

BFS-TRENDINFO

7/15

Informationen für Führungskräfte der Sozialwirtschaft

Editorial

Non-Profit-Management

Zivilgesellschaft: Woher kommt das Geld?

Online-Fundraising: Holt auf – viel Luft nach oben

Stiftungswesen: Klein, fein, verbesserungsfähig

Gesellschaft

Sparen: Wo fängt man an?

Gesundheit

Gut, wenn sich der Einsatz rechnet: Innovative Software beschleunigt Rettungseinsätze

Pflege

Zukunft des Pflegesystems: Von Skandinavien lernen

DelpHi-MV: das Orakel von Mecklenburg-Vorpommern

Europa

eHealth: Digitaler Binnenmarkt für elektronische Gesundheitsdienste

Materialien

Michael Steinbrecher, Rolf Schumann: Update. Warum die Datenrevolution uns alle betrifft

Impressum

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

nicht nur um die Praxis, sondern auch um die Forschung ging es beim Deutschen Fundraising Kongress, der vom 19. bis 21. Mai 2015 in Berlin stattfand. In ihrem Seminar „Neues aus der Fundraisingforschung“ gaben Jörg Eisfeld-Reschke, Gründer des Instituts für Kommunikation in sozialen Medien (ikosom), und Kai Fischer, Geschäftsführender Partner von Mission-Based Consulting, Einblick in den aktuellen Stand der Wissenschaft. Drei der genannten Studien stellen wir Ihnen in dieser Ausgabe der BFS-Trendinfo vor.

Zunächst ging es um die Zusammensetzung der Einnahmen deutscher Non-Profit-Organisationen. Die John-Hopkins-Studie aus den 1990er Jahren, die noch 60 Prozent staatliche Finanzierung und nur 3 Prozent Spendengelder ausmachte, gilt seit zehn Jahren als überholt. In der Sonderauswertung des ZiviZ-Survey 2012 „Wie finanzieren sich zivilgesellschaftliche Organisationen in Deutschland?“ fand die Körber-Stiftung im Januar 2015 heraus: Nur noch ein Drittel der gemeinnützigen Organisationen in Deutschland erhält öffentliche Mittel. Dafür werden mittlerweile 20 Prozent aller Einnahmen aus Spenden und Sponsoring generiert. Besonders kleinere Organisationen in den Bereichen Bildung und soziale Dienste seien auf Spenden angewiesen. Kultur- und Sportvereine gingen bei der Verteilung öffentlicher Zuschüsse zunehmend leer aus.

Da die Abhängigkeit von Spenden und die Konkurrenz unter den Spendenorganisationen zunehmen, ist es wichtig, die Größe des Spendenmarkts zu kennen. Dieser ist jedoch nicht ohne weiteres zu ermessen: Die Ergebnisse der verschiedenen einschlägigen Erhebungen zum Spendenvolumen in Deutschland (TND Infratest „Deutscher Spendenmonitor“, GfK „Charity Scope“ und Forschungsergebnisse von Prof. Dr. Michael Urselmann) liegen traditionell weit auseinander. Nach Einschätzung der Referenten fehlen die richtigen Instrumente, um den Spendenmarkt zu erfassen. Die GfK-Studie basiere auf (telefonischen) Befragungen der Haushalte und erfasse kaum Großspender. Bei Urselmanns Auswertungen auf Grundlage statistischer Daten der Finanzämter seien Großspender, die ihre Ausgaben steuerlich geltend machen, dagegen deutlich überrepräsentiert. Mikrospenden fielen in der Regel gänzlich durchs Raster, Telefonumfragen erreichten nicht alle Bevölkerungsgruppen und Zuwanderer seien häufig nicht berücksichtigt. Daher gebe es nach wie vor keine eindeutigen Zahlen. Das Volumen der Unternehmensspenden hingegen könne durch den „Ersten Engagementbericht“ der Bundesregierung zum Thema „Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen“ von 2012 relativ gut dargestellt werden.

Interessant war auch der Hinweis von Eisfeld-Reschke und Fischer auf ein neueres Forschungsfeld, das in Deutschland bisher noch nicht behandelt wurde: das unterschiedliche Spenderverhalten von Männern und Frauen. Wie die

Amerikanerin Debra Mesch in ihrer Studie „Women Give“ (2010) feststellte, spenden Frauen mehr und häufiger als Männer. Das Forscherteam Arjen de Wit und René Bekkers kam für die Niederlande zu dem Ergebnis, dass Frauen zwar häufiger spenden, aber weniger geben als Männer, die zudem einen höheren Anteil ihres Einkommens aufwenden („Explaining Gender Differences in Charitable Giving“, 2012). Dies erkläre sich vor allem daraus, dass Frauen mehr auf prosoziale und empathische Werte sowie das „Kindchenschema“ reagierten.

Zum Abschluss des Seminars stellten die Referenten zwei aktuelle Studien zum Fundraising im Internet vor: die „Online-Fundraising-Studie 2015“ von Altruja, und das „NGO-Meter 2014“ von Betterplace Lab. An der Studie von Altruja beteiligten sich über 1.000 NPOs aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Betterplace legte eine qualitative Studie mit einer nicht repräsentativen Stichprobe von 16 NGOs vor.

In der Rubrik „Non-Profit-Management“ haben wir die Ergebnisse der Studien im Einzelnen dargestellt. Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre!

Ihre Redaktion

Non-Profit-Management

Zivilgesellschaft: Woher kommt das Geld?

Wenn es um die Finanzierung von Organisationen der Zivilgesellschaft geht, gibt es viele Möglichkeiten: Spendenaufrufe, Förderanträge oder eine Benefizveranstaltung. Aber auch jede Menge Vorurteile: Hängen diese Organisationen nicht alle bequem am staatlichen Tropf?

„Über die Finanzierung der organisierten Zivilgesellschaft existiert viel gut gemeintes Know-how, aber wenig belastbares Know-what“, bemängeln die Autoren der aktuellen Sonderauswertung des ZiviZ-Surveys unter dem Titel: „Wie finanzieren sich zivilgesellschaftliche Organisationen in Deutschland?“ Datenbasis für die repräsentative Untersuchung ist der ZiviZ-Survey 2012. Einige zentrale Erkenntnisse vorweg: Mitgliedsbeiträge und Spenden sind für die Finanzierung sehr wichtig, öffentliche Zuwendungen werden überschätzt, selbsterwirtschaftete Mittel gewinnen künftig an Bedeutung.

Wer sich bisher zu diesem Thema informieren wollte, kam an den mehr als 20 Jahre alten Daten des „John Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project“ nicht vorbei. Als bedenklich kritisieren die Autoren, dass diese Untersuchung die methodisch höchst anfechtbare These von der Staatsabhängigkeit des Dritten Sektors salonfähig machte. Demgegenüber versteht sich das ZiviZ-Projekt als empirische Neuvermessung der Zivilgesellschaft, als Lieferant belastbarer Fakten für die öffentliche Diskussion.

Datenbasis

Ein ehrgeiziges Unterfangen. 580.000 Vereine, 21.000 Stiftungen, 10.000 gemeinnützige GmbHs, 8.500 Genossenschaften: die Bandbreite zivilgesellschaftlicher Einrichtungen in Deutschland ist groß. Dazu gehören kleine, von bürgerschaftlichem Engagement lebende Initiativen ebenso wie große, wirtschaftlich aktive und professionell durchstrukturierte Wohlfahrtsverbände und Sozialunternehmen.

Die Datenbasis des ZiviZ-Surveys 2012 wurde über die Rechtsformen definiert und über amtliche Register ermittelt. Einem weiten Verständnis von Zivilgesellschaft folgend, wurden gemeinnützige Vereine, Stiftungen des bürgerlichen Rechts, gGmbHs und Genossenschaften als Organisationen der Zivilgesellschaft interpretiert. Nicht eingetragene Vereine und gemeinnützige Aktiengesellschaften wurden nicht in die Stichprobe einbezogen. An der Umfrage beteiligten sich 3.767 Organisationen. Die Datensätze wurden nach Rechtsform gewichtet. Der Begriff „Dritter Sektor“ wird in der Studie gleichgesetzt mit dem Begriff „Zivilgesellschaft“ bzw. „zivilgesellschaftlichen Organisationen“.

Über wieviel Geld verfügen die Nonprofits?

„Viele Organisationen mit wenig Geld stehen wenigen Organisationen mit viel Geld gegenüber“, hält die Studie fest. Die Hälfte aller Organisationen verfüge über Jahreseinnahmen zwischen wenigen 100 Euro bis zu 10.000 Euro. Wirtschaftlich sind sie kaum relevant. Demgegenüber stehen vier Prozent der Nonprofits mit Jahreseinnahmen von mehr als einer Million Euro.

Diese großen, professionell geführten Sozialunternehmen nehmen oft öffentlich geförderte Versorgungsaufgaben wahr. Sie sind vor allem in der Alten-, Familien- und Jugendhilfe, in der Gesundheitsvorsorge und Pflege zu finden und konkurrieren häufig mit gewerblichen Anbietern auf lukrativen Sozialmärkten. Auch Energie-, Senioren- und Wohnungsbaugenossenschaften gehören zu den Einrichtungen mit gemeinschaftlichen Versorgungsaufgaben. Bei diesen Organisationen ist ein Großteil der 2,3 Millionen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten des Dritten Sektors konzentriert. Naheliegender, dass sie ihren finanziellen Interessen besser Gehör verschaffen können als die vielen kleinen Organisationen. Es herrsche eine „generell ungleiche Verteilung öffentlicher Finanzen im Dritten Sektor“, unterstreichen die Autoren.

Woher kommt das Geld?

Mitgliedsbeiträge sind mit Abstand die wichtigste Einnahmequelle. 84 Prozent der Organisationen erheben Mitgliedsbeiträge, für jede dritte sind sie Haupteinnahmequelle. Bei Sport und Freizeit gilt das sogar für jeden zweiten Verein. In den sozialen Diensten und im Bildungssektor machen Mitgliedsbeiträge hingegen nur rund ein Viertel aus.

Geldspenden sind für viele Vereine und Stiftungen überlebenswichtig. Zwei von drei Organisationen erhalten Spenden, für 16 Prozent sind sie Haupteinnahmequelle. „Die Bedeutung von Geldspenden – also freiwilligen Zahlungen, für die keine gleichwertigen Gegenleistungen erwartet werden – wird bislang häufig unterschätzt“, so die Studienautoren. Vor allem kleine Initiativen im Bildungs- und Sozialbereich sind darauf angewiesen. Der prozentuale Anteil am Ressourcenmix der Organisationen liegt bei 20 Prozent, also immerhin rund einem Fünftel. Damit sind Spenden nicht nur eine Ergänzung zum Budget, „sondern eine zentrale Einnahmequelle, die das Überleben vieler Vereine und Stiftungen sichert“.

