

## Digitales Engagement Jugendlicher – Zeitenwende oder Kontinuität gemeinnütziger Tätigkeiten der jungen Generation?

Prof. Dr. Heinz Reinders

Universität Würzburg | Empirische Bildungsforschung | heinz.reinders@uni-wuerzburg.de

### Zusammenfassung

Digitale Transformationen bestimmen den Alltag und die Sozialisationsbedingungen Heranwachsender. Während die Corona-Pandemie in der Wahrnehmung Älterer ein Katalysator für zunehmende Digitalisierung war, ist diese Entwicklung aus Sicht Jugendlicher die konsequente Fortsetzung ihres vor der Pandemie gelebten Alltags. Der Beitrag argumentiert, dass junge Menschen auch bei ihrer gemeinnützigen Tätigkeit stark auf die Digitalisierung setzen.

Zur Untermauerung dieser These interpretiert er die Daten des Dritten Engagementberichts im Sinne einer Kontinuität gemeinnütziger Tätigkeit Jugendlicher mit und in den digitalen Sozialraum hinein. Es zeigen sich zwei Gruppen: Jene, die mit digitalen Medien Offline-Engagement ergänzen, und jene, deren Engagement nahezu ausschließlich im digitalen Sozialraum stattfindet. Beide Gruppen werden mit Jugendlichen ohne gemeinnützige Tätigkeit verglichen; Zusammenhänge zu allgemeiner und onlinebasierter politischer Selbstwirksamkeit werden herausgestellt.

*Schlagwörter:* Ehrenamt; Engagement; Jugendliche; Digitalisierung; digitales Engagement

### Digital Engagement of Young People - Turning Point or Continuity of Civic Activities of the Younger Generation?

#### Abstract

*Digital transformations determine everyday life and socialization conditions of adolescents. But whilst the older generation perceives the Covid 19 pandemic as a catalyst for digitalization, the increasing use of digital media is a consistent continuation of their everyday life for young people. This article claims that young people have relied heavily and continuously on digitalization in their charitable work.*

*To illustrate this hypothesis it interprets data from the report "Third Civic Engagement of Adolescents" and identifies two groups: in the first, young people use digital media to supplement offline engagement. In the second, they engage almost exclusively in the digital space. It compares both to young people without community service and highlights connections to general and online-based political self-efficacy.*

*Keywords:* Community service; adolescence; youth; digitalization; digital engagement

## 1. Einleitung

Es gehört zu den Konstanten einer kulturpessimistischen Perspektive auf Jugend, dass diese immer weniger politisch interessiert sei, in Apathie ver falle, dem individuellen Hedonismus frönen würde und insgesamt wenig gut gerüstet sei, die Zukunft der Demokratie zu gewährleisten (Roth 2010). Eines der dabei besonders häufig vorkommenden Missverständnisse ist die Verwechslung von politischem Interesse, politischer Verdrossenheit sowie konventioneller Partizipationsbereitschaft einerseits und der sozialen Beteiligungs- und Engagement-Motivation Jugendlicher andererseits (Deutsche Shell Holding 2015; 2019). Denn wie anders lässt sich erklären, dass nahezu die Hälfte der in Deutschland lebenden Jugendlichen sich in irgendeiner Form regelmäßig sozial engagiert (Reinders 2014; Emmer et al. 2019)?

Zunächst lässt sich das Missverständnis als eine begriffliche Fehlinterpretation aufklären. Politisches Interesse oder Politikverdrossenheit werden an Merkmalen konventioneller demokratischer Beteiligung und den Strukturen einer Parteidemokratie festgemacht. Partizipationsbereitschaft wird durch Fragen zur Mitwirkung u. a. an Wahlen operationalisiert, die rechtlich in der Regel erst ab der Volljährigkeit als Option zur Verfügung stehen. Kurzum: politische Mitwirkung wird aus der Makroebene der (politischen) Soziologie betrachtet. Der umgekehrte Blickwinkel aus der (pädagogisch-)psychologischen Mikroperspektive offenbart vielmehr, dass Beteiligungsbereitschaft und die zugrunde liegende soziale Mitwirkungsmotivation bei etwa der Hälfte der Heranwachsenden gegeben sind und sich insbesondere im Engagement innerhalb jugendlicher Mikrosysteme offenbaren (Youniss/Yates 1997; Christoph 2013; Emmer et al. 2019).

Selbstverständlich bestehen manifeste Jugendbeteiligungen, wie #fridaysforfuture-, #metoo -oder #blacklivesmatter-Bewegungen aufzeigen. Insbesondere die Themen soziale Gerechtigkeit und Umweltgerechtigkeit führen diese mikrosystemische Engagement-Motivation auf eine gesellschaftliche und gesellschaftlich wahrgenommene Ebene. Gleichzeitig erzählen diese Bewegungen als vor allem durch bildungsnahe Schüler:innen und Studierende getragene Partizipationsformen nur die Geschichte eben dieser gesellschaftlich privilegierten Schicht. Sie sind somit hochselektiv. Verborgen bleibt dahinter in der öffentlichen Wahrnehmung zum Beispiel ein soziales Projekt zum Thema „Wasser“ von Hauptschüler:innen für Grundschulkinder (Reinders et al., 2017), das gesellschaftliche Engagement der Landjugend-Verbände auf dem Dorf (Brauer 2019), die generellen Stadt-Land-Unterschiede digitalen Engagements (Grunert et al. 2021) oder auch die Erstellung von Crowdfunding-Aktionen für den eigenen Sportverein (Lührs/Poschen 2022). Da sich die benannten Hashtag-Bewegungen vor allem im digitalen Raum konstituieren und verstärken, sind auch die Ausdrucksformen im realen Protest

ein Spiegel der sozialen Ungleichheit digitaler Repräsentanz unterschiedlicher Bildungsmilieus.

