an welchen Tagen und zu welchen Uhrzeiten bestimmte Zielgruppen am besten erreichbar sind und sich damit der ‚katalysatorische‘ Effekt der Netzwerke maximieren lässt.

Da die Mitglieder, die sich mit den Seiten der Träger vernetzen, nach Angaben der Mitarbeiter\_innen überwiegend aus aktuellen und ehemaligen Freiwilligen bestehen, liegt die Vermutung nahe, dass eine Verbreitung von Informationen hauptsächlich innerhalb der Zielgruppen erfolgt, die bereits von internationalen Freiwilligendiensten erreicht werden. Somit dürfte mit einer professionellen Nutzung dieses Instruments vor allem eine verbesserte Erreichbarkeit der vorhandenen Zielgruppen gelingen, weniger jedoch eine Ausweitung auf neue, bisher schwer zugängliche Lebenswelten.

Andererseits deuten die untersuchten Seiten der Träger in den sozialen Netzwerken deren Potential an, in einer im Vergleich zu den Homepages stärker bildlichen Sprache die Merkmale und Vorteile eines internationalen Freiwilligendienstes zu transportieren. Dies gelingt insbesondere dort, wo gepostete Photos mit passenden kurzen Statements verknüpft werden oder wo die Nutzer\_innen zu informativen Kurzvideos gelenkt werden. Zudem können – ebenfalls meist bebilderte – Posts von Freiwilligen einen plastischen, alltagsnahen Einblick in die Arbeits- und Lebensweise während eines Auslandsaufenthaltes vermitteln. Letzteres hängt von den Partizipationsmöglichkeiten ab, die Freiwillige und Ehemalige im Rahmen der Gestaltung der Netzwerkseite haben, sowie von der Dynamik, die sich von ihnen ausgehend entfaltet.

Obwohl die digitale Ansprache im Mittelpunkt aller untersuchten Träger steht, unternehmen viele von ihnen z.T. erhebliche Bemühungen im Bereich der analogen Ansprache. Neben Plakaten, Broschü-

ren und Flyern, die in erster Linie in Bildungseinrichtungen oder Berufsinformationszentren ausgehängt bzw. ausgelegt werden, sind Schul- und Messebesuche die zentralen Formate. Ergänzt werden diese ereignisorientierten Aktivitäten z.T. durch das Angebot direkter Information und Beratung per Telefon, E-Mail oder auch im persönlichen Gespräch. Meistens werden die Aktivitäten der analogen Ansprache in Zusammenhang mit Bemühungen genannt, einen Zugang zu schwer erreichbaren Zielgruppen zu bekommen. So sind oft Berufsschulen oder vergleichbare Einrichtungen, aber auch Jugendzentren in Stadtvierteln mit einem hohen Anteil an Jugendlichen mit Migrationshintergrund Ziele von Infoveranstaltungen. Abiturient\_innen sind hier als Zielgruppe weniger interessant, da diese in der Regel von selbst auf die angebotenen Freiwilligendienste ansprechen und einen zusätzlichen Aufwand nur bedingt rechtfertigen. Andererseits teilen manche Mitarbeiter\_innen die Erfahrung einer gewissen Resignation ob des überschaubaren Erfolgs der auf neue Zielgruppen ausgerichteten Veranstaltungen.

Wie das professionelle Betreiben einer ‚Social Media-Seite‘ sind auch die Aktivitäten der analogen Ansprache mit einem hohen zeitlich-personellen Aufwand verbunden. Meist können diese nur eingeschränkt und im lokalen oder regionalen Nahbereich des Trägers umgesetzt werden. Ein klarer Vorteil ergibt sich für Träger mit einem breiten und aktiven Ehemaligen-Netzwerk, wenn dieses sich für die Beteiligung an oder gar die eigenständige Übernahme von Schul- und Messebesuchen aktivieren lässt. In Bezug auf die Ehemaligen stellt sich ebenso wie bei den sozialen Netzwerken die Frage, inwieweit sie hinsichtlich Zielgruppen, die außerhalb ihrer eigenen Lebenswelt liegen, wirksam werden können. Da Ehemalige auch oft in die Entscheidungsfindung im Rahmen des Auswahlprozesses eingebunden sind, kann zusätzlich hinterfragt werden, inwieweit dies möglicherweise zu einer unbewussten Präferenz von Bewerber\_innen führt, die der eigenen Lebenswelt angehören.

### Differenzierte Ansprache

Die Frage, welchen Grad der Differenzierung die Ansprache von Interessent\_innen hinsichtlich der Ziel-

gruppe(n), den biographischen Stationen, der Einsatzdauer, der Dienstart, der Themen- und Einsatzfelder oder der Zielländer vornimmt, wird von den Trägerorganisationen sehr unterschiedlich gelöst.

Im Zugang zu unterschiedlichen Zielgruppen liegt der Differenzierungsgrad bei den untersuchten Trägern in der digitalen Ansprache eher niedrig. Im Kern werden junge Menschen im Allgemeinen angesprochen, ohne auf spezifische Stationen im Lebenslauf (z.B. nach der Schule, nach der Berufsausbildung, nach dem Studium) oder spezifische Hintergründe (z.B. Migrationshintergrund, Behinderung) einzugehen. In der Regel werden die formalen Ausschluss- und Anforderungskriterien der Programmrichtlinien wiedergegeben. Immerhin erfolgt in zwei Fällen eine Nennung unterschiedlicher Zielgruppen: in dem einen, dass es keine Rolle spielt, ob man sich nach der Schule, der Ausbildung oder dem Studium (aber nicht nach deren Abbruch) für einen Freiwilligendienst interessiert; und in dem anderen, dass man Bewerbungen von Menschen mit Ausbildung, mit einem Migrationshintergrund oder einer Behinderung ausdrücklich begrüßt. Als Motiv wird explizit angegeben, dass man sich mehr Vielfalt innerhalb der entsendeten Freiwilligen und gleiche Zugangschancen für alle wünscht. Eine Vertiefung dieser Differenzierungen, etwa in Form eigener Unterseiten für z.B. einen ‚Freiwilligendienst nach der Ausbildung‘ findet nicht statt.

Deutlichere Unterschiede bestehen bei der Differenzierung der Zeitdauer und der angebotenen Programme bzw. deren Formate. Eine praktizierte Möglichkeit ist dabei, dass zuerst eine Zeitdauer (z.B. ‚über 6 Monate‘ = lang) oder ein bestimmtes Programm (z.B. weltwärts) ausgewählt werden muss, bevor die Informationssuchenden Näheres über Rahmenbedingungen, Inhalte und Bewerbungsabläufe erfahren. Eine andere Möglichkeit, von der Gebrauch gemacht wird, ist, übergeordnete allgemeine Informationen über die angebotenen Freiwilligendienste bereitzustellen, in der dann ggf. auch Unterschiede der Programme/Formate und in der Dauer erläutert werden. Erst zu einem späteren Zeitpunkt des Prozesses der Ansprache bzw. des Informierens fällt die Festlegung auf ein Programm und die genaue Dauer. Eine Form des Selektierens ist dabei der Einsatz von

Filtern (nach Länge, Arbeitsbereich, Zielland, etc.). Teilweise geschieht die Festlegung auf ein Programm und/oder die Dauer gar erst im Laufe des Auswahlprozesses nach der Bewerbung. Letzteres verweist darauf, dass die graduelle Differenzierung nicht nur den Zugang zu Information reguliert, sondern auch die Wahlfreiheit respektive den Wahlzwang bei der Entscheidungsfindung in einem Spektrum verteilt, an dessen einem Ende die völlige Selbstbestimmtheit der potentiellen Freiwilligen, am anderen die Fremdbestimmung durch das ‚Matching‘ der Träger steht.

Hinsichtlich der angebotenen Themen- und Arbeitsbereiche sowie Zielländer erfolgt bei allen Trägern eine ähnliche Differenzierung. In der Regel können sich Interessent\_innen gleichermaßen über einen inhaltlichen Zugang (Arbeitsbereiche, Projekte, Einsatzstellen) oder einen geographischen Zugang (Kontinente, Zielländer) detaillierteren Informationen nähern. Oft werden hier auch bildliche bzw. graphische Elemente wie z.B. Karten oder Tabellen verwendet, die thematische und geographische Bezüge miteinander verknüpfen und über die man zu den gewünschten Details navigieren kann. Hauptunterschied ist – neben der Tiefe und Anschaulichkeit der dargebotenen Informationen (vgl. pragmatische Ansprache) – auf welcher Ebene der Zugang erfolgt. Hier bieten die Seiten mit einer geringen Differenzierung hinsichtlich Zeitdauer und Formate einen direkteren Zugang für diejenigen, die sich zunächst unabhängig von den verschiedenen Programmen dafür interessieren, was man machen und wohin man gehen kann.

Allgemein wird deutlich, dass die untersuchten Homepages über unterschiedliche Zugangslogiken und ihnen zu Grunde liegende Hierarchien verfügen. Eine grundlegende Frage bei der Gestaltung der digitalen Ansprache ist also, welche Entscheidungen die Nutzer\_innen treffen sollen, um von einer allgemeinen Ebene zu mehr Detailinformationen zu gelangen.

Im Gegensatz zur digitalen Ansprache differenziert die analoge Ansprache häufiger nach Zielgruppen. Zum einen gibt es vereinzelt Informationsmaterialien, die sich explizit an besondere Zielgruppen richten. Zum anderen werden die ereignisorientierten Aktivitäten der analogen Ansprache oft dazu ge-

nutzt, schwer erreichbare Zielgruppen an deren Bildungs- oder Freizeiteinrichtungen anzusprechen. Die gesellschaftlich in Form des Schulsystems verankerte Problematik erleichtert hier immerhin die zielgruppengerechte Ortswahl.