Allerdings werden bei Spenden und Sponsorengeldern Verschiebungen deutlich. Ein Viertel der befragten Organisationen berichtet von einer Zunahme seit 2007 (Bildung, Erziehung Gesundheitswesen, internationale Solidarität), noch mehr berichten vom Rückgang (Sport, Freizeit, Verbraucherinteressen).

Der Großteil der staatlichen Mittel fließt in die öffentliche Daseinsvorsorge. Der größte Teil der öffentlichen Zuwendungen geht an Freie Träger für soziale Dienste und Bildung, zum Beispiel in der Kinder- und Jugendhilfe sowie in der Kinderbetreuung. „Doch die These der allgemeine Staatsabhängigkeit des Dritten Sektors greift selbst in diesem Teil zu kurz“, stellen die Studienautoren fest. Nicht einmal jede zweite Organisation beziehe überhaupt öffentliche Mittel. Mehr noch: Stiftungen, Lesepatenschaften, Fördervereine und Hausaufgabenhelfer seien vielmehr Beispiele für eine sinnvolle zivilgesellschaftliche Ergänzung des staatlichen Bildungsangebots.

Markterträge werden wichtiger

Zwei von drei Organisationen finanzieren sich teilweise über selbsterwirtschaftete Mittel wie Kursgebühren, Eintrittsgelder und Verkaufserlöse. Sie machen im Durchschnitt etwas mehr als ein Viertel der Gesamteinnahmen aus, bei jeder vierten Organisation sind sie Hauptfinanzierungsquelle. „Jede dritte Organisation, die Markterträge erwirtschaftet, gibt an, dass diese Form der Einnahmen in den letzten Jahren gestiegen ist.“ Der Trend dürfte sich fortsetzen, denn Markterträge bieten eine zuverlässigere Grundlage zur Finanzierung der Organisationen und ihrer Projekte als öffentliche Mittel und Spenden.

Sach- und Zeitspenden unverzichtbar

Diese Formen der Unterstützung stellen angesichts knapper Kassen ein „unentbehrliches Plus“ dar. Eine große Rolle spielen dabei die Kommunen, indem sie die unentgeltliche Nutzung von Räumen und Sportanlagen ermöglichen. Auch Sachspenden wie Computer, der Kuchen zum Sommerfest und Dienstleistungen in Form von Beratungen und Schulungen sind unverzichtbar. Bisher profitiere jedoch nur jede zweite Organisation davon, merkt das Autorenteam an.

Fazit und Ausblick: Was den Organisationen zu schaffen macht

Die Mischung macht's: Geld ist wichtig, aber nicht alles, hebt die ZiviZ-Studie hervor. Denn: „Personelle Ressourcen – also Mitglieder und freiwillig Engagierte – machen die Basisressourcen zivilgesellschaftlicher Selbstorganisation aus.“ Fast jede Organisation mit 50 und mehr Mitgliedern kann sich überwiegend aus Mitgliedsbeiträgen tragen. Kleinere Organisationen mit geringem Beitragsaufkommen hingegen finanzieren sich durch einen spezifischen Mix aus Markterträgen, Spenden und Sponsorengeldern. Diese Nonprofits wie der klassische Sport-, Kleingarten- und Förderverein sind der „Kern der zivilgesellschaftlichen Selbstorganisation“; sie bilden den größten Teiles des Dritten Sektors.

Sinkende Mitgliederzahlen und zunehmende Schwierigkeiten bei der Besetzung von Ehrenämtern werden für einige Organisationen zunehmend zum Problem, bestätigt die Erhebung. Schwindende Mitgliedsbeiträge führen zu unterschiedlichen Optionen: Von den Organisationen mit rückläufigen Mitgliederzahlen greifen 30 Prozent zur Anhebung der Beiträge, sieben Prozent haben die Beiträge erhöht und zugleich kostenpflichtige Angebote für Mitglieder geschaffen, rund 14 Prozent der Nonprofits reduzieren Angebote und Dienstleistungen für ihre Mitglieder.

Außerdem werden neue Geldquellen anvisiert. Ein Viertel der von Mitgliederschwund betroffenen Organisationen bietet ihre Leistungen gegen Bezahlung auch Nicht-Mitgliedern an, zwei Drittel bemühen sich verstärkt um Spenden und Sponsorengelder.

Fehlende Planungssicherheit, die zunehmend schlechtere Kalkulierbarkeit öffentlicher Mittel („Projektitis“ statt Strukturförderung) und die von vielen kleinen Organisationen kaum überwindbaren bürokratischen Hürden führen laut ZiviZ-Studie zur stärkeren Fokussierung auf selbsterwirtschaftete Erträge. „Organisationen mit der größten finanziellen Planungssicherheit sind jene, die sich zu großen Teilen über Markterträge finanzieren.“ Eine beliebte Praxis seien dabei Querfinanzierungen über ausgelagerte Geschäftsbetriebe,

wie zum Beispiel bei den immer größer werdenden Museums-Cafeterien. Allerdings lasse sich dieser Trend nicht auf den gesamten Bereich der organisierten Zivilgesellschaft übertragen: „Ein Viertel der Organisationen betreibt keine marktnahen Aktivitäten, um sich zu finanzieren.“

Nicht nur Größe, interessenpolitischer Einfluss und die Quellen der Finanzierung zeigen die Heterogenität des Dritten Sektors. Entscheidend wird sein, wie sehr es den Organisationen gelingt, sich neuen Wegen der Geldbeschaffung, etwa auch in sozialen Netzwerken, zu öffnen. *Jana Priemer, Anaël Labigne, Holger Krimmer: „Wie finanzieren sich zivilgesellschaftliche Organisationen in Deutschland?“ Eine Sonderauswertung des ZiviZ-Surveys, Körber-Stiftung, Bereich Gesellschaft, Januar 2015.*

Die Kurzfassung der Studie (20 Seiten) findet sich hier. Die Langfassung der Studie (50 Seiten) ist hier abrufbar.

Online-Fundraising: Holt auf – viel Luft nach oben

Zwei aktuelle Erhebungen gewähren derzeit Einblick in Umfang und Struktur des Online-Fundraisings: das „NGO-Meter 2014“ der Spenden-Plattform betterplace.org und die „Online-Fundraising-Studie 2015“ von Spendentool-Anbieter

Altruja. Die Daten wurden jeweils online abgefragt. Die Fundraising-Aktivitäten der teilnehmenden Organisationen sind breit gestreut: Bei betterplace.org führen „Entwicklungshilfe“, „Katastrophenhilfe“ und „Bildung“ die Liste an, bei Altruja sind es die Bereiche „Kinder/Jugendhilfe“, „Soziale Hilfen“ und „Gesundheit“.

betterplace.org: NGO-Meter 2014

An der Erhebung des Berliner Unternehmens – die achte seit 2011 – nahmen 13 NGOs teil. 9 NGOs verfügten über ein Spendenvolumen von mehr als einer Million Euro, bei vier kleineren NGOs lag es unter 1 Million Euro. Die qualitative Stichprobe versteht sich als Angebot an NGOs, ihre eigene Online-Performance zu vergleichen. Daraus könnten Markttrends, Erfolgsfaktoren und Fundraising-Strategien abgeleitet werden. Zentrale Ergebnisse:

Online spendet mehr als Offline: Mit 115 Euro ist die durchschnittliche Online-Einzelspende rund dreimal so hoch wie durch die GfK ermittelte Offline-Spende (36 Euro). Überraschend: Online wird mehr, aber seltener gespendet. „Vermutlich begründet durch Offline-Dauerspendsen, die sehr regelmäßig mit kleinen Beträgen stattfinden. Denkbar ist auch ein thematischer Grund: Online-Spenden fließen oft bei Naturkatastrophen und dann vergleichsweise hoch“, erklärt das Unternehmen.

Löwenanteil Offline-Spende: Der Anteil der Online-Spenden an den gesamten Spendeneinnahmen der befragten Organisationen liegt bei durchschnittlich 6 %. Jeweils 15 % der Organisationen generieren weniger als 2 % bzw. mehr als 20 % ihrer Spenden online. Zwischen diesen Extremen bewegen sich 62 % der Organisationen, die zwischen 2 % und 10 % ihres Spendenaufkommens online einwerben. Anmerkung: Das Online-Spendenvolumen bezieht Website und Spendenplattformen ein.

40 Euro Dauerspender: Die durchschnittliche Online-Dauerspender liegt bei 40 Euro. Etwa jeder 4. Onlinespender ist Dauerspender. 50 % der befragten Organisationen nennen einen Anteil von weniger als 20 % Dauerspender, immerhin 8 % haben einen Anteil von 80 % Online-Dauerspendern.

Lastschrift führt: Das Lastschriftverfahren (70 %) ist immer noch der häufigste Zahlungsweg bei Online-Spenden. PayPal: 15 %, Kreditkarten: 10 %.

Social Media – klein, aber dynamisch: Online-Spender nehmen ihren Weg am häufigsten über Suchmaschinen (44 %). Weitere Quellen sind Direkteingabe, Email und Display-Kampagnen. Social Media spielt als Wegweiser zur Website zwar nur eine untergeordnete Rolle (4 %), wächst aber dynamisch: Facebook-Nutzer sind um 20 % gewachsen, Twitter-Follower um 30 %.

Visits und Klicks: Pro Website-Besuch werden durchschnittlich 2 bis 3 Seiten mit einer Besuchszeit von 90 bis 180 Sekunden aufgerufen. E-Mailing zeigt ein nach Unternehmensangaben überraschendes Ergebnis: Der Kommunikationskanal für das spendenrelevante Online-Marketing zeigt sich mit einer durchschnittlichen Klickrate bei geöffneten Mailings von 7 % (2013: 6 %) leicht erfolgreicher als im Vorjahr; die durchschnittliche Öffnungsrate bleibt mit 24 % auf Vorjahresniveau.

Altruja: Online-Fundraising-Studie 2015

An der Erhebung beteiligten sich 1.032 Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Diese seit 2011 fünfte Online-Befragung will nach eigenem Bekunden Trends aufzeigen, die Non-Profit-Organisationen Orientierung in der Welt des Fundraisings geben. Zentrale Ergebnisse:

Unternehmen an der Spitze: Unternehmensspenden gelten hierzulande als bedeutendste Finanzierungsquelle (61 %) der befragten Organisationen, gefolgt von staatlichen Hilfen (52 %) und Mitgliedsbeiträgen (49 %).