Der Bottom-Up-Blick aus der Perspektive der Jugendlichen selbst zeigt die enorme Vielfalt und das Potenzial dieser wie vieler anderer Generationen davor auf. Die Reduktion auf Politikverdrossenheit und konventionelle Partizipation ist nicht nur methodisch äußerst fragwürdig, sie vernebelt zudem die Wahrnehmung dessen, was Heranwachsende gesamtgesellschaftlich leisten (Deutsche Shell Holding 2015; 1019) – nicht in den Nachrichten, sondern in ihrem unmittelbaren sozialen Umfeld. Ignoranz diesen wertvollen gesellschaftlichen Beiträgen gegenüber birgt schließlich die Gefahr einer Entmutigung der jungen Generation, die sich sehr viel mehr engagiert als ihr zugesprochen wurde und wird.

Daneben lässt sich noch ein weiteres Problem eines nicht angemessenen Verständnisses jugendlicher Beteiligung identifizieren. Klassischerweise sind Institutionen wie Parteien, Schulen, Bildungseinrichtungen udgl. mehr daran interessiert, auf dem Weg der politischen Bildung für mehr Partizipationsbereitschaft zu sorgen. Die Vermittlung von Wissen um das politische System oder die Gefahren von Extremismus soll dazu führen, dass Heranwachsende ihr Verhalten hin zu einer demokratischen Persönlichkeit verändern. Das ist der klassische kognitionspsychologische Weg von der Kognition als Auslöser für Verhaltensänderungen, in dessen Falle auch die aktuelle Debatte um die sog. inklusive politische Kommunikation tappt (Niederberger/Dreiack 2018). Die Idee dieses Konzepts ist es, Kommunikation über politische Inhalte so zu gestalten, dass alle gesellschaftlichen Schichten am Diskurs teilhaben können und hierdurch zur Mitwirkung motiviert werden. Auch hier soll durch kognitiv-reflexive Prozesse politisches in Richtung demokratisches Handeln verändert oder verstärkt werden. Kognitive Ansätze adressieren gewollt oder ungewollt aber primär bildungsnahe Zielgruppen. Populistische Strömungen richten sich demgegenüber viel stärker bzw. nahezu ausschließlich an die emotionale Ebene und an die Ebene des Erlebens von Handlungswirksamkeit im öffentlichen Raum. Dieser – neben Kognition und Verhalten/Handeln – dritte Funktionsbereich menschlicher Entwicklung wird regelmäßig von politischer Bildung übersehen. Denn auch in der politischen Medienbildung werden Heranwachsende über Nutzungsformen, Datenschutz, Mobbing im Netz etc. informiert, also kognitiv gefüttert (Oberle 2017).

Aus diesen beiden genannten Gründen fokussiert der vorliegende Beitrag das mikrosystemische gesellschaftliche Engagement vor dem Hintergrund der Verhaltenzebene und der unterkomplex betrachteten emotionalen Ebene (der Motivation). Es wird nachfolgend also nicht um das holzschnittartige Lamentieren über „die“ Jugendlichen gehen, die mit kognitivem Futter zu besseren Demokrat:innen werden. Vielmehr wird das (digitale) Engagement Heranwachsender vor dem Hintergrund einer affektiv-motivationalen Erklärung für gesellschaftliche Teilhabe

dargestellt und dabei explizit der These widersprochen, digitales Engagement sei eine Folge von Corona und Lockdowns. Anhand der Daten der im Jahr 2019 durchgeführten Studie zum Engagement Heranwachsender im Rahmen des Dritten Engagementberichts der Bundesregierung wird aufgezeigt, dass Heranwachsende die digitalen Tools längst entdeckt hatten, um ihr sog. Offline-Engagement zu ergänzen. Damit diese Perspektive auch konzeptionell verständlich wird und die Ergebnisse eingeordnet werden können, wird zunächst ein Rahmenmodell sozialer Teilhabe entwickelt, bei dem die affektive Motivations- und die Handlungsebene zum Konstrukt der erlebten Handlungswirksamkeit zusammengeführt werden.

## 2. Soziale Handlungswirksamkeit und gesellschaftliche Teilhabe

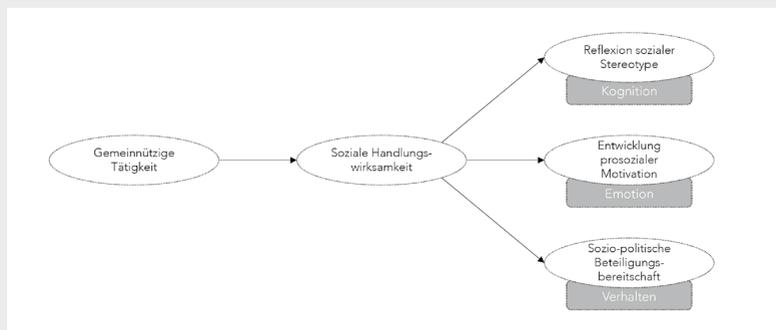
Das Konzept der politischen Handlungswirksamkeit ist nicht neu, es hat in der politischen Psychologie der 1990er Jahre eine prominente Rolle gespielt. Politische Handlungswirksamkeit wird allgemein als das Erleben von Veränderungen im politischen Bereich als Folge eigener Handlungen definiert und lehnt sich damit eng an den Begriff der Handlungswirksamkeit (engl. self-efficacy) von Bandura (1994) an. Die Idee, Handlungswirksamkeit als Bindeglied zwischen Individuum und politischer Sphäre zu nutzen, ist demnach nicht neu. Das Konstrukt eignet sich vor dem Hintergrund der o. g. Defizite einer kognitivistischen Makro-Perspektive aber besonders dazu, die affektive Ebene und jene des Verhaltens gemeinsam in den Blick zu nehmen und um einen sozialen Bezug zu ergänzen. Das Konstrukt der Handlungswirksamkeit adressiert die affektiv-motivationale Ebene, weil jede Handlung einer unbewussten, halb- oder bewussten evaluativen Komponente unterliegt. Mit Erfolg ausgeführte Handlungen erzeugen positive Emotionen und erhöhen die Motivation, also die Handlungsenergie, diese Handlungsweisen zu wiederholen. Misslich ausgegangene Handlungen bringen auf dem evaluativen Faktor negative Emotionen und eine geringe bis gegenteilige Handlungsmotivation mit sich. Kurzum: Handlungen, Handlungsergebnisse und Motivation sind eng miteinander gekoppelt. Eine seit Heckhausen und Heckhausen (2006) gut bekannte und erforschte Trivialität menschlichen Handelns.