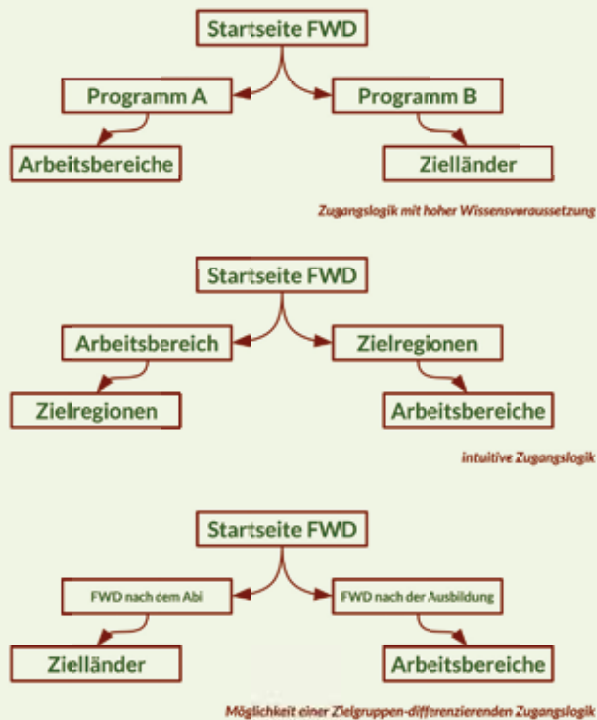


Abbildung 3: Beispiele für unterschiedliche Zugangslogiken von Internetseiten

### Pragmatische Ansprache

Die unterschiedlichen Zugangslogiken der Homepages spielen nicht nur hinsichtlich einer differenzierten Ansprache eine Rolle, sie haben auch für eine pragmatische Ansprache eine wesentliche Bedeutung. Finden die Nutzer\_innen schnell das, was sie interessiert oder wonach sie suchen, ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass sie sich tiefer mit den Angeboten des jeweiligen Trägers auseinandersetzen. Werden sie zunächst vor Entscheidungen gestellt, die sie schwer einschätzen können oder die sie überfordern (z.B. die Frage, ob sie nun weltwärts gehen oder einen IJFD machen wollen), kann dies dazu führen, dass sie sich abwenden oder in einem für ihre Interessen suboptimalen Bereich landen.

An vorderster Stelle steht in diesem Zusammenhang der erste Eindruck, den eine Homepage auf die

Nutzer\_innen macht. Dieser kann angesichts der unzähligen Angebotsseiten bereits darüber entscheiden, ob ein\_e Interessent\_in überhaupt auf der Seite ‚hängenbleibt‘ und sich näher mit ihr befasst. Die beiden ‚User-Tests‘, bei denen zwei Webpräsenzen im Vergleich erprobt wurden, haben eine der beiden Seiten klar bevorzugt, wenngleich sie die aufgrund des ersten Eindrucks abgelehnte Seite später – durch den Test waren sie ja gezwungen, sich weiter damit auseinanderzusetzen – durchaus ansprechend fanden. Hinderungsgründe beim Einstieg waren zum einen das Verhältnis von Bild und Text, wobei eine zu große Textlast auf der Einstiegsseite als abschreckend empfunden wurde; zum anderen spielten ästhetische Empfindungen eine Rolle, insofern dass die eine Seite „irgendwie moderner und professioneller, irgendwie mehr mit der Zeit“ wirkte (Interview junge\_r Erwachsene\_r). Zudem fiel der Einstieg dann leichter, wenn es sich auf der Startseite ausschließlich um Freiwilligendienste oder vergleichbare Angebote drehte, wohingegen das Vorhandensein anderer Themenkategorien der Trägerorganisation eher irritierten.

Hat der erste Eindruck nicht abgeschreckt, so finden sich sehr unterschiedliche Umgangsformen der Träger mit der Darstellung der Vorteile, die ein internationaler Freiwilligendienst für junge Menschen mit sich bringt. Während die einen die verschiedenen Vorteile an prominenter Stelle platzieren, halten sich die anderen damit regelrecht bedeckt. Auch fällt das Verhältnis von altruistischen und egotaktischen Motiven, die benannt werden, unterschiedlich aus.

Besonders auf Facebook-Seiten kommen hinsichtlich der egotaktischen Vorteile z.T. durchaus auch touristische Attribute (wie z.B. die Badehose nach Italien einzupacken, die landschaftliche Schönheit Costa Ricas oder die warmherzige Mentalität der Iren), attraktive Freizeitangebote im Einsatzland oder ein allgemeiner Spaßfaktor offensiv zu tragen. Auch der soziale Zugewinn, eine interkulturelle Erfahrung zu machen und neuen interessanten Menschen zu begegnen, wird betont. Überwiegend finden sich als egotaktische Vorteile allerdings – neben den nicht zu unterschätzenden materiellen Leistungen, die übernommen werden – Argumente, die den zusätzlichen Nutzen eines Freiwilligendienst für das

künftige Leben und den beruflichen Werdegang aufzuführen, z.B. indem die Freiwilligen eine neue Sprache lernen, interkulturelle Kompetenzen erwerben oder schon mal in der Arbeitswelt schnuppern können. Dabei werden die Vorteile entsprechend des geringen Differenzierungsgrads bezüglich Zielgruppen und ihrer biographischen Situation stets allgemein gehalten. Welche spezifischen qualifizierenden Vorteile ein Freiwilligendienst z.B. nach der Berufsausbildung oder nach einem Bachelorstudium mit sich bringen könnte, werden nicht ausgeführt.

Dort, wo egotaktische Vorteile auf den ersten Seiten genannt werden, steht tendenziell im Vordergrund, Interesse zu wecken und zu einer Bewerbung zu ‚animieren‘. Andere Seiten betonen stärker altruistische Vorteile wie z.B. sich für ein Projekt engagieren, Vorurteile abbauen oder zu mehr Toleranz beitragen zu können. Darüber hinaus regen sie teilweise zu einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Wunsch, einen Freiwilligendienst zu machen, sowie mit der grundsätzlichen Rolle von Freiwilligen an. Mit Fragelisten, die klären sollen, ob man tatsächlich bereit und grundsätzlich geeignet ist, mit Verhaltensregeln, mit denen man einverstanden sein sollte, oder mit kritischen Beiträge zu Freiwilligendienstprogrammen, die die privilegierte Rolle von Freiwilligen hinterfragen, setzt bereits auf Ebene der digitalen Ansprache eine Reflexion der von den Interessent\_innen möglicherweise angepeilten Freiwilligenrolle ein.

Diese Beispiele machen deutlich, dass die digitale Ansprache unterschiedliche Funktionen für einen Träger erfüllen kann. Während es im einen Fall um die Gewinnung von Interessent\_innen und Bewerber\_innen geht und der Auswahlprozess im engeren Sinne erst nach Eingang der Bewerbungen einsetzt, wird im anderen Fall bereits sehr viel aktiver steuernd eingegriffen. Hierin scheinen sich teilweise die schlechten Erfahrungen zu spiegeln, die mit früheren Freiwilligen gemacht wurden und denen man – gewiss im Sinne aller Beteiligten – nun vorgreifen möchte. Dies mag in Hinblick auf die erreichten Zielgruppen eine bewährte Praxis darstellen. Es stellt sich hier jedoch gleichzeitig die Frage, wie es auf Interessent\_innen schwer erreichbarer Zielgruppen wirkt, wenn sie mit derlei Reflexionsimpulsen,

die auf verbreitete Defizite innerhalb der erreichten Lebenswelten rekurren, bereits auf der anonymen Ebene einer Homepage konfrontiert werden.

Des Weiteren bestehen graduelle Unterschiede in der sprachlichen Darstellung der inhaltlichen Aspekte. Dies äußert sich z.B. im Verhältnis von Text und Visualisierung oder in der Anschaulichkeit, wie Tätigkeiten der Freiwilligen und dafür erforderliche Kenntnisse formuliert werden. Unterschiede bestehen besonders auch darin, wie detailliert und alltagspraktisch man erfahren kann, welche Tätigkeitsfelder oder gar einzelne Einsatzstellen vorhanden sind. In diesem Zusammenhang gab eine Organisation an, daran zu arbeiten, einen „kaskadenförmigen“ Zugang zu Information zu ermöglichen, in dem Sinne, dass der erste Eindruck vor allem über die visuelle Ebene mit wenig Text entsteht, um sich bei weiterführendem Interesse schrittweise zu mehr Text bis hin zu herunterladbaren Dokumenten durcharbeiten zu können (Interview Mitarbeiter\_in Trägerorganisation).

Vor allem für die aufwendige analoge Ansprache durch ereignisorientierte Aktivitäten, aber auch im Allgemeinen sind schließlich die Zeitpunkte der Ansprache, der Bewerbungsfristen und der Ausreisemöglichkeiten ein wichtiger pragmatischer Aspekt, der in den Interviews mehrfach thematisiert wurde. Die Kunst des richtigen Zeitpunkts der Ansprache liegt darin, die jungen Menschen genau dann anzusprechen, wenn sie beginnen, sich mit dem nächsten Lebensabschnitt auseinanderzusetzen, und es gleichzeitig noch nicht zu spät ist, den Prozess von der ersten Idee bis zur tatsächlichen Bewerbung zu durchlaufen. Dabei werden z.T. durchaus die je nach biographischer Situation unterschiedlichen Vorlaufzeiten beachtet (z.B. bei Abiturient\_innen zu Beginn des Abschlussjahres, bei Auszubildenden bereits während des vorletzten Ausbildungsjahres). Flexible Bewerbungsfristen können grundsätzlich die Hürde reduzieren, sich eine Bewerbung zu einem internationalen Freiwilligendienst zuzutrauen oder zu dem Zeitpunkt anzustrengen, der zur jeweiligen biographischen Situation passt. Flexible Ausreisetermine, indem z.B. zusätzlich zur Sommer- auch eine Winterausreise angeboten wird, können besonders für diejenigen jungen Menschen interessant sein, die

sich aufgrund des Leistungsdrucks vor Abschluss des jeweiligen Bildungsabschnitts nicht um weitere Schritte kümmern konnten, jedoch auch nicht ein komplettes Jahr warten können oder wollen. Insgesamt gilt auch für die Flexibilisierung der Zeitpunkte von Ansprache, Bewerbungsfristen und Ausreiseterminen, dass sie z.T. mit Mehraufwand und zusätzlichen zeitlich-personellen Ressourcen verbunden ist sowie sich nicht bei jedem Träger in die aufeinander abgestimmten Arbeitsabläufe integrieren lässt.

Einige Aspekte der pragmatischen Ansprache deuten bereits an, wie einzelne Hürden und Hindernisse im Rahmen einer verbesserten Ansprache reduziert werden könnten. Welche Chancen in einer verbesserten Ansprache liegen könnten, welche Grenzen ihr aber auch gesetzt sind, wird im folgenden Kapitel erörtert.