Online holt auf: Beim Online-Fundraising ist noch viel Luft nach oben: Es kommt auf 21 % am gesamten Spendenaufkommen, immerhin ein Anstieg von sieben Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Bedeutung der webbasierten Geldbeschaffung wird stark zunehmen, zeigen sich die Befragten in allen drei

Ländern optimistisch – von aktuell 15 % auf künftig 34 %. Abnehmen dürfte hingegen die Bedeutung von staatlichen Hilfen, Post-Mailings und Mitgliedsbeiträgen.

Anteil von Online-Spenden: Ein Drittel der befragten Teilnehmer erzielt online 0 bis 2 % des Gesamtspendenaufkommens. Mehr als 20 % der Organisationen haben einen Online-Spendenanteil von über 10 %. Im Vergleich zu 2014 ist der Online-Spendenanteil gestiegen: 7 % der Befragten (Vorjahr: 4 %) haben einen Anteil von mehr als 40 % an den gesamten Spenden. Der Anteil von NPOs mit einem Anteil von bis zu 10 % ist dagegen gesunken.

Wer spendet am meisten? Die meisten Spenden werden über Privatpersonen eingeworben (89 %), erst 8 % der befragten Organisationen erzielen ihr höchstes Spendenaufkommen bei Firmen. Hier ergibt sich noch ein beträchtlicher Nachholbedarf.

Welches Alter spendet gern? Die 30- bis 59-Jährigen machen die größte Spendergruppe aus (47 %). Nur 8 % der NPOs generieren ihr höchstes Spendenvolumen bei den unter 30-Jährigen, 8 % von der Altersgruppe 60plus.

Eigene Website zählt: Von grundsätzlicher Bedeutung für die Schätzung des künftigen Potenzials ist die Frage, welche Online-Kommunikationskanäle gegenwärtig bereits genutzt werden. 96 % der befragten Organisationen haben eine eigene Website, mehr als zwei Drittel (69 %) nutzen Facebook, über die Hälfte (56 %) geben einen eigenen Newsletter heraus. Gegenüber dem Vorjahr legten Website (31 %) und Facebook (20 %) auffallend zu. Keine überragende Rolle spielt hingegen die Nutzung von YouTube (32 %), Twitter (26 %) und Blogs (14 %) als Kommunikationskanal. Die Resonanz der Besucher auf ihre Website wurde von 50 Prozent der Organisationen als gut bewertet, gefolgt von Facebook (47 %) und Newsletter (43 %).

Wie kommt das Geld auf den Weg? Die meisten Nonprofits (92 %) nutzen ihre Bankverbindung, um Onlinespenden zu generieren, drei Viertel (78 %) verwenden ein in die Website integriertes Spendenformular. Häufig genutzt werden auch die Verlinkung auf Spenderportale (38 %) und die Online-Anlassspende (32 %).

Investieren rechnet sich: Organisationen, die ins Online-Fundraising investieren, erhöhen auch den Anteil der auf diesem Weg eingeworbenen Spenden am Gesamtaufkommen – innerhalb von 6 abgefragten Investitionsstufen (0-500 Euro, 501-5.000 Euro, etc.) durchschnittlich um 16 %.

Ausblick: Medienmix zählt

Zwar sind die Erhebungen von betterplace.org und Altruja kaum vergleichbar: Zwischen den beiden internetbasierten Fundraising-Dienstleistern liegen dann doch zu große Unterschiede, sowohl zwischen der statistischen Grundgesamtheit der präsentierten Untersuchungen (13 vs. 1.032 befragte NGOs) als auch zwischen den Unternehmen selbst (Spendenplattform vs. Bereitstellung von Spendentools). Dennoch geben die beiden Erhebungen interessante Einblicke in die aufstrebende Szene des digitalen Geldsammelns.

Der Anteil des Online-Fundraising am gesamten Spendenaufkommen wächst, außerdem bestätigt sich einmal mehr, dass Online-Spender kumuliert für höhere Spenden als traditionelle Briefspender sorgen (115 Euro vs. 36 Euro). Ermutigend für die Branche ist auch, dass sich Investitionen in die Infrastruktur des webbasierten Online-Fundraising inzwischen merklich auszahlen – Dienstleister und NGOs verfügen längst über zukunftstaugliche Geschäftsmodelle.

Dennoch können solche Erfolgsmeldungen nicht darüber hinwegtäuschen, dass der Löwenanteil des gesamten Spendenaufkommens nach wie vor offline generiert wird. Im Vergleich zu den angelsächsischen Ländern gilt Deutschland in Sachen Online-Fundraising ebenimmer noch als Entwicklungsland.

Und ältere Menschen sind die wichtigsten Spender. Arne Peper vom Deutschen Fundraising-Verband weist zurecht darauf hin: „Online-Fundraising ist nicht das allein Seligmachende für Organisationen. Es kommt immer auf den Medienmix an.“

Daraus ergibt sich für spendensammelnde NGOs die Lust und Last der Doppelstrategie. Traditionelle Formen des Fundraisings von der Mitgliedschaft bis zum Spendenaufruf stehen weiterhin hoch im Kurs. Zugleich gilt: „Wer das Internet und die neuen Kommunikationswege nicht mit in das Fundraising-Konzept einbaut, wird irgendwann untergehen.“ Denn die Zahl der Silver-Surfer, der internet-affinen Spendenzielgruppe, steigt rasant an. Jeder ist jederzeit in der Lage, den für sich praktischsten Weg der Informationsbeschaffung und Zahlung zu finden. Arne Peper: „Diese Wege muss ein Verein allesamt zur Verfügung stellen.“

Die beiden vorgestellten Erhebungen zum Online-Fundraising finden Sie hier: [NGO-Meter 2014 von betterplace.org](#) [Online-Fundraising-Studie 2015 von Altruja](#)

INFO

Das Spendenportal der Bank für Sozialwirtschaft AG bietet interessierten Organisationen einen maßgeschneiderten und kostengünstigen Zugang zum Online-Fundraising.

Voraussetzung ist ein BFS-Konto und die Nutzung des [BFS-Net.Tool XXL](#). Mit Hilfe dieser Software lassen sich Spenden online, mobil und als Direktmailing generieren. Zahlungsarten sind SEPA-Lastschrift (bis 1.000 Euro), PayPal, Kreditkarte und Sofort-Überweisung. Speziell für kleine und mittlere Spendenorganisationen ist [BFS-DONUM](#) bestimmt, das einfache und leichte Spendenverwaltungsprogramm. Weitere Informationen und Kontakt: bfs@sozialbank.de

Stiftungswesen: Klein, fein, verbesserungsfähig

Stiften gehen und Gutes tun – das Stiftungswesen boomt. Knapp 21.000 Stiftungen im Land verfügen über ein Vermögen von zusammen 100 Milliarden Euro. 2014 verzeichnete der Bundesverband Deutscher Stiftungen 691 Neugründungen – mit zunehmender Tendenz. Zeitgleich sehen sich die Stiftungen durch moderne Formen des Fundraisings einerseits und sinkende Erträge infolge der Niedrigzinsphase andererseits herausgefordert.

In der aktuellen Diskussion zur Neubestimmung des deutschen Stiftungswesens präsentiert Helmut K. Anheier, Soziologe, Nonprofit-Forscher und Präsident der Hertie School of Governance, erste Ergebnisse einer wegweisenden Untersuchung zum Selbstverständnis der Branche. Zwei zentrale Aussagen geben die Richtung vor: Zwar mangelt es im

deutschen Stiftungswesen an finanziellen Mitteln, an Strategie und Nachhaltigkeit, nicht jedoch an Selbstbewusstsein und Engagement. Eine schlagkräftige Stiftungspolitik hierzulande könnte für die Entfaltung eines riesigen Potenzials sorgen.

Methodische Grundlagen

Die Studie „Rolle und Positionierung deutscher Stiftungen“ basiert auf einer repräsentativen Befragung von 1.000 privaten Stiftungen durch TNS Infratest. Sie ist Teil eines größeren Forschungsprojekts. Herausgeber sind die Hertie School of Governance und das Centrum für soziale Investitionen und Innovationen der Universität Heidelberg. Robert Bosch Stiftung, VolkswagenStiftung und der Stifterverband der Deutschen Wissenschaft gewährten Unterstützung. Die Befragung zielt auf die Selbstwahrnehmung und Arbeitsweise der Stiftungen, ihr Verhältnis zu Staat, Wirtschaft und Öffentlichkeit sowie ihre Stärken und Schwächen. Umfassende Ergebnisse und gesonderte Publikationen des bis Herbst 2015 laufenden Projekts sind für 2016 angekündigt.

Rolle und Selbstwahrnehmung

Lückenfüller des Staates: 34 Prozent der Stiftungen geben an, staatliche bzw. öffentliche Maßnahmen ergänzen zu wollen, 63 Prozent hingegen grenzen sich ab und möchten das substituieren, was der Staat selbst nicht leistet oder

leisten kann. Allerdings könne die begrenzte Finanzkraft der Stiftungen das staatliche Angebot lediglich ergänzen, nicht kompensieren, stellt Anheier fest – eine Kluft zwischen Wollen und Können tut sich auf.

Motor von Innovationen: „Weniger als jede zweite Stiftung sieht sich als Förderer von Innovationen, jede Dritte will den gesellschaftlichen Wandel vorantreiben oder für eine gerechtere Welt sorgen“, belegt die Studie. Größere Stiftungen sehen sich eher als Innovatoren und Beförderer des sozialen und politischen Wandels als Stiftungen mit einem Budget von unter 100.000 Euro.

Steuern sparen: Dieses eigennützige Stiftermotiv spielt keine große Rolle. Elf Prozent der befragten Stiftungsvertreter bekennen sich dazu. Nach 1990 gegründete Stiftungen dienen weniger dem Vermögensschutz oder der Wahrung des Andenkens des Stifters (40 vs. 59 Prozent), dafür wird wichtiger, der Gesellschaft etwas zurückzugeben (71 vs. 57 Prozent).

Positionen gegenüber Staat, Wirtschaft, Öffentlichkeit

82 Prozent der Stiftungen arbeiten nach eigenem Bekunden kooperativ mit staatlichen und öffentlichen Einrichtungen zusammen, 73 Prozent der Stiftungen mit Wirtschaftsunternehmen und -verbänden. „Wir müssen

sie von unseren Zielen erst überzeugen“, das meinen 36 Prozent der Stiftungen mit Blick auf staatliche Einrichtungen und 67 Prozent in Richtung Wirtschaft.