Ergänzt wird das Konstrukt um den Zusatz der sozialen Handlungswirksamkeit und reduziert damit die riesige Bandbreite möglicher Handlungen auf die Klasse sozialer Handlungen, also aller Handlungsformen im direkten oder indirekten Austausch mit anderen Subjekten. Das sind gleichwohl immer noch sehr viele Handlungsklassen, so dass der Begriff für die Nutzbarkeit im Rahmen der politischen Partizipationsforschung nochmals auf Handlungen reduziert wird, bei denen ein Austausch mit anderen zum Zweck der Veränderung sozialer Verhältnisse stattfindet: „Soziale Handlungswirksamkeit wird durch die Rückmeldung induziert, anderen Menschen geholfen oder einen gesellschaftlichen Zustand zum

Besseren verändert zu haben“ (Reinders 2019). Beide Aspekte von sozialer Handlungswirksamkeit zielen darauf ab, eigene Ressourcen oder Ressourcen des eigenen Netzwerks auf Personen, Gruppen oder Maßnahmen zu übertragen und deren Wirksamkeit bewusst wahrzunehmen (Reinders 2014).

Die Theorie Gemeinnütziger Tätigkeit (TGT) sieht nun vor, dass diese Form von sozialer Handlungswirksamkeit für Heranwachsende insbesondere bei sozialem Engagement gefördert wird und sich hierdurch eine Selbstbildveränderung ergibt (Youniss/Yates 1997; Youniss/Reinders 2010). In der Folge dieser Erfahrungen sozialer Handlungswirksamkeit ergibt sich eine Veränderung auf der kognitiven und emotionalen Ebene sowie der Verhaltensebene (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Vereinfachtes Modell der Theorie Gemeinnütziger Tätigkeit



Quelle: Youniss/Reinders 2010

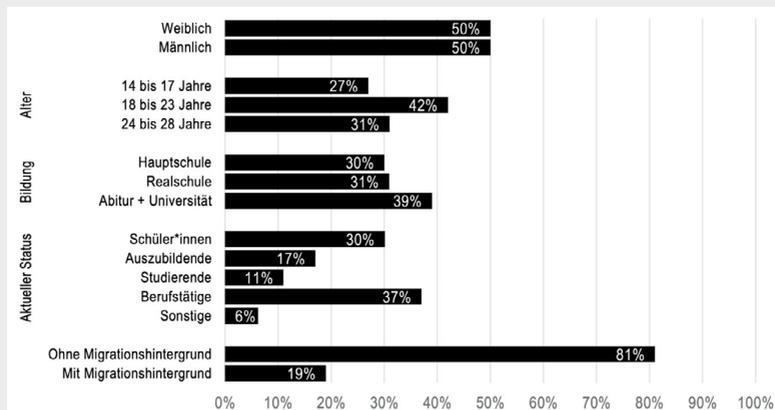
Auf der kognitiven Ebene findet die Reflexion eigener sozialer Stereotype statt. Die Auseinandersetzung mit Hilfsbedürftigen oder Betroffenen einer sozialen Unterstützungskampagne führt zum Nachdenken über die eigene sozial privilegierte Situation und die Wahrnehmung der „Anderen“ als Personen mit individueller Biographie (Youniss/Yates 1997). Auf der emotionalen Ebene führt das Erleben sozialer Handlungswirksamkeit zur Entwicklung und/oder Verstärkung der Motivation, sich weiterhin oder auch verstärkt für soziale Motive zu engagieren, was auf der Verhaltensebene mit einer entsprechenden Beteiligung(-sbereitschaft) korrespondiert. Die Zusammenschau des Forschungsstandes (Youniss/Reinders 2010) und eigene Forschungsbefunde bei Heranwachsenden sprechen für die Aussagekraft der TGT (Reinders 2014).

Das reduzierte Modell der TGT wird als Interpretationsfolie für die nachfolgenden empirischen Befunde zum (digitalen) Engagement Jugendlicher und junger Erwachsener genutzt. Die Befunde dienen demnach nicht explizit der Bestätigung des theoretischen Modells im Sinne eines Hypothesentests, sondern werden entlang des skizzierten Modells sortiert und interpretiert.

### 3. Über die Studie

Die Studie zum digitalen Engagement Jugendlicher und junger Erwachsener wurde im Zuge des Dritten Engagementberichts der Bundesregierung durchgeführt und die Befunde erstmalig im Rahmen des Engagementberichts präsentiert (Emmer et al. 2019). Insgesamt wurden 1.006 Heranwachsende mittels eines standardisierten Fragebogens bei einer Telefon-Befragung zu Aspekten ihres Engagements interviewt. Dabei wurden Variablen wie Geschlecht, regionale Zugehörigkeit, Alter und Bildungsstatus als Ziehungsmerkmale vorab festgelegt und Repräsentativität bezüglich dieser Merkmale angestrebt (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: Soziodemographische Merkmale der Stichprobe