## Hürden und Hindernisse

Die Gründe, warum bestimmte Zielgruppen junger Menschen kaum Zugang zu internationalen Freiwilligendiensten finden, sind vielfältig. Die herausgearbeiteten Erfahrungen der Mitarbeiter\_innen der Träger sowie die Einschätzungen der interviewten jungen Menschen verdeutlichen die Komplexität der Problematik. In erster Linie weisen sie darauf hin, dass eine Ansprache, die Hürden und Hindernisse reduziert, zwar ein sinnvoller Schritt, aber keinesfalls die Lösung für die grundsätzlicheren, gesellschaftlich verankerten Probleme sein kann. Nichtsdestotrotz sollen hier in einem ersten Schritt die Beobachtungen und Erfahrungswerte hinsichtlich Hürden und Hindernisse in der digitalen Ansprache erörtert werden. In einem zweiten Schritt wird dann die Aufmerksamkeit auf die gesellschaftliche Verankerung der Problematik gelenkt, mit der sich insbesondere die Bemühungen im Bereich der analogen Ansprache konfrontiert sehen.

### Digitale Ansprache: sprachliche und darstellerische Hindernisse

Die Ausführungen zu den Praktiken differenzierter und pragmatischer Ansprache (vgl. Kapitel 4) lassen bereits durchblicken, an welchen Stellen Hürden

in der digitalen Darstellung entstehen bzw. abgebaut werden könnten. Hinsichtlich der Informationen, die über die angebotenen Freiwilligendienste bereitgestellt werden, wurde mehrfach die negative Wirkung zu großer Textlast thematisiert, insbesondere auf den ersten Seiten, die für das weitere ‚Dranbleiben‘ entscheidend sind. Die ‚User-Tests‘ deuten an, dass es hierbei nicht nur um Quantitäten geht, sondern dass auch die Ästhetik der Seite mit der Zeit gehen sollte. Die verschiedenen Zugangslogiken, die eine ‚kaskadenförmige‘ Erschließung von Detailinformationen anleiten, können unterschiedlich hohe Hürden darstellen, je nach dem, welche Entscheidungen sie verlangen. Ein bestimmtes Programm aus dem ‚Angebote-Dschungel‘ der geregelten und ungeregelten Dienste auszuwählen, fordert beispielsweise mehr im Vergleich zu der Wahl, ob man sich für Umweltprojekte oder die Arbeit mit alten Menschen interessiert. Ein schwerer zu greifender, aber nicht zu unterschätzender Faktor kann schließlich die Anschaulichkeit der Darstellung sein, in der die jeweils aufgerufenen Unterseiten die angebotenen Dienstarten, Arbeitsfelder oder Zielländer präsentieren.

Neben den dargebotenen Informationen stellt die Modalität des Bewerbungsverfahrens eine weitere Ebene dar, die es als Hürde zu überwinden gilt. Hierfür wurden die Qualifikationsanforderungen an Freiwillige, die auf den Seiten formuliert werden, sowie die Anforderungen an eine Bewerbung betrachtet. Ein besonderes Augenmerk galt dabei dem Aspekt des politischen Interesses und sozialen Engagements. Angesichts unterschiedlicher Selbst- und Fremdwahrnehmungen hinsichtlich dessen, was als Interesse und Engagement gilt (vgl. Kapitel 2), stellte sich die Frage, ob sich durch die Art und Weise der Formulierung der Anforderungen bestimmte Zielgruppen eher als geeignet empfinden können als andere.

Im Gesamteindruck sind die formulierten Qualifikationsanforderungen eher niedrig. Der Freiwilligendienst als Lerndienst wird in den Vordergrund gestellt. Wichtiger als harte Qualifikationen sind Haltungen wie z.B. Offenheit, Neugierde und Interesse an interkulturellen Begegnungen oder entwicklungspolitischen Fragestellungen, aber auch Durchhaltevermögen, Anpassungsfähigkeit und Flexibilität. Zum

Teil wird auch Engagementbereitschaft als erwünscht genannt. Diese steht aber im Vergleich zu den anderen Attributen eher an untergeordneter Stelle. Die zentralen und oft einzigen ‚hard skills‘ stellen die für den Einsatz erforderliche Sprachkenntnisse dar. Während dies auf den ersten Blick dafür spricht, dass hinsichtlich der mitzubringenden Fähigkeiten und Eigenschaften die Hürden weitestgehend niedrig gehalten sind, legen die Eindrücke aus den ‚User-Tests‘ nahe, dass auch eine alternative Interpretation der aktuellen Praxis der Formulierung der Anforderungen denkbar ist. Die geforderten Sprachkenntnisse, aber auch die Vorstellung, in einer sozialen Einrichtung mitzuarbeiten und z.B. unterrichten oder Kinder betreuen zu müssen, wurden in den ‚User-Tests‘ als große Herausforderung gesehen, verbunden mit der Frage, ob man selbst überhaupt geeignet und ausreichend ausgebildet dafür ist. Wichtig erscheint in diesem Zusammenhang, dass hier nicht (nur) die tatsächlich vorhandenen Kompetenzen eine Rolle spielen, sondern vielmehr (auch) die Selbsteinschätzung dieser Kompetenzen. Wenn Abiturient\_innen aus gut situiertem Elternhaus sagen, ‚Spanisch lerne ich noch mal eben schnell in der Zeit zwischen Abschlussball und Ausreise‘, und Auszubildende denken, ‚mit einer Drei in Englisch bin ich bestimmt nicht gut genug für diese Aufgabe‘, kann das auch mit übersteigertem bzw. ausbaufähigem Selbstvertrauen zu tun haben und lässt nicht unbedingt Rückschlüsse auf eine bessere oder schlechtere Eignung zu. Eine\_r der Interviewten bemerkte hierzu, dass sein/ihr Bruder mit Abitur sich gerade wie der König der Welt fühle, sein/ihr Bruder mit einer Ausbildung sich dagegen einen solchen Freiwilligendienst nicht zutrauen würde, obwohl er seiner/ihrer Einschätzung nach mindestens genauso gut dafür geeignet wäre (Interview junge\_r Erwachsene\_r). Auch Haltungen wie Offenheit oder Flexibilität hängen eng mit dem Selbstverständnis der Interessent\_innen zusammen. Es ist daher zu hinterfragen, inwieweit die wenigen genannten Anforderungen nicht bestimmten Lebenswelten und deren Selbstbild näher liegen als anderen. So könnte eine Hürde auch darin bestehen, dass andere Anforderungen, die z.B. bildungsferneren Jugendlichen oder Auszubildenden näher liegen würden, gerade nicht genannt werden, über die sie aber ihre

grundsätzliche ‚Eignung‘ leichter erkennen könnten. Schon einmal in einem Betrieb gearbeitet zu haben und alleine gewohnt zu haben oder in einem interkulturellen Umfeld aufgewachsen zu sein, könnte ebenso förderlich sein, eine\_n geeignete\_n Freiwillige\_n abzugeben wie eine offene und an allem interessierte Grundhaltung, die man durch den Genuss einer privilegierten Schulbildung erworben hat. Nur an wenigen Stellen der untersuchten Seiten fanden sich Sequenzen, die zumindest ganz allgemein benannten, dass man mit den Kenntnissen einer Ausbildung gut in einen Freiwilligendienst ‚reinkommt‘, in manchen Einsatzstellen sogar Vorteile hat und ggf. mehr machen kann. Anekdoten aus den Interviews mit Mitarbeiter\_innen der Träger, wie sich Freiwillige, an denen man aufgrund ihrer Bewerbung eigentlich so seine Zweifel hatte, sich dann in der Praxis als hervorragend geeignet herausgestellt haben, deuten an, dass die subjektive Einschätzung der Anforderungen nicht nur in der Selbstwahrnehmung der Bewerber\_innen, sondern auch in der Fremdwahrnehmung durch die Trägerorganisationen eine Rolle spielt.

Halten sich Interessent\_innen gemäß den formulierten Anforderungen für geeignet und trauen sich eine Bewerbung grundsätzlich zu, steht als Nächstes die Darlegung der eigenen Eignung im Zuge des Bewerbungsprozesses an. Der erste Schritt ist hierbei in aller Regel eine schriftliche Bewerbung. Diese hat meist per E-Mail oder – wie bei praktisch allen größeren Trägern – über ein Online-Bewerbungsfeld zu erfolgen. Ein Lebenslauf und ein Motivationsschreiben bilden die Hauptkomponenten einer schriftlichen Bewerbung, über die Informationen über vorhandene Kenntnisse und Erfahrungen sowie Einstellungen und Haltungen transportiert werden. Große Unterschiede bestehen in den Details, wie diese Informationen von den Trägern angefordert werden. Z.B. wollen manche Träger die Angaben auch oder gar ausschließlich auf Englisch (oder einer anderen Fremdsprache), andere Träger dagegen nehmen davon bewusst Abstand. Die Vorteile dabei können sein, dass sich so die Partnerorganisationen leichter in die Auswahl der Freiwilligen einbinden lassen und dass Sprachkenntnisse von Beginn an auf den Prüfstand gestellt werden. Letzteres ist allerdings durchaus zwiespältig. Zum einen müssen

schriftlich dargebotene Sprachkünste ohnehin nochmals mündlich getestet werden, wenn man erfahren möchte, ob sie nicht doch aus der Feder eines studierten Elternteils stammen oder zumindest das Lektorat der promovierten Schwester genossen haben. Zum anderen kann die Aufforderung, die Bewerbung in einer Fremdsprache zu verfassen, als besondere Hürde für diejenigen wirken, die ihre diesbezüglichen Fähigkeiten mit einem ausbaufähigen Selbstvertrauen bewerten (s.o.).

Unabhängig von der zu verwendenden Sprache machen die von den Trägern konkret formulierten Fragen und Kategorien einen Unterschied. Allgemein gehaltene Aufforderungen wie z.B. ‚lege Deine Motivation für einen Freiwilligendienst dar‘ (das klassische Motivationsschreiben also) fordern ganz bestimmte Fähigkeiten, sich auszudrücken und darzustellen. Auch dies erweist sich wiederum als

zweischneidige Angelegenheit. Einerseits kann die Kompetenz, sich verständlich zu machen und zu präsentieren durchaus wichtig und erwünscht sein. Dadurch kann die Qualität der eingehenden Motivationsschreiben ein Entscheidungskriterium im Auswahlprozess werden. Andererseits ist zu fragen, inwieweit das Verfassen eines überzeugenden Motivationsschreibens nicht vor allem eine intellektuelle Leistung darstellt, die mehr über die rhetorischen Fähigkeiten der Bewerber\_innen als über ihre tatsächlichen Haltungen verrät. Aus dieser Erwägung heraus verzichtet einer der interviewten Träger komplett auf die schriftliche Darlegung der Motivation, um auch an dieser Stelle die Hürde für schwer erreichbare Zielgruppen möglichst niedrig zu halten.