„Die Positionierung des Stiftungswesens in der breiten Öffentlichkeit wird geteilt wahrgenommen“, urteilt Helmut K. Anheier. 40 Prozent der Befragten finden, dass Stiftungsanliegen genügend Gehör finden, 36 Prozent glauben, nicht wahrgenommen zu werden, 24 Prozent sehen sich allenfalls als Gegenstand von Sonntagsreden. „Dies deutet aus Sicht der Stiftungsvertreter auf ein unklares Bild in der Öffentlichkeit.“

Positives Selbstbild, mangelnde Professionalität

94 Prozent der befragten Stiftungen bewerten ihre Arbeit als erfolgreich und sehr erfolgreich. Bei den Erfolgsgründen rangieren klare Ziele, kompetente Mitarbeiter und ausreichende Ressourcen weit vorne. Der Anteil der Stiftungen, die sich als weniger oder nicht erfolgreich einstufen, liegt bei unter sechs Prozent. Diese positive Selbsteinschätzung bemängelt Studienautor Anheier als unkritische „Kultur des Erfolgreich-Seins“: Fehlende Vergleichsmaßstäbe, einfordernde Stakeholder und eine weitgehend unkritische Öffentlichkeit seien hierfür wohl verantwortlich. Trotz des überaus optimistischen Selbstbildes wissen viele Stiftungen auch um ihre Schwachpunkte. Hierzuzählen sie unzureichende Mittel

(64 Prozent), mangelnde öffentliche Transparenz (31 Prozent) und zu weit gesteckte Ziele (12 Prozent).

Als Beleg für mangelnde Professionalität bewertet der Forscher die geringe Bekanntheit des Fachbegriffs der „strategischen Philanthropie“ (*das philanthropische Handeln strategisch ausrichten, Anm. d. Red.*): Nur jeder dritte Befragte weiß damit etwas anzufangen, nur jede fünfte Stiftung arbeitet mit entsprechenden Instrumentarien. Wie so häufig, ist auch hier die Größe der Stiftung entscheidend. 44 Prozent der Stiftungen mit einem Budget ab 100.000 Euro haben den Begriff gehört, gegenüber 27 Prozent der kleineren Stiftungen.

Fazit: Immer schön realistisch bleiben

„Das heutige deutsche Stiftungswesen ist weitgehend eine Entwicklung der vergangenen 25 Jahre“, resümiert Anheier. Es speist sich wesentlich aus den privaten Vermögen der prosperierenden Nachkriegsgeschichte. Viele Stiftungen sind relativ klein. Über zwei Drittel der deutschen Stiftungen haben ein Jahresbudget von unter 100.000 Euro, neun von zehn verfügen über weniger als eine Million Euro, vermerkt Anheier. Viele kleine Stiftungen mit begrenzten Mitteln tätigen rund 90 Prozent der Ausgaben, professionell operierende Großstiftungen mit hauptamtlichen Mitarbeitern sind die Ausnahme. „Hier liegt das Entwicklungspotenzial für das von einer Vielzahl

kleiner, ehrenamtlicher Organisationen geprägte deutsche Stiftungswesen – als Plattform und Verstärker der Zivilgesellschaft.“

Studienautor Anheier rät den deutschen Stiftungen zu einem realistischen Selbstbild. Eine kritische Fach-Öffentlichkeit könne der unreflektierten „Kultur des Erfolgreich-Seins“ entgegenwirken, eine einheitliche Verbandsstruktur und entschlossene Stiftungspolitik der Branche zu mehr Aufmerksamkeit und Effizienz verhelfen.

Stifterzirkel und Stiftungsnetzwerke, lokale Bürgerstiftungen und soziale Investitionsmodelle, einschließlich der Stiftung auf Zeit, böten sich an. Wertvolles Potenzial harre der Erschließung: Möglichkeiten der strategischen Philanthropie seien durch eine zu stark auf sich selbst bezogene Verbandspolitik nicht ausreichend thematisiert. Kurzum: „Das deutsche Stiftungswesen, nach den USA weltweit das zweitgrößte, hätte mehr an zukunftsorientierter Aufmerksamkeit verdient.“

Helmut K. Anheier, „Rolle und Positionierung deutscher Stiftungen. Erste Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage“, Hertie School of Governance und Centrum für soziale Investitionen und Innovationen, Universität Heidelberg, Briefing Paper 1, 2015. Die Studie ist hier abrufbar.

Gesellschaft

Sparen: Wo fängt man an?

Wo sparen die Deutschen, wenn es finanziell eng wird? Welche Freizeitattraktionen sind ihr Geld wert? Welche Preise halten die Bundesbürger für bestimmte Konsumgüter und Dienstleistungen für angemessen? Was bewegt zu Spontaneinkäufen? Dies wollte die Stiftung Zukunftsfragen von 2.000 Bundesbürgern über 14 Jahre in persönlichen Interviews (face to face) wissen. Die Ergebnisse der Befragung wurden im Mai 2015 der Öffentlichkeit präsentiert.

Wenn das Geld knapp wird

Was sich anhört wie ein Klischee, ist keines. Zuerst sparen die Deutschen tatsächlich beim Vergnügen. 69 von 100 Befragten in Deutschland würden für Besuche in Restaurants, Diskos oder fürs Kino weniger Geld ausgeben. Insbesondere die mittlere Generation von 34 bis 55 Jahren kann sich vorstellen, hier weniger Geld auszugeben. Eltern seien noch viel eher bereit kürzer zu treten als Singles und kinderlose Paare. Bei einer gleichgelagerten Befragung im Jahr 2003 wollten nur 49 Prozent auf dieses Vergnügen verzichten. Das Ausgehen war früher das Highlight der Woche", sagt der wissenschaftliche Leiter der Stiftung, Ulrich Reinhardt. Inzwischen seien aber alle Altersgruppen bereit, weniger fürs Vergnügen auszugeben. Er vermutet unterschiedliche Gründe für diese Entwicklung. Zum einen könne man sich heute auch gut zu Hause unterhalten und zum anderen gebe es mehr Möglichkeiten, seinen Verdienst auszugeben. Kürzen würden die Befragten bei Geldmangel

auch bei Urlaubsreisen (60 Prozent), Wochenendausflügen (56 Prozent), Medien wie Computern, Zeitschriften, Videos (42 Prozent) und Kleidung (40 Prozent).

Im Vergleich zu 2003 blieb die Einsparbereitschaft beim Reisen und beim Hobby fast konstant. Mehr Einschränkungen als früher akzeptieren die Deutschen beim Medienkonsum, bei der Kleidung und sogar bei der Altersvorsorge. Deutlich weniger Bürger sehen jedoch die Möglichkeit bei Nahrungsmitteln sowie bei der individuellen Mobilität zu sparen. Die Ursachen hierfür werden in der bewussteren Ernährung und dem zunehmenden Konsum von Bio-Produkten gesehen. Allerdings geben die Deutschen im Schnitt deutlich weniger Geld für Nahrung aus als Verbraucher in anderen Ländern. Womöglich sei das Einsparpotenzial deswegen nicht so groß, sagte Reinhardt. Der gesunkene Wert beim Auto (2003-40, 2015-24) liege vermutlich darin begründet, dass es für viele Bürger nicht mehr so wichtig ist, ein eigenes Auto zu haben. Nur jeder Fünfte würde an der Altersvorsorge sparen. Wohnen, Haus und Garten ist den Befragten heilig. Noch weniger (13 von Hundert) würden hier sparen. Lediglich 11 von Hundert könnten sich vorstellen bei Essen und Trinken Einschränkungen in Kauf zu nehmen.

Motive für Spontaneinkäufe

Im Supermarkt nur noch schnell eine Kleinigkeit einkaufen und schon hat man den halben Einkaufswagen voll.

Wer kennt das nicht? Nach den Gründen für Spontaneinkäufe befragt, geben von 100 Befragten an: weil es im Sonderangebot war (57 Personen), weil ich gerade zusätzliches Geld hatte (27), weil ich gerade so gut gelaunt war (25), weil ich mich spontan belohnen wollte (24), weil ich es mir leisten kann (24), weil es mir Spaß macht/ein gutes Gefühl ist (22), weil die Werbung mich animiert hat (13), aus Frust, damit es mir besser geht (10), weil das Verkaufspersonal so nett war (5). Das heißt, Sonderangebote sind und bleiben der Hauptgrund für den Kauf von ungeplanten Waren. Werbung und freundliches Personal stellen dagegen einen geringeren Kaufanreiz dar.

Was ist sein Geld wert?

Von den 3.989 Euro des durchschnittlichen monatlichen Haushaltsbruttoeinkommens in Deutschland verwenden die Bundesbürger rund ein Sechstel für die Bereiche Freizeit, Unterhaltung, Kultur, Restaurant und Hotellerie. Damit geben die Deutschen jedes Jahr insgesamt über 300 Milliarden Euro für Sport oder Kultur, Hobby oder Ausgehen, Sommer- oder Winterurlaub aus. Entsprechend zahlreich seien die Angebote der Freizeitwirtschaft, die nicht nur der größte Arbeitgeber Deutschlands sei sondern sich auch zur Leitökonomie der Zukunft entwickelt habe.

Mit einer Zufriedenheitsskala von rund 90 Prozent überzeugt der Konzertbesuch Jungewie Alte, Ost- wie Westdeutsche,

Familien wie Singles und Paare. Es folgen Zoo-/Tierparkbesuch, Musicals, Sport-Events und Kinobesuche. Viel Zustimmung erhalten Theater, Museen, Freizeitparks und Erlebnisbäder. Jahrmärkte stellen nur zwei Drittel ihrer Gäste zufrieden. Der anstehende Sommerurlaub sollte rund 920 Euro kosten und ein Wochenendausflug maximal 220 Euro. Für den Besuch beim Friseur sind die Bundesbürger bereit mehr Geld auszugeben als für einen Restaurantbesuch und sogar dreimal so viel wie für einen Kinoabend. Die Faustregel, im Restaurant 10 Prozent Trinkgeld zu geben, hält jeder vierte Bundesbürger noch für angemessen. Deutlich mehr halten 5 Prozent oder weniger als ausreichend.