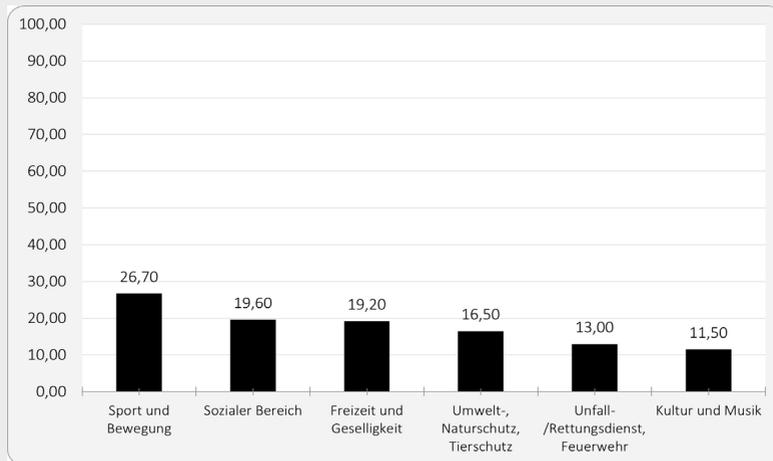
Quelle: Emmer et al. 2019: 52

### 4. Gemeinnütziges Engagement junger Menschen

In der Befragung zum Engagement der Jugendlichen und jungen Erwachsenen gaben 52,5 Prozent an, sich in ihrer Freizeit für eine soziale Sache zu engagieren, ein Wert, der mit jenen anderer repräsentativer Studien vergleichbar ist (Reinders 2014; Freiwilligensurvey 2019). Die Mehrheit der Befragten berichtet dabei von einem Engagement mehrmals in der Woche (55,9 %), ein weiteres Viertel immerhin einmal pro Woche (24,5 %). Eine kleinere Gruppe hochintensiv engagierter Jugendlicher wendet für das Engagement zwischen 13 und 40 Stunden auf (8,1 %), der übliche Zeitaufwand liegt jedoch bei einer bis fünf Stunden pro Woche (55,6 %). Immerhin mehr als ein Drittel engagiert sich zwischen sechs und zwölf Stunden (36,3 %).

Sport und Bewegung ist dabei derjenige Handlungsbereich, in dem sich die Befragten besonders häufig engagieren (26,7 %, vgl. Abbildung 4). In etwa gleichauf liegt eine gemeinnützige Tätigkeit im sozialen Bereich und zu Freizeit-/Geselligkeitsthemen im Trend (19,6 resp. 19,2 %). Umwelt- und Naturschutz folgt mit 16,5 % aller Jugendlichen erst auf dem vierten Rang, obgleich bereits zum Zeitpunkt der Befragung Bewegungen wie #fridaysforfuture auch in Deutschland sehr prominent waren.

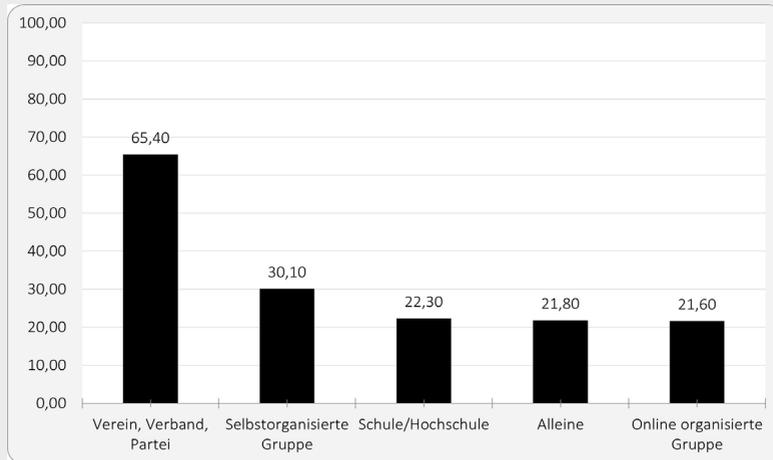
Abbildung 3: Häufige Engagementbereiche Jugendlicher (Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; N = 1.006)



Quelle: Emmer et al. 2019, eigene Darstellung

Das Engagement für Rettungsdienste und technische Hilfswerke (13,0 %) sowie Kultur und Musik (11,5 %) ist ebenfalls vertreten, wengleich weniger prominent im Vergleich zu Sport und Bewegung.

**Abbildung 4: Organisationale Einbindung des Engagements Jugendlicher**  
(Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; N = 1.006)

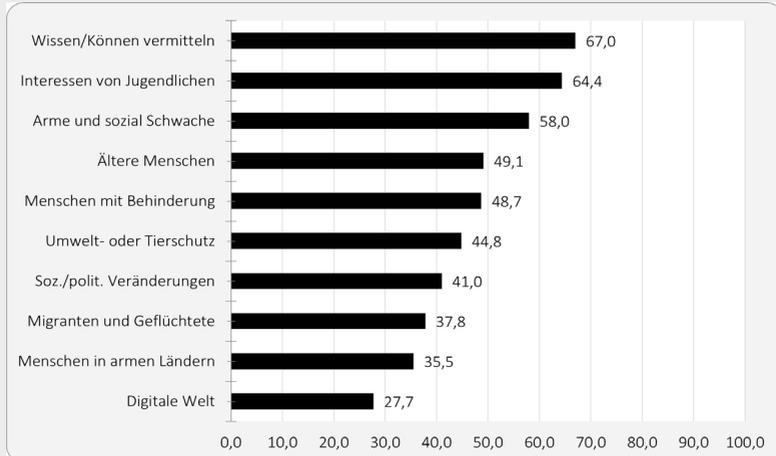


Quelle: Emmer et al. 2019, eigene Darstellung

Interessant für die Frage nach neuen und digitalen Auftretensformen gemeinnütziger Tätigkeit ist sodann der Befund aus dem Dritten Engagementbericht, wonach fast ein Viertel der Befragten angeben, der organisationale Rahmen sei für sie eine online organisierte Gruppe (21,6 %). Zwar bleiben die klassischen Organisationen wie Vereine und Verbände nach wie vor der zentrale Ort für gesellschaftliche Aktivitäten der jungen Generation (65,4 %, Parteien spielen in dieser Trias aber eine klar abgeschlagene Rolle), auch selbstorganisierte Gruppen (30,1 %) oder der bildungsinstitutionelle Kontext (22,3 %) sind noch etwas häufiger vertreten (vgl. Abbildung 5). Allerdings schiebt sich das digitale Engagement bereits vor Corona in das Feld der organisationalen Einbindungen. In diesem Zusammenhang ist auch der Befund interessant, wonach 19,4 % der jungen Menschen über das Internet zu ihrem gemeinnützigen Engagement gekommen sind. Weitere 2,18 % nennen sogar etwas genauer Diskussionen im Internet als Anlass für ihre soziale Tätigkeit.

Zu dieser Größenordnung passt auch das Ausmaß, in dem die Befragten ein Engagement zur Verbesserung der digitalen Welt als Ziel für ihre Tätigkeit angeben. Mit 27,7 % erachten etwas mehr als ein Viertel dieses Ziel als wichtig oder sehr wichtig (vgl. Abbildung 6).