Ähnliches wie beim Motivationsschreiben gilt auch für den Lebenslauf. Frei zu formulierende Lebensläufe machen einerseits aufschlussreiche Unter-

Kriterium	Hindernisse	Beispiele	möglicher Lösungsansatz
erster Eindruck	fehlende Eindeutigkeit Ästhetik	Seite bezieht sich nicht nur auf Freiwilligendienste Seite wird von Nutzer_innen als 'nicht professionell' eingestuft	eigene Seite; deutlichere Abgrenzung Nutzer_innen bzw. deren Einschätzung einbeziehen
Zugangslogiken (Hierarchien der Internetseiten)	nicht intuitiv setzt hohen Informationsstand voraus	Bewerber_innen müssen sich im ersten Schritt für ein Programm (z.B. weltwärts oder IJFD) entscheiden	Reflexion und wenn möglich Umstellung auf intuitivere Zugangslogiken (z.B. nach Arbeitsbereichen statt nach Programmen)
Anschaulichkeit	unausgewogenes Verhältnis von Text und Bild	Textlast bereits auf den ersten Seiten	'kaskadenförmiger' Zugang zu Informationen
Anforderungen an Bewerber_innen	Formulierung begünstigt bzw. benachteiligt bestimmte Lebenswelten	genannte Anforderungen (z.B. Offenheit, Toleranz) entsprechen dem Selbstverständnis bestimmter Lebenswelten Anforderungen, die anderen Lebenswelten mehr entsprechen würden (z.B. schonmal alleine gewohnt zu haben) werden nicht genannt	Reflexion der formulierten Anforderungen Anforderungen hinterfragen, die auf Selbsteinschätzungen (Selbstbild, Selbstvertrauen) beruhen ggf. Anforderungen ergänzen
Format des Bewerbungsverfahrens	hohe intellektuelle Anforderungen	Motivationsschreiben auf Englisch freie Texte (CV, Motivationsschreiben)	Verzicht auf Motivationsschreiben auf einer Fremdsprache oder gar komplett Formulare mit Antwortbeispielen (nach Möglichkeit Erfahrungsbereiche unterschiedlicher Lebenswelten berücksichtigen)

Tabelle 2: Hindernisse in der digitalen Ansprache

schiede zwischen den Bewerber\_innen sichtbar, die wiederum im Auswahlprozess nutzbar gemacht werden können. Andererseits können durch sie auch Informationen verloren gehen, wenn Punkte nicht genannt werden, weil sie aufgrund verbreiteter (Selbst- und Fremd-)Wahrnehmungsmuster den Bewerber\_innen als ‚nichts Besonderes‘ oder als nicht relevant erscheinen. Mithilfe der Online-Bewerbungsformulare wird allerdings z.T. von solchen allgemein gehaltenen Aufforderungen Abstand genommen. Stattdessen werden mehrere plastischere Fragen vorgegeben, die Teilaspekte der Motivation und der Selbsteinschätzung abdecken, oder es werden statt eines hochzuladenden Lebenslaufs einzelne Informationen und Kategorien abgefragt.

Ein Träger gab an, sich derzeit darum zu bemühen, die Sprache der Online-Bewerbungsbögen zu vereinfachen bzw. von der intellektuellen Ebene runterholen zu wollen. Ein interessantes Verfahren ist dabei das Aufführen von Antwortbeispielen. Zwischen der abgefragten Kategorie (z.B. ‚praktische Kenntnisse‘) und dem auszufüllenden Textfeld werden mehrere mögliche Antwortbeispiele genannt (z.B. ‚z.B. Nähen, Kochen, Töpfern, Fahrräder Reparieren‘). Diese Technik dient in erster Linie dazu zur Verdeutlichung, was gemeint ist, um Missverständnissen vorzubeugen. Sie birgt jedoch gleichzeitig das Potential, durch eine bewusste Auswahl der Antwortbeispiele Aspekte einer Kategorie sichtbar und damit oft überhaupt erst artikulierbar zu machen, die sich im Allgemeinen der (Selbst- und Fremd-)Wahrnehmung entziehen. So könnten z.B. für die Kategorie ‚Engagement‘ Beispiele gewählt werden, die in unterschiedlichen Lebenswelten verbreitet sind. Dazu können dann neben gemeinhin als engagiert etikettierten Tätigkeiten – wie z.B. das Engagement eines Konservativ-Bürgerlichen in der Freiwilligen Feuerwehr oder die Mitarbeit einer Sozialökologischen in der Ortsgruppe des BUND – besonders auch solche aufgeführt werden, die sich ansonsten manchmal – zu Unrecht – einer solchen Kategorisierung entziehen, wie z.B. das Mitwirken in einem Jugendraum oder der Kartenverkauf für lokale Konzertveranstaltungen, der Einsatz für die Einrichtung eines BMX-Platzes oder auch für Schwächere im Schulalltag (Interviews junge Erwachsene; Calmbach et al. 2010).

### Analoge Ansprache: Konfrontation mit grundsätzlichen Hürden

Unterschiedlich hohe Hürden einer digitalen Ansprache, wie sie z.B. in der Performance einer Homepage zum Ausdruck kommen, können ihre potentiellen Effekte nur dann entfalten, wenn die Interessent\_innen auch tatsächlich auf den bereitgestellten Seiten landen. Selbst wenn viele der Hindernisse, die auf einer Internetseite bestehen können, entfernt werden, hilft dies nicht weiter, wenn die Angehörigen der nicht erreichten Zielgruppen gar nicht erst auf die Seite mit dem perfekten ersten Eindruck, der zielgruppendifferenzierten Ansprache und dem niederschweligen Bewerbungsverfahren gelangen.

Viele Entsendeorganisationen bemühen sich aktiv darum, über die analoge Ansprache Zugang zu schwer erreichbaren Zielgruppen zu erhalten und sie dazu zu ermutigen, sich zu bewerben. Trägerorganisationen, die im Rahmen von weltwärts tätig sind, können für Projekte (sog. Begleitmaßnahmen), die sich darum bemühen, unterrepräsentierte Zielgruppen zu erreichen, eine gesonderte Förderung beantragen. Für die drei Zielgruppen Menschen mit Berufsausbildung, mit einer Behinderung und mit Migrationshintergrund sollen vom BMZ geförderte Kompetenzzentren eingerichtet werden (vgl. Engagement Global 2015). Der Träger bezev e.V. hat für die Zielgruppe ‚Menschen mit Behinderungen‘ bereits viel Lobby- und Aufklärungsarbeit geleistet, Erfahrungen gesammelt und dezidierte Vorschläge in einem Handbuch formuliert, wie die Inklusion von Menschen mit einer Beeinträchtigung oder Behinderung gefördert werden kann (Daniel et al. 2014). Zur Zielgruppe ‚Menschen mit Migrationshintergrund‘ hat sich bisher noch kein vergleichbarer Schwerpunkt im Kreis der Trägerorganisationen herausgebildet. Als Thema sichtbar wird das Thema bislang vor allem durch die Initiative ‚weltwärts in Color‘ aus dem Kreis der ehemaligen Freiwilligen. Mehrere Trägerorganisationen arbeiten dagegen seit einigen Jahren unter Federführung von IN VIA Köln e.V. in einer Arbeitsgruppe zum Thema ‚weltwärts nach der Ausbildung‘. Exemplarisch für die bereits vorhandenen Erfahrungswerte im Bereich unterrepräsentierte Zielgruppen wurde deren Expertise im Rahmen einiger Interviews



in Bezug auf unternommene Maßnahmen, bisherige Ergebnisse, Erklärungen für Hürden und Hindernisse sowie Anregungen für künftige Bemühungen thematisiert. Der Fokus auf Erfahrungen aus dem weltwärts-Programm begründet sich durch die hier vorhandene Bündelung von Initiativen und Projekte, die explizit zur Thematik arbeiten. Die Einblicke und Erkenntnisse, die hierüber gewonnen werden, lassen sich auch auf die anderen Programme bzw. auf internationale Freiwilligendienste im Allgemeinen anwenden.

Die bisher unternommenen Maßnahmen sind vielfältig. So wurden z.B. Publikationen unterschiedlicher Formate (Broschüre, Video) erstellt, die sich an Auszubildende, aber z.T. auch an die anderen Beteiligten wie z.B. Träger, Ausbildungsbetriebe oder Berufsschulen richten (vgl. Welthaus Bielefeld 2010, 2012). Mit Ausbildungsbetrieben und Berufsschulen wurde ein Dialog begonnen, um über das Programm weltwärts aufzuklären und mehr über die Haltungen der Unternehmen und Schulen zu erfahren. Der Schwerpunkt der Maßnahmen lag jedoch in der mittelbaren und unmittelbaren persönlichen Ansprache potentieller Freiwilliger, die sich in einer Berufsausbildung befinden. Zum einen gehören dazu Informationsveranstaltungen an Berufsschulen und vergleichbaren Einrichtungen. Dabei kann es sich für die Schüler\_innen um ein Angebot während Projekttagen, um Pflichtveranstaltungen, fakultative Veranstaltungen während der Schulzeit und fakultative Angebote während der Freizeit handeln. Zum anderen werden ehemalige Freiwillige als Multiplikator\_innen gezielt darin geschult, über das Programm an Berufsschulen zu informieren.