Bei der Frage nach dem angemessenen Preis einer Ware oder Dienstleistung zeige sich die Spaltung der Gesellschaft sehr deutlich. In fast sämtlichen Bereichen empfinden Besserverdienende höhere Preise als angemessen. Die Gründe hierfür sind nachvollziehbar: Wer wenig Geld zur freien Verfügung habe, schaue genau auf den Preis und spare, wo immer möglich. Die einzige Ausnahme bilde der Friseurbesuch: Hier erstaunt zum einen der relativ niedrig angesetzte Durchschnittspreis von 25 EUR bei den Besserverdienenden und zum anderen, dass Geringverdienende 9 Prozent mehr für diese Dienstleistung als angemessen ansehen.

Fazit

Im Bereich des Konsums und der Freizeitaktivitäten sind die Angebote in Deutschland sehr vielfältig. Wenn der große Industriesektor der Freizeitwirtschaft zukünftig weiterhin erfolgreich sein möchte, müsse in vielen Bereichen das Angebot individualisiert werden. Die Zeiten, in denen pauschale Angebote die Nachfrage bestimmten, seien lange vorbei. Heute und zukünftig bestimme die Nachfrage das Angebot durch unterschiedliche Bedürfnisse und Budgets.

Die Ergebnisse der Befragung der Stiftung Zukunftsfragen im Detail finden Sie [hier](#).

Gesundheit

Gut, wenn sich der Einsatz rechnet: Innovative Software beschleunigt Rettungseinsätze

Einfach die 112 wählen – und Hilfe naht. Fragt sich nur, wie schnell. Wenn bei der Feuerwehr-Leitstelle ein Notruf eingeht, sollen in der Stadt maximal acht bis zehn Minuten vergehen, in ländlichen Bezirken bis zu zwölf Minuten, bis Rettungskräfte am Ort des Geschehens eintreffen. So sehen es die gesetzlich vorgegebenen Richtwerte für die Hilfsfrist vor. Der Alltag stellt die Einsatzplanung jedoch vor gehörige Herausforderungen: Wechselnde Verkehrsdichte je nach Tageszeit und Wochentag, Staus, Umleitungen und lange Anfahrtswege in städtische Randbezirke gefährden die schnellstmögliche Versorgung.

Immer mehr Rettungstransporte

Eine alarmierende Tatsache, denn in einer alternden Gesellschaft steigt die Nachfrage nach Rettungs- und Krankentransporten. Die Zahl der Einsätze ist in den vergangenen 15 Jahren um nahezu 50 Prozent gestiegen. Mehr als 50 Prozent der Notrufe entfallen auf die Altersgruppe der über 60-Jährigen. Die medizinische Spezialisierung der Krankenhäuser lässt zudem den Bedarf an Verlegungstransporten steigen.

Ein praxisnahes Forschungsprojekt der Ruhr-Universität Bochum (RUB) soll eine „nachhaltige Verbesserung“ von Einsatzplanung und Erreichbarkeit für das Rettungswesen in Bochum bewirken. Wissenschaftler unter der Leitung von Prof. Dr. Brigitte Werners

haben zusammen mit dem Amt „Feuerwehr und Rettungsdienst“ der Stadt eine prototypische Software zur Ermittlung der optimalen Standorte für Rettungsfahrzeuge entwickelt. Die „Stiftung Zukunft NRW“ förderte das 2012 gestartete Projekt zwei Jahre lang.

Viele Daten, ein Projekt

„Zu welchem Zeitpunkt sollen wie viele Rettungsfahrzeuge wo stationiert sein, damit alle Orte im Stadtgebiet bestmöglich erreicht werden?“, definiert Betriebswirtschaftlerin Werners die Leitfrage des Projekts. Am Anfang stand die Erfassung vorhandener Daten zum Bochumer Rettungswesen.

So verzeichnet die Stadt im Untersuchungszeitraum mit ihren 374.000 Einwohnern mehr als 22.000 Rettungseinsätze pro Jahr. Meist sind 13 Rettungswagen im Dienst, die an sechs festen Standorten – drei Hauptfeuerwachen und drei weiteren Standorten – bereitstehen. 16 Standorte der freiwilligen Feuerwehr und zwölf Krankenhäuser bieten sich zusätzlich zur flexiblen Platzierung an. Die Einsatz-Stoßzeit liegt zwischen 10 und 14 Uhr, tagsüber treffen erheblich mehr Notrufe als nachts ein. An Wochenenden und mittwochs sind Helfer und Planer öfter gefragt als an anderen Wochentagen – vermutlich wegen eingeschränkter Erreichbarkeit der Arztpraxen.

Schnelligkeit ist das A und O jedes Einsatzes, hängt jedoch vom tageszeit- und ortsabhängigen Tempo der Fahrzeuge ab. Entsprechende Daten fließen ebenso in die Untersuchung ein wie aktuell genutzte und potenziell mögliche Standorte von Rettungsfahrzeugen.

Innovatives Planungstool

Herzstück für die Planung des Rettungsdienstes ist das IT-gestützte Optimierungstool SPR2 (Strategische Planung der Ressourcen im Rettungsdienst). Auf der Basis komplexer Berechnungen mittels einer integrierten Optimierungssoftware bietet es den Bochumer Wissenschaftlern zufolge „eine Entscheidungsunterstützung zur strategischen und taktischen Ressourcenplanung“ und soll Planern im Rettungswesen bei folgenden Fragestellungen Hilfe leisten:

- Welcher Erreichungsgrad kann mit den vorhandenen Ressourcen bei optimaler Nutzung zukünftig erzielt werden?
- Werden die Ressourcen effizient genutzt? Wo sollten die Rettungsmittel platziert werden?
- Sollten in Zukunft flexible Standorte genutzt werden? Wenn ja, welche?
- Wie wirken sich zukünftige Veränderungen des Budgets der Kommune auf das Rettungsdienstsystem aus?

Das mathematische Optimierungsmodell ermittelte die idealen Standorte der Rettungsfahrzeuge, damit die bestmögliche Abdeckung aller Bedarfe schnellstmöglich erfolgen kann. Eine ergänzende Möglichkeit dient der detaillierten Simulation unterschiedlicher Szenarien innerhalb des neuen Standortnetzwerks, zum Beispiel außergewöhnliche Verkehrsspitzen oder Umleitungen.

Fazit: Flexibilität hilft schneller retten

Die Auswertung sämtlicher Daten bringt zutage, dass die Innenstadt Bochums sehr gut versorgt ist, teilweise sogar überversorgt. Einsatzorte können hier binnen weniger Minuten erreicht werden. Weniger vorteilhaft hingegen sieht es für einige städtische Randbezirke und Industriegebiete aus. Dort wird die gesetzlich angestrebte Hilfsfrist manchmal überschritten.

„Eine entscheidende Stellschraube für die Optimierung des Rettungsdienstes ist die Platzierung der Rettungsfahrzeuge“, bilanziert Forschungsleiterin Werners das Projekt. Keine überraschende Erkenntnis für die Experten. „Doch das neuentwickelte Planungstool erlaubt uns erstmals, die Bedingungen für die rasche Erreichbarkeit im gesamten Stadtgebiet zu quantifizieren und in realistische Empfehlungen umzusetzen.“

Zuvor identifizierte Versorgungsengpässe können präventiv beseitigt werden, wenn die Rettungsfahrzeuge statt nur an den sechs festen Standorten auch an flexiblen Wachen platziert würden. Dabei handelt es sich um Standorte an geeigneten öffentlichen Einrichtungen wie zum Beispiel Freiwillige Feuerwehr oder Krankenhäuser. „Die Auswahl dieser Plätze muss u.a. berücksichtigen, ob Vorkehrungen zur Desinfektion der Fahrzeuge nach dem Einsatz, Aufenthaltsräume und sanitäre Einrichtungen vorhanden sind“, so Werners. Zusätzlich sei die Platzierung der Fahrzeuge gemäß dem tageszeitlichen Bedarf variabel vorzunehmen.

Das Instrumentarium zu einer effektiveren Planung des Bochumer Rettungswesens steht, jetzt sind die Praktiker gefragt. Bei der Feuerwehr wird überlegt, wie die Forschungsergebnisse im Alltag umgesetzt werden können. Dazu bedarf es weitreichender systemischer Veränderungen des Rettungswesens, die die Aufgabenverteilung der Mitarbeiter, den Fahrzeugpark und die Ausstattung der flexiblen Wachen betreffen.

Für das zukunftsweisende Optimierungstool SPR2 interessieren sich inzwischen bundesweit weitere Rettungsdienste. Mehrere Städte haben ihre Daten bereits an das Bochumer Forschungsteam übermittelt, um ihr Verbesserungspotenzial abschätzen zu lassen.

„So könnten Rettungsfahrzeuge schneller ankommen. Bochumer Forschungsteam entwickelt Software für die Standortoptimierung“, Rubin, Wissenschaftsmagazin der Ruhr-Universität Bochum, 1/2015, Seiten 24-27. Der Beitrag ist [hier abrufbar](#).

Ein ausführlicher Bericht zum Projekt: „Optimale Versorgungsqualität im Rettungswesen.

Entscheidungsunterstützung mittels SPR2“ ist [hier abrufbar](#).

Pflege

Zukunft des Pflegesystems: Von Skandinavien lernen

Wer pflegt mich später einmal? Wovon soll ich das bezahlen? Jeder Zweite hierzulande hat laut Umfragen Angst vor der eigenen Pflegebedürftigkeit. Wer durch die Pflege von Angehörigen mit dem Thema persönlich konfrontiert wird, den beschleicht rasch das unguete Gefühl, der Herausforderung nicht gewachsen zu sein. Die Statistik spricht eine deutliche Sprache: Derzeit sind 2,6 Millionen Menschen hierzulande pflegebedürftig, 2030 werden es 3,4 Millionen sein – Zahlen, die in der Öffentlichkeit oft als Horrorgeschichte kursieren.

Offensichtlich ist unsere Gesellschaft nicht auf den stark wachsenden Pflegebedarf eingerichtet. Machen wir etwas falsch? Ja, meint die Politologin Dr. Cornelia Heintze. Nicht dass die alternde Gesellschaft keine Probleme mit sich brächte. Aber Deutschland leistet sich ihrer Auffassung nach den Luxus, auf drängende Zukunftsfragen mit Strategien von gestern zu antworten.

In ihrer Studie „Auf der Highroad – der skandinavische Weg zu einem zeitgemäßen Pflegesystem“ kontrastiert Heintze die Schwachpunkte des deutschen Pflegesystems mit Erfahrungen aus fünf nordischen Staaten. Den dort eingeschlagenen Weg in ein modernes Pflegesystem beschreibt sie als „Highroad“ mit Vorbildfunktion: Hohe Versorgungsqualität, gute Arbeitsbedingungen und eine leistungsfähige staatliche Infrastruktur kämen nicht nur den direkt Beteiligten zugute, sondern zahlten sich auch volkswirtschaftlich aus.