**Abbildung 5: Ziele des Engagements Jugendlicher**  
(Angaben in Prozent sehr wichtig/wichtig)



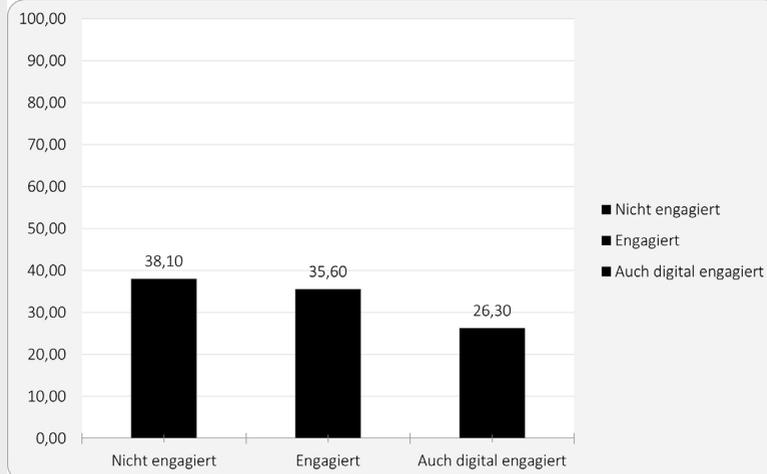
Quelle: Emmer et al. 2019, eigene Darstellung

Es reicht als Engagementziel bei Weitem nicht an jene zur Kompetenzvermittlung (67,0 %) oder auch der Vertretung jugendlicher Interessen heran (64,4 %). Dies sind klassische und wiederkehrende Engagementziele Heranwachsender (Deutsche Shell Holding 2019). Gleichwohl taucht es als Engagementziel im Kontext der weiteren typischen Engagementziele auf. Das schließt zudem nicht aus, dass auch die anderen Ziele mit Mitteln des digitalen Engagements verfolgt werden, wie die weiteren Daten noch zeigen werden.

## 5. Digitales Engagement Jugendlicher

Auf die Frage nach dem Stellenwert digitaler Medien für das Engagement votierten entsprechend bereits relativ viele Jugendliche, dass diese überwiegend (14,4 %) oder zumindest in Teilen (25,3 %) eine wesentliche Rolle spielen. Bei knapp einem Drittel (32,7 %) war dies allerdings auch noch gar nicht der Fall. Werden diese Informationen (Nutzung digitaler Medien im Engagement) mit den Aussagen zur Verbreitung gemeinnütziger Tätigkeit (Vorhandensein gemeinnützigen Engagements) kombiniert, lässt sich eine Verteilung des digitalen Engagements unter Heranwachsenden in Deutschland vor Corona ableiten (vgl. Abbildung 7).

Abbildung 6: Verbreitung des digitalen Engagements Jugendlicher (Angaben in Prozent)

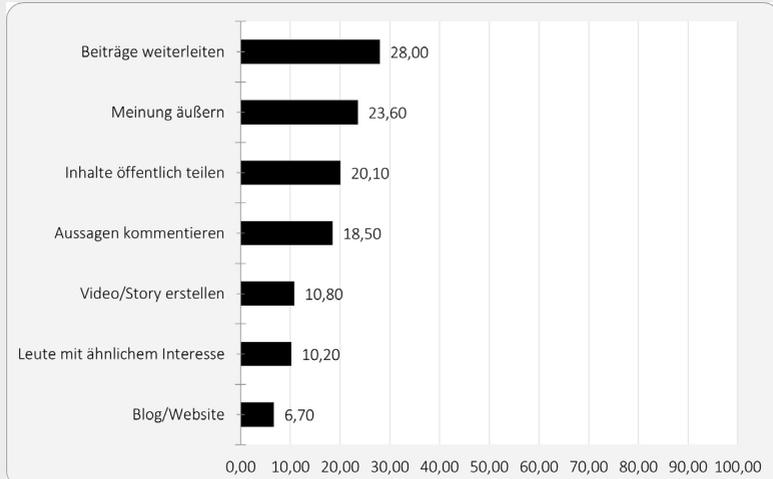


Quelle: Emmer et al. 2019, eigene Darstellung

Demnach sind insgesamt 38,1 % der Jugendlichen gar nicht engagiert, 35,6 % engagiert, ohne dabei in den Bereich der Online-Gemeinnützigkeit hinein zu gehen, und weitere 26,3 % denjenigen Befragten zuzurechnen, die sich auch auf digitale Art und Weise in ihrer Freizeit engagieren.

Hierunter finden sich aber auch eher niederschwellige Formen digitalen Engagements, etwa das Weiterleiten von Online-Beiträgen (28,0 %, vgl. Abbildung 8) oder Inhalte öffentlich in den eigenen Profilen sozialer Medien teilen (20,1 %). Meinungen äußern (23,6 %) und Aussagen anderer kommentieren (18,50 %) können dabei bereits als aktive Mitwirkung am öffentlichen Diskurs gewertet werden.

Abbildung 7: Formen des digitalen Engagements Jugendlicher (Angaben in Prozent täglich/mehrmals pro Woche; Mehrfachantworten möglich)