Die Einschätzung der bisherigen Ergebnisse fällt m.E. sehr unterschiedlich aus. Innerhalb der an der Arbeitsgruppe beteiligten Träger ist die Anzahl der Teilnehmenden mit einer Berufsausbildung seit Beginn der Maßnahmen gestiegen, allerdings nicht bei jeder einzelnen beteiligten Organisation. Eine Erfolgskontrolle wird dadurch erschwert, dass die Ansprache bereits im vorletzten Ausbildungsjahr erfolgt und sich nicht auf die eigenen Angebote beschränkt. Ein Erfolg stellt sich demnach wenn dann erst relativ spät ein und u.U. bei einem Träger, der gar nicht der Arbeitsgruppe angehört. Auf Freiwillige, die sich für

einen internationalen Freiwilligendienst nach ihrer Ausbildung entscheiden, trifft es allerdings nicht selten zu, dass sie sich bereits lange aus eigenem Antrieb mit dem Thema beschäftigt, sich darüber gründlich informiert und den Wunsch gehegt hatten, einmal ‚so etwas‘ zu machen. Für diejenigen, denen das Thema neu war, stellte sich die Länge eines Einsatzes als die am häufigsten genannte Hürde heraus. Auch für die Ausbildungsbetriebe, deren Reaktionen insgesamt sehr unterschiedlich ausfallen, stellte z.T. die Dauer der Abwesenheit ein Problem bei denjenigen Auszubildenden dar, die sie in ihren Betrieb übernehmen möchten. Insgesamt ist zu betonen, dass große Unterschiede zwischen den einzelnen Berufen und ihren Ausbildungen bestehen. So fällt bei schulischen Ausbildungen, bei denen eine Arbeitsplatzsuche nach der Ausbildung ähnlich wie beim Studium ansteht, der Anschluss eines Freiwilligendienstes tendenziell leichter als bei betrieblichen Ausbildungen. Auch bezüglich der erlernten Tätigkeiten ist es höchst unterschiedlich, inwieweit die Kenntnisse während des Freiwilligeneinsatzes angewandt oder – wie z.B. bei Berufen, die mit Sprachen zu tun haben – sogar ausgeweitet werden können.

Erklärungsansätze für das insgesamt geringe Interesse bzw. die geringe Resonanz Auszubildender knüpfen teilweise an die durch die Formate bestimmte Dauer an. An erster Stelle steht jedoch ein allgemeines Nicht-Wissen über die bestehenden Programmen. Dieses Nicht-Wissen beschränkt sich nicht nur auf diejenigen, die gar nicht wissen, dass es die Programme überhaupt gibt. Vielmehr umfasst es auch diejenigen, denen die Existenz der Programme zwar bekannt ist, die aber davon ausgehen, dass sie nicht angesprochen werden, sondern es sich z.B. um Programme für Abiturient\_innen und bestenfalls noch Studierende handelt. Zu dem Nicht-Wissen gehört weiterhin, dass internationale Freiwilligendienste oft überhaupt kein Thema in den Familien und unter den Freund\_innen der Auszubildenden sind. Dies bestätigen auch die ‚User-Tests‘: beide interviewten jungen Erwachsenen hatten zuvor nichts oder nichts Genaues über bestehende Programme gewusst und kannten keine\_n unter ihren Freund\_innen oder Schul- bzw. Arbeitskolleg\_innen, die einen internationalen Freiwilligendienst absolviert

haben, absolvieren wollen oder sich überhaupt einmal damit beschäftigt haben. Bislang hatten sie nur von kommerziellen Anbietern oder anderen Formaten wie ‚Au-Pair‘ und ‚Work and Travel‘ erfahren. Erst seit einige junge Menschen in einem DokufORMAT eines privaten Fernsehsenders zum Au-Pair nach London oder zum Friseurpraktikum nach Ibiza begleitet werden, sollen viele aus dem Bekanntenkreis der Interviewten von derlei Optionen wissen und auch ‚so etwas‘ machen wollen. Viele junge Menschen aus den schwer erreichbaren Zielgruppen haben also kaum oder noch gar keine Anknüpfungspunkte, die ihnen einen internationalen Freiwilligendienst aus ihrem Umfeld heraus nahelegen würden. Oft müssen sie im Gegenteil ihrem Umfeld gegenüber in einem größeren Ausmaß Überzeugungsarbeit leisten, um Akzeptanz für das Vorhaben zu erhalten, einen solchen Dienst leisten zu wollen.

Ist ein grundsätzliches Interesse für einen längeren Auslandsaufenthalt vorhanden, können für den Kontext der jungen Menschen spezifische Sorgen und Ängste hinzukommen, wenn es um die einzelnen Schritte der Umsetzung geht. Einen Förderkreis aufbauen zu sollen, wurde in den ‚User-Tests‘ weniger aus finanziellen Gründen skeptisch gesehen. Für kommerzielle Angebote aus dem Bereich des VolunTourismus würden einige schließlich auch bezahlen und dafür etwas bekommen (ein „Service-Paket“). Spenden eintreiben zu sollen, kann demgegenüber Befremden auslösen, weil es ‚komisch‘ ist, Leute in einem ohnehin schon skeptischen Umfeld auch noch um Geld für sich selbst bzw. für ein Unterfangen zu bitten, für dessen Sinnhaftigkeit an sich schon Überzeugungsarbeit geleistet werden muss. Zu den spezifischen Herausforderungen gehören auch Aspekte der Lebensplanung und der Existenzsicherung, also z.B. die Frage, ob man danach einen Job bekommt oder wie man es mit der Mietwohnung und seinen Sachen machen soll – Herausforderungen, über die sich behütete Abiturient\_innen in der Regel noch keine Gedanken zu machen brauchen.

In Verbindung mit den verschiedenen Formen des Nicht-Wissens und den spezifischen Sorgen und Ängsten wird die Dauer eines Einsatzes von 11 bis 13 Monaten zu einer besonders hohen Hürde. So wurde mehrfach die Beobachtung aus der Praxis genannt,

dass eine erste kürzere Auslandserfahrung nicht nur eine niedrigere Einstiegsschwelle darstellt, sondern auch die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die Teilnehmenden sich danach einen längeren internationalen Freiwilligeneinsatz zutrauen. Dies deutet auch darauf hin, dass mit dem Wissensstand und dem Selbstvertrauen in die eigenen Fähigkeiten die abzubauenen Hürden in erster Linie auf dem gesellschaftlich verstellten Weg bis zum Zustandekommen eines Freiwilligeneinsatzes liegen und weniger in der Durchführung und Begleitung eines solchen. Die Bemühungen um eine bessere Erreichbarkeit müssen sich demnach auf den Abbau gesellschaftlich reproduzierter Hürden bzw. auf die Schaffung von Anknüpfungspunkten konzentrieren, um die jenseits der Ansprache-Performance bestehenden Ungleichheiten zu kompensieren. Dies ergibt einen erhöhten Ressourcenbedarf im Bereich der Ansprache (der jungen Menschen genauso wie der anderen Akteure) und die Erfordernis, sich mit den institutionellen Rahmenbedingungen auseinanderzusetzen, die innerhalb der Gestaltungskraft des Trägerfeldes liegen (z.B. Programmformate, Finanzierungsmodelle). Ein erhöhter Ressourcenbedarf im Bereich der Durchführung der Dienste ergibt sich nur insoweit, als alternative, also z.B. kürzere Formate ihn implizieren. Gleichzeitig ist davon auszugehen, dass die Bemühungen immer nur zu einer partiellen Kompensation führen können und für einen Teil der erwünschten Zielgruppen zu akzeptieren ist, dass ein internationaler Freiwilligendienst einfach nicht in den Lebensverlauf passt, solange sich die externen Ursachen wie z.B. das Bildungssystem nicht verändern.

## Anregungen und Empfehlungen

Auf Grundlage der Literaturobwertung und der explorativen empirischen Untersuchung, die mithilfe eines Mix qualitativer Methoden die praktischen Aspekte des Zugangs von Trägern internationaler Freiwilligendienste zu jungen Menschen unter Einbeziehung verschiedener Ebenen und Perspektiven systematisch herausgearbeitet hat, lassen sich nachfolgende Anregungen und Empfehlungen für eine Verbesserung der Ansprache und Erreichbarkeit jun-

ger Menschen für internationale Freiwilligendienste in Deutschland formulieren.

### Grundsätzliche Erwägungen und allgemeine Empfehlungen

Im Allgemeinen legen die betrachteten Entwicklungen der Trägerlandschaft und der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen nahe, dass sich die Trägerorganisationen internationaler Freiwilligendienste künftig verstärkt um Zugänge zu jungen Menschen bemühen werden müssen.

Quantitativ folgt aus den schrumpfenden Jahrgängen im Zuge des demographischen Wandels sowie aus der wachsenden Konkurrenz durch alternative Möglichkeiten eines Auslandsaufenthalts im Rahmen der formalen Bildung (Auslandssemester, Berufspraktikum) oder durch voluntouristische Angebote, dass in den nächsten Jahren mit einem weiteren Rückgang der Interessent\_innen und Bewerber\_innen zu rechnen ist.

Um auch künftig genügend geeignete Freiwillige zu finden, wird einer verbesserten Ansprache junger Menschen somit eine wachsende Bedeutung zukommen. Auf Gesamtebene der Trägerlandschaft ist daher zu empfehlen, sich sowohl um eine Optimierung des Zugangs zu bereits erreichten Zielgruppen als auch um die Erschließung neuer Zielgruppen zu bemühen.

Qualitativ umfasst eine Verbesserung der Ansprache sowohl die Kommunikation der bestehenden Angebote als auch die Gestaltung der Rahmenbedingungen bestehender und die Erprobung neuer Angebote. Letzteres erlangt insbesondere hinsichtlich der Erreichbarkeit unterrepräsentierter Zielgruppen Bedeutung.

Im Allgemeinen sollte eine verbesserte Ansprache die gestiegenen Anforderungen an die Lebensgestaltung junger Menschen und die daraus resultierende pragmatische Grundhaltung sowie die Besonderheiten der biographischen Bruchstellen (Abschluss oder Abbruch von Schule, Ausbildung und Studium) berücksichtigen, an die ein internationaler Freiwilligendienst prinzipiell anschlussfähig ist.

Die gezielte Ansprache von Studierenden, insbesondere für einen Freiwilligendienst nach dem Bachelorstudium (und damit ggf. vor dem Masterstudium), ist derzeit noch unterentwickelt. Ihr Ausbau wäre vielversprechend, da hier nicht nur von geringen Hürden auszugehen ist, sondern auch eine Zielgruppe gewonnen würde, die mit einer höheren Qualifikation und einer höheren Lebenserfahrung im Vergleich zu den Abiturient\_innen auch den Anliegen vieler Partnerorganisationen entgegen kommen dürfte. Letzteres spricht auch dafür, die Bemühungen um junge Menschen mit einer Berufsausbildung zu intensivieren.

Zur Berücksichtigung der pragmatischen Grundhaltung empfiehlt es sich, der ‚Sowohl-als-auch-Logik‘ junger Menschen zu folgen und altruistische und egotaktische Motive für einen Freiwilligendienst im Rahmen der Ansprache miteinander zu verknüpfen. Unter den egotaktischen Vorteilen eines internationalen Freiwilligendienstes sollte den qualifizierenden Aspekten, den dieser für einen spezifischen Lebensabschnitt mit sich bringt, besondere Aufmerksamkeit zukommen. Damit kann nicht nur eine Emanzipation von der Wahrnehmung eines internationalen Freiwilligendienstes als ein bloßes Lückenjahr angestrebt werden. Zusätzlich ermöglicht dies eine konstruktive Berücksichtigung der Anforderungen und Besonderheiten unterschiedlicher biographischer Bruchstellen.