Bei der vorliegenden Version handelt es sich um die zweite, überarbeitete Auflage der Erstveröffentlichung von 2012. Die Friedrich-Ebert-Stiftung entschloss sich jetzt wegen der seinerzeit „großen Aufmerksamkeit und lebhaften Diskussion zur zukünftigen Ausrichtung der Pflegepolitik“ zur Neuauflage. Die wichtigsten Erkenntnisse werden im Folgenden thesenartig vorgestellt.

Pflegesysteme spiegeln unterschiedliche wohlfahrtsstaatliche Grundmodelle wider

Familienbasiert oder serviceorientiert – so lassen sich das deutsche und das skandinavische Pflegesystem auf den Begriff bringen. Gemäß dem in Deutschland herrschenden „konservativen Wohlfahrtsregime“ kommt der Familie hohe Bedeutung für die Pflege zu: Angehörige schultern die Hauptlast des Pflegeaufwands. Dazu trägt die Pflegeversicherung bei, die nur einen Teil der Pflegekosten abdeckt und sich an einem eng gefassten, vor allem auf körperliche Gebrechen fokussierten Pflegebegriff orientiert. Das erklärte Ziel, öffentliche Ausgaben gering zu halten, werde so erreicht, aber zu einem hohen Preis, kritisiert Studienautorin Heintze. Angehörige seien oft überlastet, es herrsche der Vorrang der informellen vor der professionellen Pflege, viele Beschäftigte litten unter den schlechten Arbeitsbedingungen und der geringen Reputation der Branche. Zentraler Schwachpunkt des Modells: Aufgrund der demografischen Entwicklung schwindet die Familie als

„größter Pflegedienst der Nation“ – die Verbindlichkeit traditioneller Familienleitbilder nimmt ab, ebenso die Anzahl pflegender Angehöriger.

Anders die Situation in Skandinavien: Dänemark, Finnland, Island, Norwegen und Schweden orientieren sich am „sozialdemokratischen Wohlfahrtsregime“ mit einem servicebasierten Pflegesystem. Der Zeitraum von den späten 1960er- bis Mitte der 90er-Jahre erlebte einen dynamischen Ausbau der Care-Ökonomie von der Kinderbetreuung bis zur Altenpflege. Dieses System setzt auf qualitativ hochwertige Dienstleistungen, die öffentlich finanziert werden. „Es dominiert dort professionelle Pflege gemäß individuellem Bedarf mit niedrighwelligem Zugang. Private Anbieter und die Pflege durch Angehörige spielen eine nachrangige Rolle.“ Das servicebasierte Pflegesystem zielt in erster Linie darauf ab, die Professionalität der Dienstleistungen zu sichern und unterstützt die hohe Erwerbsbeteiligung von Frauen.

Ein fataler Irrtum: Privat pflegende Frauen sind preiswert und entlasten das öffentliche Pflegesystem

Cornelia Heintze räumt mit der verbreiteten Annahme auf, wonach die Angehörigenpflege äußerst preiswert (Pflegegeld), ein gut ausgebautes öffentliches Pflegesystem hingegen unbezahlbar sei. Ein Trugschluss, ist die Studienautorin

überzeugt: Wo gut ausgebildete Frauen (und Männer) den Arbeitsmarkt verließen, gehe der Volkswirtschaft erhebliches Bildungskapital verloren. Ein qualifiziertes Pflegesystem schaffe jedoch gut bezahlte Arbeitsplätze, die für Einkommen und Wohlstand sorgten. Dies wiederum führe die Volkswirtschaft insgesamt auf einen höheren Wachstumspfad. „Während der skandinavische Weg auf der ‚Highroad‘ verläuft, hat die deutsche Politik die Weichen so gestellt, dass die Pflegebranche in den Niedriglohnbereich abgedrängt wurde mit Teilzeit als Regel und einem zwar gestiegenen, vergleichsweise aber dennoch geringen Professionalisierungsgrad.“ Den wichtigsten Grund für den deutschen Kurs auf „Low Road“ im Pflegesystem sieht Heintze „in der Geringschätzung von Tätigkeiten, die abseits dessen liegen, worüber sich die exportorientierte deutsche Wirtschaft orientiert.“

Gute Pflege-Infrastruktur korrespondiert mit hohen Geburtenraten

Deutschland zählt nicht ohne Grund zu den Ländern mit der niedrigsten Geburtenrate. Cornelia Heintze führt das auf das unzureichende Angebot von Betreuungseinrichtungen zurück – für Kinder und Senioren gleichermaßen. So verzeichnen alle nordischen Länder in der Dekade von 2001 bis 2011 eine Geburtenrate von über 1,8 gegenüber Deutschland mit 1,36. „Empirisch zeigt sich: Länder, die Pflege und Betreuung als eine öffentlich zu finanzierende Aufgabe ausgeprägt haben, weisen Geburtenraten oberhalb von 1,7 aus; Länder mit

familialisierten Pflege- und Betreuungssystemen teilen dagegen das Merkmal niedriger Geburtenraten und mit wenigen Ausnahmen auch das Merkmal einer nicht vollwertigen Arbeitsmarktintegration von Frauen.“ Zusammenfassend folgt daraus: Investitionen in ein modernes Pflege- und Betreuungssystem schaffen eine „demografische Dividende“, entschärfen also die künftige Relation von Pflegebedürftigen und Pflegenden.

Deutschland in der Pflegefalle

Pflegende Angehörige tragen ein besonderes gesundheitliches Risiko. Wer sich über Jahre hinweg unter hohem Einsatz abmüht, läuft Gefahr, chronisch krank und selbst früher pflegebedürftig zu werden: Trotz steigender Lebenserwartung nehme die Zahl gesunder Jahre im Alter ab, argumentiert Heintze. Die Situation in Skandinavien gibt Anlass zum Umdenken. Betrachtet man zum Beispiel die Statistik für Frauen ab 65 Jahre, lagen im Jahr 2000 Deutschland, Dänemark und Schweden mit etwas über neun gesunden Jahren gleichauf. „Dies hat sich umgekehrt. In allen skandinavischen Ländern gab es beim Gesundheitszustand älterer Frauen Fortschritte, in Deutschland Rückschritte.“ Bei Spitzenreiter Norwegen waren es 2012 knapp 16 gesunde Jahre, bei Deutschland 6,9 Jahre. Eine Pflege, die krank und pflegebedürftig macht? Das klingt paradox, ist aber für Cornelia Heintze ein deutliches Indiz: Deutschland sitzt in der Pflegefalle.

Professionalität stärkt die Akzeptanz der Pflege

Heintze sieht für Deutschland eine selbstverstärkende Tendenz zur Familienpflege. Sie ist von starkem Misstrauen gegenüber professionellen Pflegeangeboten geprägt, die als teuer, unübersichtlich und unpersönlich („Pflege im Minutentakt“) erlebt werden. Da ist es nur konsequent, der Angehörigenpflege den Vorrang zu geben. Diese Präferenz zementiert jedoch nur das familienbasierte Pflegesystem mit seinen Strukturschwächen. Dagegen kann eine hochwertige Pflege-Infrastruktur den Betroffenen die Angst vor Pflegebedürftigkeit nehmen und einen gesellschaftlichen Nutzen stiften.

Resümee

Nach Auffassung von Studienautorin Heintze „wird es ohne einen grundlegenden Paradigmenwechsel der Pflegepolitik und ihrer Finanzierung nicht möglich sein, die Negativspirale bei sowohl der Qualität und Erreichbarkeit guter Pflege und sozialer Betreuung wie auch den Arbeitsbedingungen der im Pflegebereich Tätigen zu durchbrechen.“ Voraussetzung dafür sei ein wieder größeres Engagement der Kommunen als Leistungserbringer und eine auf Höherqualifizierung gerichtete Reform der pflegerischen Berufe.

Die skandinavischen Länder bieten Heintze zufolge gute, praxiserprobte Anregungen zur Pflegereform hierzulande. „Sie zeigen, dass ein am gesellschaftlichen Bedarf ausgerichtetes Pflege- und Betreuungssystem, das gleichermaßen gute Dienstleistungsqualitäten wie Arbeitsbedingungen bietet, eine Frage des politischen Willens ist.“

Cornelia Heintze, „Auf der Highroad - der skandinavische Weg zu einem zeitgemäßen Pflegesystem. Ein Vergleich zwischen fünf nordischen Ländern und Deutschland“. Zweite aktualisierte und inhaltlich überarbeitete Auflage, Expertise im Auftrag der Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik der Friedrich-Ebert-Stiftung, April 2015, 83 Seiten. Der Beitrag ist hier abrufbar.

DelpHi-MV: das Orakel von Mecklenburg-Vorpommern

So lange wie möglich zu Hause leben – das ist der Wunsch vieler Menschen mit Demenz und ihrer betreuenden Angehörigen. Um herauszufinden, wie dies möglich ist, befragen die Menschen in Mecklenburg-Vorpommern nicht die Götter, sondern setzen lieber auf solide wissenschaftliche Forschung. Im Rahmen der DelpHi-MV-Studie arbeiten Wissenschaftler des Deutschen Zentrums für Neurodegenerative Erkrankungen in Rostock und der Universitätsmedizin Greifswald seit 2012 gemeinsam an einem innovativen Konzept zur besseren häuslichen Versorgung von Demenz-Patienten.

DelpHi steht hierbei als Abkürzung für „Demenz: lebensweltorientierte und personenzentrierte Hilfen in Mecklenburg-Vorpommern“.

Im Rahmen des Projekts überprüfen die Forscher das Versorgungskonzept „Dementia Care Management“ auf seine Wirksamkeit. In diesem Modell werden niedergelassene Hausärzte durch speziell qualifizierte Pflegefachkräfte, die sogenannten Dementia Care Manager, unterstützt. Diese besuchen Patienten und deren Angehörigen zu Hause und erfassen und verbessern systematisch die persönliche Versorgungssituation.

Die Versorgungsstrukturen verbessern

In Mecklenburg-Vorpommern kommen auf 100.000 Einwohner je nach Region bis zu 1.600 Menschen mit einer Demenz. Diese Zahl wird sich in den nächsten Jahren annähernd verdoppeln. Gleichzeitig nimmt die Zahl der Ärzte und Pflegefachkräfte ab, so dass neue Wege gefunden werden müssen, um eine qualitativ hochwertige Versorgung zu gewährleisten. Bereits heute besteht ein großer Fachkräftebedarf, der teilweise nicht gedeckt werden kann.