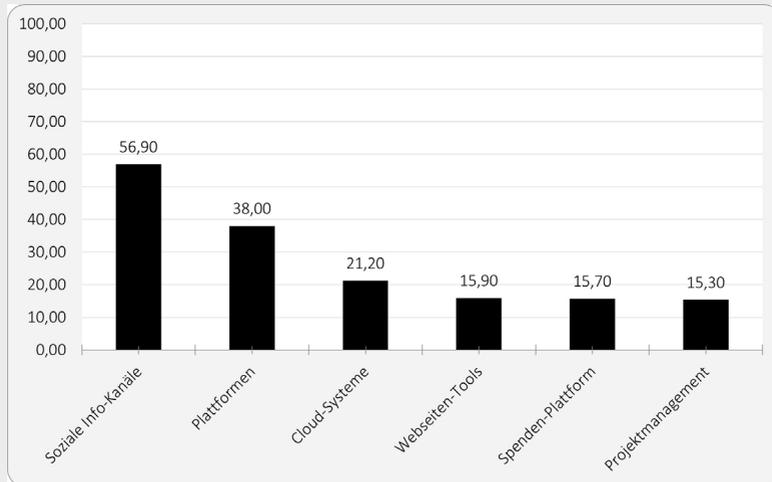


Quelle: Emmer et al. 2019, eigene Darstellung

Aufwändigere Varianten des digitalen Engagements wie Videos oder Storys erstellen (10,8 %) sowie Webseiten/Blogs erstellen 6,7 %) sind demgegenüber zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht so stark vertreten. Gleichzeitig muss bereits innerhalb der kurzen Zeit der letzten fünf Jahre seit der Befragung berücksichtigt werden, dass ein Video oder ein Reel zu erstellen heute ungleich niederschwelliger als seinerzeit möglich ist. Auch die Frage nach der genutzten App wird mittlerweile nicht mehr zu einem zutreffenden Bild führen, da seinerzeit immerhin noch 61,2 % angegeben haben, Facebook regelmäßig zu nutzen, wohingegen bei der Befragung TikTok oder BeReal entweder noch nicht existierten oder von marginaler Bedeutung waren.

Aussagekräftiger werden daher eher die Rückmeldungen zu spezifischen Klassen digitaler Tools sein (vgl. Abbildung 9). Allgemein soziale Infokanäle werden von 56,9 % der Befragten zur Organisation ihres Engagements genutzt. An zweiter Stelle folgen Plattformen zum Austausch über oder mit Tools für gemeinnützige Tätigkeiten (38,0 %). Das Teilen von Informationen über Cloud-Systeme berichten 21,2 % und Tools zur Erstellung von Webseiten werden von 15,9 % verwendet. In ähnlicher Weise sind auch Spendenplattformen (15,7 %) und Online-Tools zum Projektmanagement verbreitet (15,3 %).

Abbildung 8: Genutzte Tools des digitalen Engagements Jugendlicher (Angaben in Prozent sehr wichtig/wichtig; Mehrfachantworten möglich)



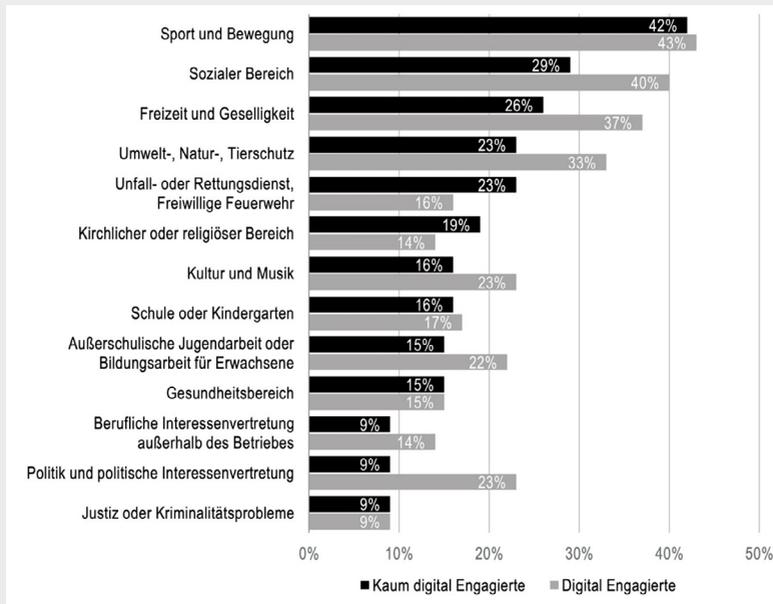
Quelle: Emmer et al. 2019, eigene Darstellung

Interessant sind dabei die Begründungen der Jugendlichen, sich mit und im digitalen Raum zu engagieren. Die Befragten schätzen die Möglichkeit, sich freier für bestimmte Themen und Engagements entscheiden zu können (71,5 %) und wissen die zeitliche Flexibilität zu schätzen (70,5 %). Mehr Reichweite ihrer Themen in die Gesellschaft versprechen sich immerhin noch 63,8 % der Jugendlichen und jungen Erwachsenen.

## 6. Soziale Handlungswirksamkeit und digitales Engagement

Soziale Handlungswirksamkeit setzt nach bisheriger Auffassung die direkte Interaktion mit anderen Menschen voraus. Sie wird demnach eher im Sinne einer Off-line-Gemeinnützigkeit interpretiert. Dass dies aber offensichtlich zu kurz greift, zeigt bereits die Gegenüberstellung der Engagementbereiche Heranwachsender im Vergleich von Jugendlichen mit geringem und hohem digitalen Engagement (vgl. Abbildung 10).

Abbildung 9: Engagementbereiche im Vergleich von kaum digital engagierten (N = 354) und überwiegend digital engagierten Jugendlichen (N = 270, Angaben in Prozent)

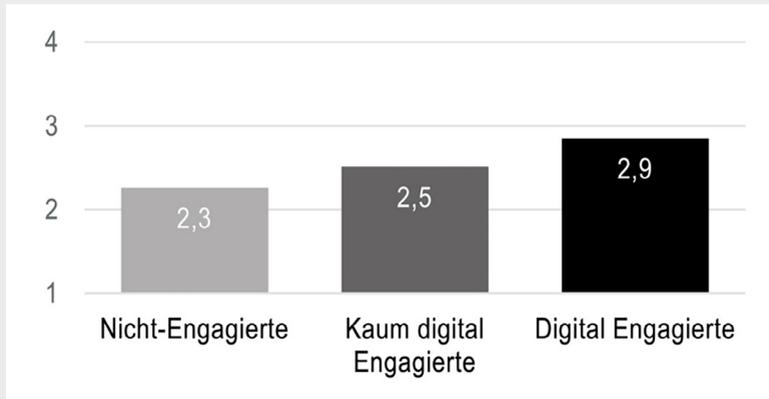


Quelle: Emmer et al. 2019:57

Vor allem im sozialen Bereich findet sich ein deutlicher Überhang der digital Engagierten (40 im Vergleich zu 29 %), gleiches gilt für politische Interessensvertretungen als Teilbereich sozialer Auseinandersetzung (23 im Vergleich zu 9 %). Schließlich vollzieht sich das Engagement für Umweltschutzthemen sehr viel stärker im digitalen als im „realen“ Raum (33 im Vergleich zu 23 %). Die von sozialen Zielen geprägten Engagementbereiche erschließen sich für die Jugendlichen nach diesen Daten stärker durch den digitalen Zugang.