Der Erfolg der Kommunikation bestehender Angebote hängt davon ab, wie differenziert und wie pragmatisch die Ansprache gestaltet wird. Die konkrete Ausgestaltung einer differenzierten und pragmatischen Ansprache knüpft sich wiederum an die Frage, welche Zielgruppen durch einzelne Träger oder auf Ebene der Trägerlandschaft insgesamt erreicht werden sollen. Wie eine optimierte Kommunikation aussieht, lässt sich nicht losgelöst von der Beantwortung dieser Frage definieren. Somit bietet der erste Teil der detaillierten Empfehlungen zur Bestimmung der Zielgruppen sowie zu Orten, zur Differenziertheit und zur Pragmatik der Ansprache eine Anregung für einzelne Trägerorganisationen oder ihre Verbände, die eigene Ansprache-Performance systematisch zu reflektieren.

Von der Gestaltung der Rahmenbedingungen bestehender und der Erprobung neuer Angebote dürfen Wirkungen hinsichtlich der Erreichbarkeit von Zielgruppen ausgehen, die weiter reichen als die bloße Optimierung der kommunikativen Ansprache. Sie stehen dadurch im Mittelpunkt des zweiten Teils der detaillierten Empfehlungen, der auf den Abbau von Hürden und Hindernissen für unterrepräsentierte Zielgruppen beim Zugang zu internationalen Freiwilligendiensten sowie auf die künftige Untersuchung noch offener Fragestellungen zielt.

### Bestimmung der Zielgruppen

Die Verbesserung des Zugangs zu jungen Menschen setzt voraus, dass zuallererst festgelegt werden muss, welche Zielgruppen überhaupt erreicht werden sollen. Eine solche Bestimmung der Zielgruppen hat sowohl auf der Ebene einzelner Träger, als auch auf übergeordneter Ebene der gesamten Trägerlandschaft zu erfolgen.

Auf Ebene der einzelner Träger ist dies eine Entscheidung, die in erster Linie der Individualität und Selbstbestimmung der Entsendeorganisation und ‚ihrer‘ Partnerorganisationen gerecht werden sollte. Hierfür spielen die gemeinsamen Ziele, die man mit den angebotenen Freiwilligendiensten verbindet, und die Anforderungen, die die vorhandenen Projekte und Einsatzplätze mit sich bringen, eine wesentliche Rolle. Ist es ein politisches Ziel des Trägers, unterrepräsentierte Zielgruppen besser zu erreichen, so ist im Einzelfall zu prüfen, inwieweit dies mit den Zielsetzungen der Partnerorganisationen und den Rahmenbedingungen der Einsatzstellen verbunden werden oder diesen förderlich sein kann.

Auf übergeordneter Ebene der gesamten Trägerlandschaft treffen sich die Prognose der Anzahl an Bewerber\_innen (s.o.) und die politische Forderung nach Inklusion und Diversität in den internationalen Freiwilligendiensten in der Erfordernis, unter den schwer erreichbaren Zielgruppen diejenigen zu bestimmen, die künftig verstärkt angesprochen und besser erreicht werden sollen.

### Orte der Ansprache

Unter den digitalen Orten der Ansprache konnte eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den Homepages als den zentralen Informationsträgerinnen und den Seiten in sozialen Netzwerken als ‚Katalysatoren‘ in Sachen Vernetzung und schneller Verbreitung von Neuigkeiten festgestellt werden.

Hochfrequent aktualisierte Seiten in sozialen Netzwerken können ein strategischer Vorteil für Träger sein, um den Zugang zu bereits erreichten Zielgruppen zu optimieren. Außerdem erlauben Seiten sozialer Netzwerke, über eine stärker bildliche Sprache Merkmale und Inhalte der Freiwilligendienste auf eine leichter zugängliche Weise zu transportieren. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn Bilder mit eingängigen Textsequenzen verknüpft werden. Eine angemessene Partizipation von Freiwilligen an der Gestaltung der Netzwerkseiten kann zudem die Anschaulichkeit und den Alltagsbezug der transportierten Informationen fördern.

Bei der Entscheidung für oder gegen eine Präsenz in sozialen Netzwerken sollte der Nutzen mit den zur Verfügung stehenden zeitlich-personellen Ressourcen für eine angemessene Pflege abgewogen werden. Letztere sind zudem erforderlich, um mögliche Risiken zu minimieren, die mit der schnellen Verbreitung der textlichen und bildlichen Informationen verbunden sind. Je höher die Partizipationsmöglichkeiten Dritter (z.B. aktuelle und ehemalige Freiwillige) an der Gestaltung der Seiten sind, desto höher fällt auch der Aufwand für ein angemessenes Monitoring aus.

Auf übergeordneter Ebene, z.B. der eines Verbundes von Trägerorganisationen, könnten mit einer eigenen Netzwerkseite nicht nur die genannten strategischen Vorteile genutzt werden. Darüber hinaus könnte denjenigen Trägerorganisationen, die mangels Kapazitäten keine eigene Seite betreiben können, die Möglichkeit eröffnet werden, von diesen Vorteilen im Bedarfsfall ebenfalls Gebrauch zu machen, z.B. wenn es um die schnelle Verbreitung einer aktuellen Information geht.

Demgegenüber spielen Orte der analogen Ansprache eine bedeutende Rolle in den Bemühungen um

schwer erreichbaren Zielgruppen, die nicht ohne weiteres Zugang zu den Orten der digitalen Ansprache finden. Angesichts des hohen Ressourcenaufwands und des schwer abschätzbaren Erfolg liegt hier eine möglichst starke Bündelung der Anstrengungen mit einer übergeordneten, auf Synergien zielenden Koordination nahe.

### Differenzierte Ansprache

Unabhängig davon, welche und wie viele Zielgruppen angesprochen werden sollen, ist insgesamt zu empfehlen, den Differenzierungsgrad der Zielgruppen in der digitalen Ansprache zu erhöhen.

Wenn mehr als eine Zielgruppe erreicht werden soll, sollten die erwünschten Zielgruppen zumindest explizit genannt werden. Noch weiter führen würde eine direkte Ansprache einzelner Zielgruppen, die sich – z. B. in der Untergliederung einer Homepage – sinnvoll unterscheiden lassen. Hierfür würden sich vor allem die unterschiedlichen biographischen Stationen anbieten. So könnte z.B. die Rubriken ‚Freiwilligendienst nach der Berufsausbildung‘, ‚Freiwilligendienst nach dem Abitur‘ oder ‚Freiwilligendienst nach dem Studium‘ auf eigenen Unterseiten zielgruppengerechte Ansprachen erbringen. Gleiches gilt für entsprechende Dokumente oder Ereignisse der analogen Ansprache.

Für Trägerorganisationen, die nur eine Zielgruppe ansprechen wollen, ergeben sich je nach Art der Zielgruppe weitere Möglichkeiten einer Verfeinerung der Ansprache mithilfe des vorhandenen Wissensvorrats aus der Literatur zu den unterschiedlichen Lebenswelten junger Menschen. Allerdings ist es wahrscheinlich, dass ein derart spezialisierter Träger bereits allein aus seinen Erfahrungen heraus eine solche Verfeinerung vornehmen kann.

Während die hier empfohlene Zielgruppendifferenzierung bei den untersuchten Beispielen praktisch nicht anzutreffen war, legen die in der Praxis vorgefundenen Differenzierungen nach Dauer, Dienstart, Themenfeldern, Aufgabenbereichen, Zielländern und Einsatzstellen nahe, dass es grundsätzlich empfehlenswert ist, die Zugangslogiken der Homepages zu hinterfragen, da die Festlegung, welche Entschei-

dung von den Nutzer\_innen getroffen werden müssen, um von einer allgemeinen Ebene zu mehr Detailinformationen zu gelangen, einen wesentlichen Einfluss auf die allgemeine Zugänglichkeit der Seite haben kann. Hierbei sollte auch das grundsätzliche Verhältnis von Selbst- und Fremdbestimmung der Freiwilligen bezüglich der Wahl der Dienstart reflektiert werden.

Filterfunktionen, mit denen man bestimmte Dienstdauern, Arbeitsbereiche oder Zielländer auswählen bzw. ausschließen kann, oder die Verknüpfung mehrerer Ebenen mithilfe von Karten und Tabellen können die intuitive Zugänglichkeit mehrerer Differenzierungskategorien erhöhen.

### Pragmatische Ansprache

Der erste Eindruck einer Homepage entscheidet oft darüber, ob sich ein\_e Nutzer\_in weiter mit ihr beschäftigt. Dabei sind die Textlast, die Eindeutigkeit, dass es sich um eine Seite über Freiwilligendienste handelt, und die ästhetische Wirkung der Startseite maßgebliche Faktoren. Es empfiehlt sich daher, die Startseite auf diese Faktoren hin zu überprüfen.

Das Verhältnis von Text und Visualisierung und die sprachliche Anschaulichkeit (in Text und Bild), in der Einsatzfelder und Anforderungen an Freiwillige dargestellt werden, sind auch über die Startseite hinaus zentrale Aspekte einer zielgruppengerechten Ansprache, die bewusst gestaltet und regelmäßig reflektiert werden sollten. Ein ‚kaskadenförmiger‘ Zugang zu Inhalten kann dabei helfen, einen leichten Zugang mit dem Wunsch nach verfügbarer Informationstiefe zu vereinen.

Bei der Prüfung der Darstellung der Vorteile eines Freiwilligendienstes und des dabei gewählten Verhältnisses von altruistischen und egotaktischen Motiven ist es empfehlenswert, eine grundsätzliche Reflexion und Klärung vorzunehmen, welche Funktionen die digitale Ansprache auf der Homepage erfüllen soll. Wenn nicht nur die Gewinnung von Bewerber\_innen angestrebt wird, sondern unter den Interessent\_innen durch eine aktive und kritische Hinterfragung ihres Interesses bereits eine engere Vorauswahl stimuliert werden soll, sollte reflek-

tiert werden, inwieweit ein solches Vorgehen eine Hürde für unterrepräsentierte Zielgruppen darstellen könnte.