Bei demenziellen Erkrankungen sind umfassende Versorgungslösungen notwendig, die auf die Betroffenen und ihre pflegenden Angehörigen individuell zugeschnitten sind, besonders wichtig. Dafür protokollieren die Dementia Care

Manager zum Beispiel die gesundheitlichen Beschwerden, die Medikation und die Häufigkeit von Arztbesuchen der Patienten. Auch die Versorgung durch ambulante Pflegedienste oder die Belastung der Angehörigen werden erfasst. Dadurch ist es möglich, den individuellen Versorgungsbedarf auf ärztlicher, pflegerischer, medikamentöser, psychosozialer und sozialrechtlicher Ebene festzustellen und zu adressieren.

Mit Hilfe eines eigens entwickelten Computersystems erstellen die Betreuungsmanager für jeden Patienten einen individuell maßgeschneiderten Behandlungs- und Versorgungsplan, der an den behandelnden Hausarzt weitergeleitet wird. Der Hausarzt prüft die Vorschläge und entscheidet, welche Maßnahmen tatsächlich eingeleitet und in Kooperation mit dem Dementia Care Manager umgesetzt werden sollen. Sie besuchen die Patienten dann mindestens ein halbes Jahr lang regelmäßig zu Hause. Dabei wird der Interventionsplan umgesetzt und individuelle Hilfestellungen im Umgang mit der Erkrankung gegeben.

Die DelpHi-MV-Studie verspricht Antworten auf drängende Fragen: Wie erkennen wir in der ärztlichen Routine an Demenz erkrankte Menschen möglichst früh? Wie können wir pflegende Angehörige unterstützen, so dass diese gesund bleiben und damit dem Versorgungsprozess als wichtigste laientätige Ressource nicht verloren gehen? Wie kann die Versorgung die individuellen Lebensumstände und regionalen Gegebenheiten einbeziehen?

Das Ziel der wissenschaftlichen Forschung ist letztlich, eine gute und dauerhafte Versorgung sicherzustellen und so die Lebensqualität der Patienten zu verbessern und ihre Angehörige zu entlasten.

Aktueller Stand des Projekts

Mehr als 130 Hausärzte aus Mecklenburg-Vorpommern und über 630 Patienten nehmen inzwischen an der „DelpHi-MV-Studie“ teil. Alle Studienteilnehmer werden in jährlichen Abständen befragt, um die Wirksamkeit des im Rahmen der Studie erprobten Dementia Care Managements zu überprüfen.

Im April 2015 fand ein Symposium in Greifswald statt, auf dem die Forscher den niedergelassenen Hausärzten erste Ergebnisse des Forschungsprojekts vorgestellt haben. Das Zwischenfazit der Wissenschaftler lautete: Die Auswertung der erhobenen Daten zeigte schon jetzt einen deutlichen Handlungsbedarf und auch Handlungsmöglichkeiten hinsichtlich der Früherkennung von Demenz sowie der bedarfsgerechten Behandlung und Versorgung der betroffenen Patienten. Mit dieser Aussage macht DelpHi seinem Ruf als Orakel alle Ehre.

Weitere Informationen zur „DelpHi-MV-Studie“ finden Sie [hier](#).

Europa

eHealth: Digitaler Binnenmarkt für elektronische Gesundheitsdienste

„Google ist der Feind des modernen Arztes“, heißt es in Medizinerkreisen. Viele Patienten informieren sich im Internet über ihre Symptome und unterziehen sich einer Selbstdiagnose. Dies kann dazu führen, dass Patienten von ihren Ärzten keine Untersuchung mehr erwarten, sondern sie lediglich zur Anlaufstelle für Rezepte oder Überweisungen an Fachärzte werden. Die Nutzung elektronischer Geräte für gesundheitliche Themen wird häufig mit dem Kunstbegriff „eHealth“ (e-Gesundheit) umschrieben. Natürlich sind elektronische Geräte in Krankenhäusern und beim Arzt schon lange keine Neuheit mehr, dennoch hat die Entwicklung der Technik der letzten Jahre eine neue Dimension hervorgebracht: Die Nutzung elektronischer Geräte durch den Patienten selbst.

Dr. Google hat immer Sprechstunde

Wie am besten mit dieser neuen Dimension des Gesundheitswesens umgegangen werden sollte, wird nicht nur in Medizinerkreisen, sondern auch in der EU-Politik diskutiert. Am 10. Juni 2015 kamen bei einer öffentlichen Anhörung im Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss (EWSA) Beamte der EU-Institutionen mit Vertretern aus Wissenschaft, Medizin und Pharmaindustrie zu diesem Thema zusammen. Dabei waren sich alle Teilnehmer zunächst einig, dass eHealth viele Vorteile bietet. Patienten benötigen Zugang zu Informationen, und es ist nicht immer möglich, bei Risiken und Nebenwirkungen den Arzt oder Apotheker aufzusuchen.

Wie es ein Teilnehmer formulierte, hat „Dr. Google hingegen immer Sprechstunde“. Auch sind die traditionellen Packungsbeilagen oftmals unverständlich und für viele Menschen mit Behinderungen, beispielsweise bei Sehschwäche, nicht zu gebrauchen. Hier können insbesondere mobile Geräte wie Smartphones oder Tablets einen enormen Vorteil bringen, etwa durch barrierefreie Apps und vergrößerte Schriftgrößen. Ein weiterer Vorteil ist, dass eHealth-Tools nicht nur für medizinische Informationen verwendet werden können, sondern auch für sämtliche soziale Aspekte, die eine Auswirkung auf die Gesundheit haben. Insbesondere Apps zu Lebensstilen, Sport oder Ernährung sind Teil der Debatte.

Festzuhalten bleibt auch, dass sich die Frage, ob es solche Tools geben sollte, nicht stellt, da es bereits ein breites Angebot gibt und die Nachfrage an eHealth-Tools ungebrochen ist. Die Kommission rechnet für das Jahr 2016 mit einem Marktvolumen von bis zu 30 Milliarden Euro für den europäischen Markt. Dies unterstreicht auch eine repräsentative Umfrage des Europäischen Statistikamtes (Eurostat), nach welcher bereits 60 Prozent der Befragten Online-Tools benutzen, um sich über gesundheitliche Aspekte zu informieren. Nahezu alle Befragten haben hierfür Suchmaschinen wie Google herangezogen. Problematisch ist allerdings, dass die Betreiber etwaiger Suchmaschinen auch über die Treffer bei bestimmten Suchbegriffen entscheiden und somit beispielsweise Pharmafirmen die Möglichkeit gegeben wird, sich einzukaufen.

Regulierung erforderlich

Somit stellt sich nicht die Frage, ob eHealth-Tools genutzt werden sollten, sondern wie sie am besten reguliert werden können. Diesbezüglich gibt es Nachholbedarf, da es bislang kaum Kontrollmöglichkeiten gibt. Auch sind die Online-Informationsmöglichkeiten offizieller Behörden oftmals benutzerunfreundlich und für Laien kaum zu verstehen. Als besonders negatives Beispiel wurde auf der Konferenz die Webseite des deutschen Bundesgesundheitsministeriums „PharmNet.Bund“ benannt. Stattdessen gibt es viele Angebote von Privatanbietern, unseriösen Informationsquellen oder Pharmafirmen, welche für ihre Produkte werben und anhand selbstbeauftragter Studien ihre Wirkung belegen wollen. Eine Schwierigkeit bei der Regulierung ist die grenzüberschreitende Natur des Internet. Informationen amerikanischer Pharmafirmen, die nicht der EU-Regulierung unterliegen, können auch in Europa abgerufen werden.

Sicherer Umgang mit Gesundheitsdaten

Große Streitthemen von eHealth bleiben Datensicherheit und Privatsphäre. Zwar bestritt keiner der Konferenzteilnehmer die Vorteile von eHealth-Tools, jedoch forderten viele von der EU-Kommission konkrete Vorschläge für den Umgang mit „Big Data“, also der Erfassung von Massendaten. Insbesondere die Kombination von Gesundheitsdaten mit anderen Daten birgt

Gefahren. So könnten beispielsweise Krankenversicherungen „maßgeschneidert“ werden, was dazu führen würde, dass der Solidaritätsaspekt des Versicherungssystems abhandenkommt. Neben der Frage, wer eHealth-Tools anbieten dürfe, müsse auch der Austausch von Daten zwischen den Gesundheitsdienstleistern geregelt und kontrolliert werden. Im Gespräch sind diesbezüglich eine europäische Plattform für Big Data, ein Rahmen für eine Datenbank für europäische medizinische Informationen (EMIF) und eine europäische Gesundheitsbibliothek. In keinem Fall dürften die neuen Möglichkeiten jedoch zum Stellenabbau von Gesundheitsfachkräften führen.

Der digitale Binnenmarkt

Die EU-Kommission behandelt das Thema „eHealth“ im Zusammenhang mit der Umsetzung des Digitalen Binnenmarkts, einer der zehn Prioritäten von Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker. Verantwortlich für die erfolgreiche Umsetzung ist der deutsche EU-Kommissar und ehemalige Ministerpräsident Baden-Württembergs, Günther Oettinger. Am 6. Mai 2015 hat dieser ein 16 Seiten langes Strategiepapier zum digitalen Binnenmarkt vorgestellt, in welchem das Gesundheitswesen, insbesondere die Telemedizin und mobile Gesundheitstools, als Normungsschwerpunkte

hervorgehoben werden. Als konkrete Ziele der EU werden die „Verbesserung der Gesundheit der Bürger durch Bereitstellung lebenswichtiger Informationen (...) unter Einsatz elektronischer Gesundheitsdienste“, die „Verbesserung von Qualität und Zugänglichkeit der medizinischen Versorgung durch Einbeziehung elektronischer Gesundheitsdienste in die Gesundheitspolitik und durch Koordinierung der politischen, finanziellen und technischen Strategien der EU-Länder“ und die „Schaffung effizienter, benutzerfreundlicher und umfassend akzeptierter elektronischer Gesundheitsdienste durch die Einbeziehung von Fachleuten und Patienten in Strategie, Gestaltung und Umsetzung“ genannt.

Als nächster Schritt findet am 24. Juli 2015 eine Trilog-Verhandlung zum Digitalen Binnenmarkt zwischen der EU-Kommission, dem Europäischen Parlament und dem Ministerrat der EU statt. Ziel ist es, bis Ende 2015 eine Einigung zwischen den EU-Institutionen zu erzielen.