Zu dieser Interpretation passen die Befunde einer erhöhten politischen Selbstwirksamkeit bei digital engagierten Jugendlichen (vgl. Abbildung 11). Jugendliche, die sich digital gemeinnützig betätigen (MW = 2,9), berichten eine höhere politische Selbstwirksamkeit als Nicht-Engagierte (MW = 2,3) und sogar als engagierte Jugendliche, die sich vornehmlich offline engagieren (MW = 2,5).

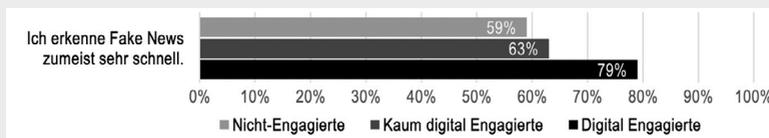
Abbildung 10: Politische Selbstwirksamkeit im Vergleich der Engagement-Typen (Angaben in Mittelwerten; Skala von 1=Trifft nicht zu bis 4=Trifft voll zu; N = 987)



Quelle: Emmer et al. 2019:64

Vor dem Hintergrund der TGT ließen sich diese beiden Befunde so interpretieren, dass digitales Engagement Heranwachsender sich vor allem im Einsatz für sozialpolitische Fragestellungen zeigt und in der Folge auch das Erleben, durch eigenes Online-Handeln etwas zu bewirken, höher als in den Vergleichsgruppen ausfällt. Diese Interpretation wird wiederum durch die höhere Online-Literacy gestützt, die sich digital engagierte Jugendliche zusprechen (vgl. Abbildung 12).

Abbildung 11: Online Literacy im Vergleich der Engagement-Typen (Angaben in Prozent; N = 1.002)



Quelle: Emmer et al. 2019: 66

Neben anderen Bereichen geben digital engagierte Befragte häufiger an, dass sie Fake News im Internet besser erkennen (79 %) als kaum digital oder nicht engagierte Jugendliche (63 resp. 59 %). Dieses Merkmal ist Bestandteil der Selbstzuschreibung eigener Medienkompetenz im digitalen Raum und damit auch Teil der Handlungswirksamkeit.

## 7. Zusammenfassung

Der vorliegende Beitrag zeigt anhand der Jugendbefragung des Dritten Engagementberichts der Bundesregierung auf, dass Heranwachsende auch bereits vor Corona häufig und in vielfacher Form digitale Tools und Online-Sozialräume für ihre gemeinnützige Tätigkeit nutzen. Auch wenn aktuellere Ausführungen eine katalysatorische Wirkung der Corona-Lockdowns für dieses digitale Engagement nahelegen (Croll 2020), so zeigen die vorgelegten Daten die hohe Verbreitung bereits vor dieser Zeit. Das bedeutet, dass digitales Engagement keine anlassbezogene, temporäre Erscheinung darstellt, sondern als mittlerweile fest etablierte Variante gemeinnütziger Tätigkeit anzusehen und zu erforschen ist. Damit diese Forschung aber nicht allein rein deskriptiv bleibt, sondern theoriegeleitet einen Einblick in die Entstehung, Gestalt und Auswirkungen gemeinnütziger Tätigkeit ermöglicht, wird in diesem Beitrag die Theorie Gemeinnütziger Tätigkeit (TGT) als bereits saturiertes Modell vorgeschlagen und auf den neuen Engagementbereich übertragen. Die Daten des Dritten Engagementberichts können dabei allerdings nur als ein erster Hinweis interpretiert werden, dass eine Sortierung des Forschungsfeldes anhand der TGT erkenntnisbringend sein kann. So legen die deskriptiven Befunde zu Merkmalen der Engagementgruppen nahe, dass die Kombination von sog. Online- mit Offline-Engagement die Ausbildung von Handlungswirksamkeit stärker begünstigt als das klassische soziale Engagement in der „realen“ Welt.

Denn nicht nur zeigen die Befunde des Dritten Engagementberichts die relative Verbreitung und Ausdrucksformen digitalen Engagements, sie geben auch Hinweise darauf, dass sich die Engagementbereiche von jenen des Engagements im eigenen sozialen Nahraum zum Teil erheblich unterscheiden. Soziale Fragen und politische Themen finden dort viel größere Verbreitung. Dies ist mutmaßlich in der auch von den Jugendlichen geschätzten größeren Reichweite digitalen Engagements begründet. Hashtag-Bewegungen, politische Kampagnen, Petitionen und Crowdfundings erreichen online eine weitaus größere Zielgruppe als gemeinnützige Tätigkeit in der eigenen Nachbarschaft. Das motiviert Heranwachsende offenbar, digitales Engagement zu nutzen. Auch ergeben die Daten erste Hinweise, dass das digitale Engagement in sozialen Fragen eine neue Form des Erlebens sozialer Handlungswirksamkeit darstellt. Online-Interaktionen, Diskussionen, Beitragsreichweiten – alles das wird von Heranwachsenden offenbar als soziale Interaktion gewertet, die ungleich skaliert als jene im Sportverein oder der religiösen Jugendgruppe ist. Vor allem die Gegenüberstellung eines großen Desinteresses an politischen Engagementsthemen offline zum prominenten sozialpolitischen Engagementbereich im Digitalen verweist auf das Erleben einer neuen sozialen Handlungswirksamkeit im Politischen durch digitale gemeinnützige Tätigkeit.