Sind entsprechende zeitlich-personelle Ressourcen und eine Vereinbarkeit mit den jährlichen Arbeitsabläufen vorhanden, so können die Wahl des passenden Zeitpunkts von analogen Ansprache-Ereignissen (z.B. im vorletzten Ausbildungsjahr), flexible Bewerbungsfristen und mehrere Ausreisetermine (z.B. Sommer- und Winterausreise) die Erreichbarkeit von Bewerber\_innen erhöhen und zugleich Hürden und Hindernissen abbauen.

### Abbau von Hürden und Hindernissen

Eine Startseite mit geringer Textlast, eine intuitive Zugangslogik (Arbeitsbereiche und Zielländer vor Dienstart), ein hoher Differenzierungsgrad in der expliziten Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen, zielgruppengerechtes und flexibles Timing der Anspracheereignisse und Fristen sowie ein Verzicht auf kritische Impulse zur Vorauswahl bereits auf Ebene der digitalen Ansprache können erste Schritte darstellen, bei der Bereitstellung von Informationen über die Freiwilligendienste auf den Webpräsenzen sprachliche und darstellerische Hürden und Hindernisse für unterrepräsentierte Zielgruppen zu reduzieren.

Darüber hinaus ist bei der Formulierung der Anforderungen an die Bewerber\_innen zu hinterfragen, inwieweit die explizierten Anforderungen oder vorteilhaften Eigenschaften (z.B. Offenheit und Toleranz) bestimmten Zielgruppen bzw. Lebenswelten und deren Selbstbild näher liegen als anderen, ohne dass sie notwendigerweise die Eignung einer Person für den Freiwilligendienst determinieren, nicht zuletzt, da ihr Vorweisen zu einem nicht zu unterschätzenden Grad auf der Selbsteinschätzung der Interessent\_innen bzw. Bewerber\_innen beruht. Entsprechend ist zu hinterfragen, inwieweit eine Hürde nicht auch darin bestehen könnte, dass andere Anforderungen oder ebenfalls vorteilhafte Eigenschaften (z.B. Erfahrungen im Alleine Wohnen), die unterrepräsentierten Zielgruppen bzw. Lebenswelten und deren Selbstbild näher liegen, nicht aufgeführt werden.

Beim schriftlichen Bewerbungsverfahren selbst stellt sich die Frage, inwieweit die Einforderung von frei formulierten Texten (Motivationsschreiben, Lebenslauf), ggf. sogar in einer Fremdsprache, eine intellektuelle Leistung der Selbstdarstellung darstellt, und inwieweit sie tatsächlich Aufschluss über die Kenntnisse, Erfahrungen und Haltungen der Bewerber\_innen gibt. Hilfestellungen für unterrepräsentierte Zielgruppen können hier engere Vorgaben in Form von Fragen oder Kategorien innerhalb eines Online-Bewerbungsformulars sein. Durch das Aufführen von Antwortbeispielen können zudem Antwortmöglichkeiten expliziert und dadurch formulierbar gemacht werden, die sich sonst möglicherweise der Selbstwahrnehmung entziehen würden. Ein Beispiel hierfür sind Formen von Engagement, die gemeinhin nicht als solche kategorisiert werden. Eine weitere Möglichkeit stellt schließlich der Verzicht auf eine schriftliche Darlegung der Motivation dar.

Auch eine optimierte digitale Ansprache, die mögliche Hürden und Hindernisse soweit wie möglich reduziert, nutzt allerdings nur dann, wenn die angestrebten Zielgruppen überhaupt Zugang zu ihr finden und die angebotenen Programme bzw. deren Formate für sie annehmbar sind. Verschiedene Formen gesellschaftlich reproduzierten Nicht-Wissens (Existenz der Programme, deren Adressat zu sein, dafür geeignet zu sein), spezifische Sorgen und Ängste sowie die übliche Dauer von 11 bis 13 Monaten führen dazu, dass es bei vielen Angehörigen unterrepräsentierter Zielgruppen gar nicht erst zu einer tieferen Auseinandersetzung mit der digitalen Ansprache kommt. Um diese strukturellen Barrieren soweit wie möglich zu reduzieren, legen die vorgenommenen Auswertungen weitere Empfehlungen zur künftigen Gestaltung der Programme bzw. deren Formate nahe.

Am Beispiel junger Menschen mit Berufsausbildung zeigt sich, dass für eine Ansprache unterrepräsentierter Zielgruppen, die sich darum bemüht, einen Teil der zur Unterrepräsentation führenden Ungleichheiten durch gezielte Maßnahmen zu kompensieren, ein hoher zeitlich-personeller Aufwand erforderlich ist, noch bevor es überhaupt zu einer Bewerbung kommt. Um solche Maßnahmen fortzusetzen und zu intensivieren, ist es unabdinglich, hierfür weiter-

hin und verstärkt Ressourcen zu mobilisieren und zu bündeln.

Mit ausschlaggebend für den Erfolg entsprechender Maßnahmen ist es, Anknüpfungspunkte für die erwünschten Zielgruppen zu schaffen, die ihnen in ihrem Umfeld von sich aus nicht gegeben sind. Einige der berichteten Erfahrungen legen nahe, dass hierfür Erfahrungshorizonte für die Möglichkeit, Machbarkeit und Sinnhaftigkeit internationaler Freiwilligendienste eröffnet werden müssen. Relativ kurze Auslandsaufenthalte stellen dabei im Vergleich zu zwölfmonatigen Diensten eine niedrigere Einstiegschürde dar.

Innerhalb der bestehenden Programme wäre es deshalb empfehlenswert, kürzere Aufenthalte von z.B. 6 Monaten nicht nur formal zuzulassen, sondern durch eine Anpassung der Finanzierungsmodelle, die derzeit eine Förderung pro Auslandsmonat vorsehen, auch ökonomisch tragbar zu machen.

Darüber hinaus wäre es lohnend, jenseits der etablierten Programme kürzere Formate zu entwickeln, die unterrepräsentierten Zielgruppen einen niederschweligen Anknüpfungspunkt bieten, ggf. mit der Option, zu einem späteren Zeitpunkt dann nochmals einen längeren Freiwilligendienst zu leisten.

Einige Trägerorganisationen würden über das nötige Know-How, z.B. durch traditionelle Workcamps oder eigens konzipierte neue Formate, verfügen, um hier zeitgemäße Formate mit hoher Qualität schaffen zu können. Zudem sind sie als einzige dazu in der Lage, die Anforderungen neuer Formate mit den Vorstellungen der Partnerorganisationen abzustimmen, damit in neuen Kurzzeitformaten auch ein sinnvoller Beitrag zu den Zielen der Partnerorganisationen erfolgen kann und sie nicht zu einer Einrichtung werden, in der sich der politische Wunsch nach Inklusion und Diversität in Auslandsdiensten sozusagen unter einer quasi kolonialistischen Verschleierung der inländischen Ungleichheiten erfüllen soll.

### Weiterführende Fragen

Das Know-How der Trägerorganisationen, die Erfahrungen anderer Länder, die Bemühungen um unterrepräsentierte Gruppen in anderen Bereichen, die

Perspektiven der Partnerorganisationen und die der jungen Menschen stellen Praxis- und Erfahrungsbereiche dar, deren Wissensvorräte durch weiterführende Untersuchungen zur Verbesserung der Erreichbarkeit junger Menschen aus benachteiligten Zielgruppen nutzbar gemacht werden könnten.

Das im Rahmen dieser explorativen Studie konstruierte und ausgewertete Material anhand eines ausgewählten Praxisbereichs, den Bemühungen um Menschen mit Berufsausbildung im Rahmen des weltwärts-Programms, deutet das Potential an, das sich aus den Erfahrungen der Praktiker\_innen ergibt. Dies betrifft nicht nur die Ergründung von Zusammenhängen und die Herausarbeitung möglicher Ursachen von Unterrepräsentation. Vielmehr können die Erfahrungen aus der Praxis einen detaillierten und dadurch praktisch wertvollen Einblick geben, wie bereits unternommene und erprobte Maßnahmen in der Umsetzung wirken. Eine breiter angelegte systematische Herausarbeitung dieses Erfahrungswissens in diesem oder in anderen Bereichen unterrepräsentierter Zielgruppen könnte helfen, bei der Erarbeitung neuer Maßnahmen gut gemeinte, aber schlecht wirkende Ideen zu vermeiden, sowie neue, kreative Lösungsansätze zu entwickeln.

Dies gilt auch für einen Blick über den Tellerrand: Von einer vergleichenden Analyse niederschwelliger Freiwilligendienstformate anderer Länder (z.B. Portugal, Frankreich) oder auch der Erfahrungen im Zugang zu unterrepräsentierten Zielgruppen in anderen Praxisfeldern (z.B. das Talentscouting-Programm an Hochschulen in Nordrhein-Westfalen) wären wertvolle Erkenntnisse für die Gestaltung neuer Programmformate und Ansprache-Strategien zur Erreichung benachteiligter Zielgruppen durch internationale Freiwilligendienste zu erwarten.

Ebenfalls unterrepräsentiert, bedauerlicherweise auch in dieser Studie, sind die Perspektiven der Partnerorganisationen. Hier könnten ausgewählte Fallstudien, die unterschiedliche Länder und Organisationstypen abdecken, einen Einstieg darstellen, um die Partnerperspektiven zum Thema Zielgruppen in den aktuellen Auseinandersetzungen und in den künftigen Gestaltungstätigkeiten zu berücksichtigen.

Schließlich haben die beiden ‚User-Tests‘ gezeigt, dass eine informiert geführte Debatte schlecht ohne die Perspektiven der angepeilten jungen Menschen auskommt. Während die Jugendforschung und aktuelle Jugendstudien wertvolle allgemeine Einblicke liefern können, so lassen sich die genaueren Sicht-

weisen und Beweggründe der jungen Menschen in Bezug auf ein so spezielles Feld wie das der internationalen Freiwilligendienste nur dadurch erschließen, indem man ihnen im Rahmen eines qualitativ und lebensweltlich forschenden Ansatzes und mit einer klaren Problemzentrierung begegnet.