Den vollständigen Text der Kommissionsstrategie für einen digitalen Binnenmarkt finden Sie [hier](#). Die Initiativstellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses „Auf dem Weg zur eGesundheit“ gibt es [hier](#).

Materialien

Michael Steinbrecher, Rolf Schumann: Update. Warum die Datenrevolution uns alle betrifft

Frankfurt a.M./New York: Campus, 2015, 254 Seiten, 24,99 Euro, ISBN 978-3-593-50332-5 Big Data heißt das neue Zauberwort, das inzwischen eines der Top-Themen in der Sachliteratur geworden ist. „Zehn Prozent glorifizieren Big Data. Zehn Prozent verteufeln sie. Die restlichen 80 Prozent wollen wir aufklären. An sie richtet sich unser Buch“, sagte Rolf Schumann zuletzt im SAP-NewsCenter. Der Senior-Vice President bei SAP hat gemeinsam mit dem früheren Sportschau- und jetzigem „Nachtcafé“-Moderator (SWR) Michael Steinbrecher ausführlich beschrieben: „Warum die Datenrevolution uns alle betrifft“ – und diese Analyse „Update“ genannt.

Spätestens seit den Enthüllungen von Edward Snowden wird Big Data in den Medien und der Öffentlichkeit keineswegs immer nur sachlich diskutiert. Die Datenunsicherheit des 21. Jahrhunderts erzeugt diffuse Ängste, selbst IT-Profis verspüren gelegentlich Unbehagen. Zumal Big Data fast ausschließlich mit den weltweiten Überwachungsaktivitäten von Geheimdiensten verknüpft wird. Aber hinter dem Schlagwort Big Data steckt längst mehr als nur die hemmungslose Datensammelwut der NSA. Sie hat still und leise längst alle Lebensbereiche erfasst, schreiben die Autoren. Gut möglich, dass die Datenspuren, die beispielsweise jugendliche User im Internet hinterlassen, künftig bestimmen, welchen Beruf sie ergreifen dürfen. Ist so eine Entwicklung eine Chance? Oder ein Horrorszenerario, das jegliche Selbstbestimmung eliminiert?

Die leise Revolution

„Das Besondere an Big Data ist, dass nicht nur die Gegenwart erfasst wird. Es lassen sich auch sehr konkrete Voraussagen über die Zukunft treffen. Big Data verändert unser Leben in allen Bereichen“, prognostizieren Michael Steinbrecher und Co-Autor Rolf Schumann. Sie nennen es „die leise Revolution, deren mögliche Konsequenzen – gute wie schlechte – für unser ganzes Leben definitiv noch zu wenig kennen“. Nur 14 Prozent der Bundesbürger wissen überhaupt, was mit Big Data gemeint ist. Die Autoren stellen zunächst klar: „Big Data ist weder schlecht, noch großartig. Big Data kann beides sein, es hat verheißungsvolle Seiten, aber auch dunkle Seiten. Big Data ist das, was wir daraus machen. Noch erleben wir die Pionierphase, in der man Veränderungen gestalten kann.“ Wer sich über Big Data ausführlich informieren will, um zu Fragen beispielsweise über das Internet der Dinge Position beziehen zu können, für den ist „Update“ eine wahre Fundgrube. Man bringt mit „Update“ sein Wissen über Big Data auf den neuesten Stand, updatet sich sozusagen.

Warnende Stimmen in Grau

In sechs Kapiteln geht es vor allem um die „Chancen und Risiken der Datenrevolution“. Auf 240 Seiten werden für Lebensbereiche wie Mobilität, Lernen, Gesundheit oder Sport die Licht- und Schattenseiten der Datenwelt dargestellt. Mit zahlreichen, gut nachvollziehbaren Fallbeispielen werden konkrete Positiv- und Negativszenarien entwickelt. Die warnenden Stimmen sind im „Update“-Buch jeweils grau unterlegt, leider ist die etwas kleinere Schrift nur schwer zu lesen. Zusätzlich zu den gut verständlichen Erklärstücken kommen interessante Frauen und Männer aus Politik, Journalismus und Wirtschaft zu Wort. Auch die beiden Autoren sind ausgewiesene Experten. Der vielfach preisgekrönte Journalist Michael Steinbrecher arbeitet seit sechs Jahren als Professor für TV- und crossmedialen Journalismus an der TU Dortmund. Sein Forschungsschwerpunkt: Big Data.

Autos werden zum Überwachungsinstrument

Co-Autor Rolf Schumann warb ab 2008 mehrere Jahre gemeinsam mit dem ehemaligen SAP-Kollegen Shai Agassi für den Mobilitätsdienstleister „Better Place“, gemeinsam Elektroautos mit Wechselbatterie. „Better Place“ wollte ein Netzwerk mit Batteriewechselstationen aufbauen, was flächendeckend nur in Israel gelang. 2013 musste „Better Place“

Insolvenz anmelden. Deshalb ist vor allem das Mobilitätskapitel spannend zu lesen: Selbstfahrende Autos sind nur noch eine Frage der Zeit, alle Automobilkonzerne sind längst in Europa im Testbetrieb unterwegs, im Sommer 2014 hat Google schon das erste Auto ohne Fahrer vorgestellt. Das Auto, früher einmal Sinnbild für die Suche nach Freiheit, wird zum Überwachungsinstrument. Gesendet wird während der Fahrt pausenlos von den Sensoren am Smartphone, vom Navi oder vom Auto selbst. Das könnte bedeuten: „Als Passagiere in ferngesteuerten Autos fahren wir direkt in ein komplett fremdbestimmtes Leben.“

Was genau passiert mit dem Datencocktail?

Mit dem scheinbar harmlosen Ausdruck „Internet der Dinge“ sind die unendlich vielen „smarten Daten“ gemeint, die Geräte wie das Smartphone produzieren. „Big Brother is watching you“, hieß der Propaganda-Slogan aus George Orwells Roman „1984“, der aktueller denn je ist. Vor allem wenn Eric Schmidt, einer der Männer hinter Google sagt: „Wir wissen, wo du bist. Wir wissen, wo du warst. Wir wissen mehr oder weniger, worüber du nachdenkst.“ Im Zeitalter von Big Data können Eltern ihre Kinder dank des digitalen Fußabdrucks längst nie mehr aus den Augen lassen: Ob sie telefonieren, E-Mails lesen, beim Einkaufen die Kreditkarte zücken oder online verbotener Weise nach Sex-Videos suchen – überall produzieren sie Daten, Unmengen von Daten. „Experten erwarten bis zum Jahr 2030 über 50 Milliarden vernetzter Geräte.“ Die können analysiert und dank spezieller Software und Algorithmen ausgewertet werden.

„Wir sind alle Datenspender“, schreibt Steinbrecher. Nur was genau machen die Auswerter mit den gewonnenen Erkenntnissen, mit dem „Datencocktail“?

Umgeben von digitalen Lebenshelfern

Die scheinbar wichtigste Frage nach dem Schutz der Privatsphäre oder wie man die Kontrolle über seine Daten (zurück-)bekommt, greift den Autoren zufolge viel zu kurz. Vor allem, wenn man weiß: Etwa alle zwei Jahre verdoppelt sich weltweit das Volumen an Daten, das digital erzeugt wird. Und was wirklich im tiefsten Inneren der Computer abläuft, wissen sowieso nur die wenigsten. Es geht mittlerweile vielmehr um die Frage: „Wollen wir ohne jegliche Selbstbestimmung durchs Leben geführt werden?“ Umgeben von digitalen Lebenshelfern, gemeint sind Navigationsgeräte und Apps, die mehr und mehr Orientierung geben. Längst hat die „Quantified-Self-Bewegung“ globale Bedeutung, gemanagt wird das Leben mit sogenannten Selbstvermessungsgeräten. Und die ersten Fitnessarmbänder senden die persönlichen Daten direkt zum Arbeitgeber und zur Versicherung.

WIR sind für das große Ganze verantwortlich

Die Kehrseite der Medaille: „Mit Big Data kann auf Millionen digitaler Patientenakten zurückgegriffen werden. So menschlich und kompetent ihr persönlicher Hausarzt auch sein mag – er hat keine Chance gegen die individuelle Big-Data-Analyse“, schreibt Steinbrecher. Viele Arztbesucher werden überflüssig, weil

Sensoren den Körper in Echtzeit überwachen können. „Big Data rettet heute schon Leben im medizinischen Bereich, könne morgen aber auch dazu missbraucht werden, die Lebenschancen Einzelner zu zerstören.“, stellt Professor Viktor Mayer-Schönberger in einem der zahlreichen Experten-Interviews fest. Er beschäftigt sich seit Jahren mit Big Data und fordert: „WIR sind für das große Ganze verantwortlich. Wenn etwas so fundamental unsere Sicht auf die Welt verändert wie Big Data, können wir doch nicht die Aufgabe, damit umzugehen, an den Erstbesten outsourcen. Die Verantwortung darüber, wie die nächste Generation leben wird, die tragen wir.“

Fazit

Abschließend stellen auch die beiden Autoren fest: „Ein ‚Aussteigen‘ wäre nur dann wirklich möglich, wenn Sie Ihre bis dahin gesammelten Daten nicht weiter verfolgen würden. Für dieses ‚Recht auf Vergessen‘ kämpfen Datenschützer. Das, was alle Generationen verbinden sollte, ist die Haltung, dass man die digitale Revolution nicht ignorieren, sondern ihre Gestaltung miteinander aushandeln sollte. Mit welchem Ergebnis auch immer.“

Haben Sie noch nichts zu lesen für den Sommerurlaub? An Unterhaltungsliteratur zum Thema Big Data empfehlen wir folgende Titel: „Der Circle“ von Dave Eggers oder „Zero“ von Marc Elsberg.

Impressum

Verlag/Herausgeber:

BANK FÜR SOZIALWIRTSCHAFT AG

Wörthstraße 15-17

50668 Köln

Telefon 0221 / 97356-237

Telefax 0221 / 97356-479

Redaktion:

Susanne Bauer (v. i. S. d. P.), s.bauer@sozialbank.de

Jörg Bärschneider, joerg.baerschneider@gmx.de

Hella Krauß, h.krauss@sozialbank.de (Gesellschaft)

Maicke Mackerodt, info@mackerodt.de (Materialien)

Tobias Nickl (Büro Brüssel), t.nickl@eufis.de (Europa)

ISSN: 1869-7631

Erscheinungsweise: monatlich