Kritisch hingegen ist anzumerken, dass die Daten im Kontext des zügigen technologischen Wandels fast schon historischer Natur sind. Facebook wird von Jugendlichen kaum mehr genutzt, künstliche Intelligenz war 2019 noch kein prominentes, weil öffentlich nicht zugängliches Tool. Vieles von dem, was abgefragt wurde, unterliegt diesem Wandel, so dass zwar einerseits der Nachweis einer hohen Verbreitung digitalen Engagements bei Jugendlichen erbracht ist. Aber die Übertragbarkeit auf die Nach-Corona-Zeit ist nur bedingt gegeben. Immerhin der Befund, wonach digitales Engagement mit höherer sozialer Handlungswirksamkeit einher geht, sollte bei allem Wandel der genutzten Technologien Bestand haben.

Abschließend dankt der Verfasser mit diesem Beitrag wichtigen Impulsgeber:innen während der nunmehr zwei Jahrzehnte währenden Engagementforschung, insbesondere James Youniss sowie Dan Hart und Manfred Hofer. Der vorliegende Text ist der letzte Beitrag des Verfassers zu diesem Thema.

## Literaturverzeichnis

- Bandura, Albert (1994): Self-Efficacy. In: Ramachandran, Vilayanur Subramanian (Hrsg.): Encyclopedia of Human Behavior. New York, 4. Auflage, S. 71–81.
- Brauer, Kai (2019): Jugend und Alter im Dorf. In: Nell, Werner; Weiland, Marc (Hrsg.): Dorf. Ein interdisziplinäres Handbuch. Berlin, S. 158–166.
- Christoph, Gabriela (2013): Differentielle Wirkungspfade gemeinnützigen Engagements im Jugendalter. Dissertation. Würzburg.
- Croll, Carola (2020): Engagement im Netz trotz(t) Corona. In: Voluntaris, 8. Jg., Heft 2, S. 352–366, <https://doi.org/10.5771/2196-3886-2020-2-352>.
- Deutsche Shell Holding (Hrsg.) (2015): Jugend 2015. Frankfurt am Main.
- Deutsche Shell Holding (Hrsg.) (2019): Jugend 2019. Frankfurt am Main.
- Emmer, Martin; Grunert, Cathleen; Reinders, Heinz; Haas, Claudia (2019): Kapitel 2. Engagement junger Menschen im digitalen Zeitalter. In: BMFSFKJ (Hg.): Dritter Engagementbericht, Zukunft Zivilgesellschaft. Junges Engagement im digitalen Zeitalter. Bundesdrucksache 19/19320, S. 51–74.
- Grunert, Cathleen; Lüdemann, Jasmin; Ludwig, Katja; Traus, Anna (2021): Digital engagiert auf dem Land – Zum Wechselverhältnis von Digitalisierung und Jugendengagement im ländlichen Raum. In: Diskurs Kindheits- und Jugendforschung, 16. Jg., Heft 1, S. 19–20, <https://doi.org/10.3224/diskurs.v16i1.08>.
- Heckhausen, Jutta; Heckhausen, Heinz (2006): Motivation und Handeln: Einführung und Überblick. In: Heckhausen, Jutta; Heckhausen, Heinz (Hrsg.): Motivation und Handeln. Berlin, S. 1–10.
- Krampen, Günter (1998): Vorhersage politischer Partizipation und Entwicklung politischer Handlungsorientierungen im Übergang vom Jugend- zum frühen Erwachsenenalter. In: Zeitschrift für Entwicklungspsychologie und Pädagogische Psychologie, 30. Jg., Heft 2, S. 80–88.
- Lührs, Thorsten; Poschen, Francesca (2022): Crowdfunding im Sport. In: Lührs, Thorsten; Poschen, Francesca (Hrsg.): Crowdfunding im Sport. Berlin, S. 23–44.

- Niederberger, Marlen; Dreijack, Stefanie (2018): Inklusive Teilnahme zwischen Fiktion und Realität? Eine Diskussion des Potenzials von On- und Offline-Partizipation am Beispiel des Bürgerdialogs Zukunftsthemen. In: Oswald, Michael; Johann, Michael (Hrsg.): Strategische Politische Kommunikation im digitalen Wandel: Interdisziplinäre Perspektiven auf ein dynamisches Forschungsfeld. Wiesbaden, S. 259–288, [https://doi.org/10.1007/978-3-658-20860-8\\_12](https://doi.org/10.1007/978-3-658-20860-8_12).
- Oberle, Monika (2017): Medienkompetenz als Herausforderung für die politische Bildung. [https://www.bpb.de/system/files/dokument\\_pdf/3\\_1\\_Oberle\\_Medienkompetenz\\_Herausforderung\\_ba\\_0.pdf](https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/3_1_Oberle_Medienkompetenz_Herausforderung_ba_0.pdf) (15.12.2023).
- Reinders, Heinz (2014): Jugend. Engagement. Politische Sozialisation. Gemeinnützige Tätigkeit und Persönlichkeitsentwicklung in der Adoleszenz. Wiesbaden.
- Reinders, Heinz; Youniss, James (2006): School-Based Required Community Service and Civic Development in Adolescents. In: Applied Developmental Science, 10. Jg., Heft 1, S. 2–12.
- Reinders, Heinz; Bünner, Laura; Heeg, Miriam; Hillesheim, Stefanie; Sayegh, Helen (2017): Service Learning in den MINT-Fächern. Ergebnisse einer wissenschaftlichen Begleitstudie bei Schulen in Bayern und Sachsen-Anhalt. Schriftenreihe Empirische Bildungsforschung, Band 35. Würzburg.
- Roth, Roland (2010): Vorwort. In: Betz, Tanja; Gaiser, Wolfgang; Pluto, Liane (Hrsg.): Partizipation von Kindern und Jugendlichen: Forschungsergebnisse, Bewertungen, Handlungsmöglichkeiten. Schwalbach/Ts., S. 5–10.
- Youniss, James; Reinders, Heinz (2010): Youth and community service: A review of US research, theoretical perspectives, and implications for policy in Germany. In: Zeitschrift für Erziehungswissenschaft, 13. Jg., Heft 2, S. 233–248, <https://doi.org/10.1007/s11618-010-0122-y>.