Allgemein	Träger	Verbünde	Politik
künftig stärkere Bemühungen um Zugänge erforderlich (gilt für über- und unterrepräsentierte Zielgruppen)	bewusste Bestimmung der angestrebten Zielgruppen	Strategien für verbesserte Zugänge entwickeln	Rahmenbedingungen bestehender Programme auf strukturelle Hindernisse für unterrepräsentierte Zielgruppen prüfen
biographische Bruchstellen berücksichtigen, an denen ein internationaler FWD anchlussfähig ist	Reflexion der bestehenden Ansprache-Praxis hinsichtlich Differenzierung, Pragmatik und Hürden / Hindernissen		
pragmatische Haltung der jungen Generation ‚mitdenken‘ (Sowohl-als-auch-Logik)	Startseite und Zugangslogik der Webseite prüfen	Know-How bezüglich der Formatvielfalt bündeln	neue Formate erproben
gestiegene Anforderungen an junge Menschen ‚mitdenken‘	Funktion der Webseite im Spannungsfeld von Information und Vorwauwahl überdenken		
Studien- und Berufsschulabsolvent_innen als vielversprechende Zielgruppen	Formulierung der Bewerbungsanforderungen prüfen	Ressourcen bei aufwendiger Ansprache bündeln (z.B. analoge Ansprache oder soziale Netzwerke)	Ressourcenaufwand einer optimierten Ansprache (und einer diese fördernden Wissensproduktion) wertschätzen
Erfahrungen anderer Länder und anderer Praxisfelder nutzbar machen sowie Perspektiven von Partnerorganisationen und jungen Menschen systematisch mit einbeziehen		Formate des Bewerbungsprozesses prüfen	

Tabelle 3: Zentrale Anregungen und Empfehlungen



## Literaturverzeichnis

- AKLHÜ (Hrsg.) (2009), „Fachkräfte in der personellen Entwicklungszusammenarbeit. Freiwillige in internationalen Freiwilligendiensten. Statistische Übersicht zu Personalvermittlungen 2008“, Bonn
- AKLHÜ (Hrsg.) (2010), „Freiwillige in internationalen Freiwilligendiensten. Statistische Übersicht zu Personalvermittlungen 2009“, Bonn
- AKLHÜ (Hrsg.) (2011), „Freiwillige in internationalen Freiwilligendiensten 2010. Statistische Übersicht 2010“, Bonn
- AKLHÜ (Hrsg.) (2012), „Freiwillige in internationalen Freiwilligendiensten 2011. Statistische Übersicht 2011“, Bonn
- AKLHÜ (Hrsg.) (2013a), „Freiwillige in internationalen Freiwilligendiensten 2012. Statistische Übersicht 2012“, Bonn
- AKLHÜ (Hrsg.) (2013b), „Internationale Freiwilligendienste“, Bonn
- AKLHÜ (Hrsg.) (2014), „Freiwillige in internationalen Freiwilligendiensten 2013. Statistische Übersicht 2013“, Bonn
- Albert, Mathias/Hurrelmann, Klaus/Quenzel, Gudrun (2010), „Jugend 2010 – 16. Shell Jugendstudie“, Frankfurt a.M.
- Andresen, Sabine/Hurrelmann, Klaus (2010), „Kindheit“, Weinheim
- Barth, Bertram/Flaig, Berthold Bodo (2013), „Was sind Sinus-Milieus®? Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Fundierung und Praxisrelevanz eines Gesellschaftsmodells“, in: Thomas, Peter Martin/Calmbach, Marc (Hrsg.), „Jugendliche Lebenswelten. Perspektiven für Politik, Pädagogik und Gesellschaft“, Berlin/Heidelberg, S.11–32
- Beck, Ulrich (1986), „Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne“, Frankfurt
- BMFSFJ (2010), „Monitor Engagement. Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999 – 2004 – 2009. Kurzbericht des 3. Freiwilligensurveys“, ohne Ort
- Brot für die Welt/arbeitskreis tourismus & entwicklung/ECPAT Deutschland (Hrsg.) (2015), „Vom Freiwilligendienst zum Volontourismus. Herausforderungen für die verantwortungsvolle Gestaltung eines wachsenden Reisetrends“, Berlin
- Calmbach, Marc/Hefter, Thomas/Borgstedt, Silke (2010), „Warum eigentlich? Ehrenamtliches Engagement in Jugendlichen Lebenswelten“, in: Hessische Jugend 64(3), S.4–6
- Calmbach, Marc/Thomas, Peter Martin/Borchard, Inga/Flaig, Bodo (2012), „Wie ticken Jugendliche? 2012 Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland“, Düsseldorf
- Daniel, Rebecca/Edalatian-Schahriari, Pegah/Fritz, Stéphanie/Hölscher, Kathrin/Weigt, Gabriele (2014), „Jetzt einfach machen. Handbuch für den inklusiven Freiwilligendienst. Leitlinien zur Entsendung von Freiwilligen mit Beeinträchtigung oder Behinderung“, herausgegeben von bezev e.V., Essen
- Engagement Global GmbH (2015), „Abgleich des Konzepts zur Diversifizierung von Zielgruppen im weltwärts-Programm (2012) mit dem operativen Sachstand im Juli 2015“, Bonn
- Euler, Hartwig (2007), „Engagement für eine gerechte Globalisierung“, in: Verein zur Förderung der entwicklungspolitischen Publizistik e.V. (Hrsg.), „Lernen und tatkräftiges Helfen. Der BMZ-Freiwilligendienst 'weltwärts'“, Dossier der Ausgabe 0–2007 von „weltsichten“, S.3–5
- Fischer, Jörn/Haas, Benjamin (2015), „Übergriffiger Staat und störrische Zivilgesellschaft? Internationale Freiwilligendienste zwischen Subsidiarität und politischer Verantwortung“, in: Bibisidis, Thomas /Eichhorn, Jaana/Klein, Ansgar/Perabo, Christa/Rindt, Susanne (Hrsg.), „Zivil – Gesellschaft – Staat. Freiwilligendienste zwischen staatlicher Steuerung und zivilgesellschaftlicher Gestaltung“, Bürgergesellschaft und Demokratie Band 44, Wiesbaden, S.107–136

- Gensicke, Thomas/Geiss, Sabine (2010), „Hauptbericht des Freiwilligensurveys 2009. Zivilgesellschaft, soziales Kapital und freiwilliges Engagement in Deutschland 1999 – 2004 – 2009. Ergebnisse der repräsentativen Trenderhebung zu Ehrenamt, Freiwilligenarbeit und Bürgerschaftlichem Engagement“, München
- Hertwig, Friederike Johanna (2014), „The importance of child protection in Volunteer Tourism – a gap analysis for risk-identification and derivation of recommendation for action“, Bachelorarbeit Hochschule Wernigerode/Harz, veröffentlicht unter: [www.tourism-watch.de/en/node/2152](http://www.tourism-watch.de/en/node/2152), 14.01.2015
- Hurrelmann, Klaus/Quenzel, Gudrun (2012), „Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung“, 11., vollständig überarbeitete Auflage, Weinheim/Basel
- Jaide, Werner (1988), „Generationen eines Jahrhunderts : Wechsel der Jugendgenerationen im Jahrhunderttrend; zur Sozialgeschichte der Jugend in Deutschland 1871–1985“, Opladen
- Jakob, Gisela (2015), „Zwischen Aufwertung und Indienstnahme. Zur gesellschaftlichen Bedeutung von Freiwilligendiensten“, in: Bibisidis, Thomas /Eichhorn, Jaana/Klein, Ansgar/Perabo, Christa/Rindt, Susanne (Hrsg.), „Zivil – Gesellschaft – Staat. Freiwilligendienste zwischen staatlicher Steuerung und zivilgesellschaftlicher Gestaltung“, Bürgergesellschaft und Demokratie Band 44, Wiesbaden, S. 47–62
- Kontzi, Kristina (2015), „Postkoloniale Perspektiven auf 'weltwärts'. Ein Freiwilligendienst in weltbürgerlicher Absicht“, Baden-Baden
- Picot, Sibylle (2012), „Jugend in der Zivilgesellschaft. Freiwilliges Engagement Jugendlicher im Wandel“, Gütersloh
- Quenzel, Gudrun/Hurrelmann, Klaus (2010) (Hrsg.), „Bildungsverlierer. Neue Ungleichheiten“, Wiesbaden
- Reinders, Heinz (2003), „Jugendtypen : Ansätze zu einer differentiellen Theorie der Adoleszenz“, Opladen
- Reinders, Heinz (2006), „Jugendtypen zwischen Bildung und Freizeit: theoretische Präzisierung und empirische Prüfung einer differenziellen Theorie der Adoleszenz“, Münster
- Schelsky, Helmut (1963), „Die skeptische Generation. Eine Soziologie der deutschen Jugend“, Düsseldorf
- Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hrsg.) (2012), „Bildungsvorausberechnung. Vorausberechnung der Bildungsteilnehmerinnen und Bildungsteilnehmer, des Personal- und Finanzbedarfs bis 2025. Methodenbeschreibung und Ergebnisse“, Wiesbaden
- Stern, Tobias/Scheller, Jan Oliver/Feix, Juliane/Käser-Erdtracht, Judith/Krämer d'Oliveira, Matias/Plutta, Katharina/Raetzell, Lennart/Würmseer, Grit (2011), „Der entwicklungspolitische Freiwilligendienst 'weltwärts'. Band I: Hauptbericht“, unveröffentlichter Evaluierungsbericht, Bonn: Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
- Thomas, Peter Martin/Calmbach, Marc (Hrsg.) (2013), „Jugendliche Lebenswelten. Perspektiven für Politik, Pädagogik und Gesellschaft“, Berlin/Heidelberg
- Welthaus Bielefeld (Hrsg.) (2010), „weltwärts nach der Ausbildung. Ein Leitfaden für Entsendeorganisationen, Betriebe und interessierte Auszubildende | weltwärts-Freiwilligen-Programm“, Bielefeld
- Welthaus Bielefeld (Hrsg.) (2012), „weltwärts für Auszubildende! Stimmen und Eindrücke aus der Praxis des weltwärts-Freiwilligenprogramms“, Bielefeld
- Wippermann, Carsten/Calmbach, Marc/Bund der Deutschen Katholischen Jugend/MISEREOR (Hrsg.) (2007), „Sinus-Milieustudie u27. Wie ticken Jugendliche?“, Düsseldorf
- Witzel, Andreas (1989), „Das problemzentrierte Interview“, in: Jüttemann, Gerd (Hrsg.), „Qualitative Sozialforschung in der Psychologie. Grundfragen, Verfahrensweisen, Anwendungsfelder“, 2. Ausgabe, Heidelberg, S. 227–256





Arbeitskreis »Lernen und Helfen  
in Übersee« e.V. (AKLHÜ)

Meckenheimer Allee 67 – 69, 53115 Bonn  
Tel.: 0228 – 9089910 / Fax: 0228 – 9089911  
aklhue@entwicklungsdienst.de  
www.entwicklungsdienst.de