Abschlussbericht

Studie: ***„NuVe – Nutzen von Vermittlungsplattformen für informell Helfende in der häuslichen Pflege“***

Nutzenaspekte digitaler Hilfevermittlung aus Perspektive von Anbietern, Helfenden und Hilfesuchenden

PFLEGE DIGITAL
BAYERISCHES ZENTRUM

Hochschule Kempten
University of Applied Sciences

Bayerisches Zentrum
Pflege Digital (BZPD)
www.hs-kempten.de/bzpd

Hochschule für angewandte
Wissenschaften Kempten

Impressum

Herausgeber
Bayerisches Zentrum Pflege Digital (BZPD)
Albert-Einstein-Straße 6
87437 Kempten
www.hs-kempten.de/bzpd

Hochschule für angewandte Wissenschaften Kempten
Kempten University of Applied Sciences
Bahnhofstraße 61
87435 Kempten
www.hs-kempten.de

Layout: Bayerisches Zentrum Pflege Digital (BZPD)

Autor*innen

Jochen Geiselhart
Abt. 2 - Koordinierte Pflege & Sorge vor Ort
jochen.geiselhart@hs-kempten.de

Tobias Wörle
Abt. 2 - Koordinierte Pflege & Sorge vor Ort
tobias.woerle@hs-kempten.de

Dominik Bernhard
Abt. 2 - Koordinierte Pflege & Sorge vor Ort
dominik.bernhard@hs-kempten.de

Christian Haushammer
Abt. 2 - Koordinierte Pflege & Sorge vor Ort
christian.haushammer@hs-kempten.de

Gefördert durch:
Bayerisches Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst

Aus dem Projekt hervorgegangene Publikationen

Wörle, T., Geiselhart, J., Haushammer, C. & Bernhard, D. (2023). Digitale Plattformen zur Vermittlung informell Helfender für die häusliche Pflege: Welchen Nutzen sehen Anbieter? *Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie*, 56(8), 630–635. https://doi.org/10.1007/s00391-023-02252-6.

Bernhard, D; Geiselhart, J; Wörle, T & Haushammer, C. (2024). Digitale Matching-Plattformen für Helfende in der häuslichen Pflege. *Pro Alter*, 56(4), 52-55.

Konferenzbeiträge

Geiselhart, J.; Wörle, T.; Bernhard, D & Haushammer, C. (2024, 12.09). *„Das qualitative Matching muss […] vor Ort passieren“ – Über Nutzen und Grenzen digitaler Vermittlungsplattformen in der organisierten Nachbarschaftshilfe* [Vortrag]. Gemeinsamer Jahreskongress DGGG & DGG, Kassel.

Geiselhart, J.; Bernhard, C.; Wörle, T.& Haushammer, C. (2023, 22.09.): *Der Nutzen digitaler Vermittlungsplattformen für informell Helfende in der häuslichen Pflege – Ergebnisse einer Interviewstudie* [Vortrag]. Jahreskongress DGGG, Vechta.

Geiselhart, J. & Bernhard, D. (2023, 09.05). *Digital platforms in neighborhood assistance – preliminary results of an explorative study* [Poster]. STS Conference, Graz.

Kurzfassung

Hilfeleistungen durch Engagierte kommt in der häuslichen, pflegerischen Versorgung eine wachsende Bedeutung zu. Digitale Matching-Plattformen vermitteln dabei zwischen Hilfesuchenden und Helfenden hinsichtlich der angefragten Bedarfe im Bereich von z. B. Haushaltshilfen, Einkaufs- oder Fahrdiensten. Die Einbettung digitaler Plattformen in Nachbarschaftshilfen für ältere Menschen verspricht viele Vorteile, ist jedoch empirisch kaum beforscht. Diese Studie untersucht deshalb, welchen Nutzen digitale Vermittlungsplattformen für Vermittlungsanbieter, Helfende und Hilfesuchende bieten. Die Nutzenaspekte werden abschließend anhand des NAAM-Modells (Lutze et al. 2019) systematisiert.

Mittels eines qualitativen explorativen Studiendesigns wurden Vermittlungsanbieter mit und ohne digitaler Vermittlungsplattform dazu befragt, welchen Nutzen sie im Vermittlungsangebot generell und in der Nutzung der digitalen Vermittlung sehen. Kontrastierend wurden die Nutzer:innengemeinschaften der Vermittlungsanbieter, d.h. Engagierte und Hilfesuchende zum Mehrwert der (digitalen) Hilfevermittlung befragt. Hierzu wurden leitfadengestützte qualitative Interviews (n=26) mit den Vermittlungsanbietern sowie den jeweiligen Nutzer:innencommunities durchgeführt und inhaltsanalytisch ausgewertet.

Digitale Plattformen bieten insbesondere auf Struktur- und Prozessebene Effizienzvorteile für Vermittlungsanbieter, während Helfende und Hilfesuchende indirekt profitieren, auch ohne direkte Nutzung digitaler Zugänge. Anbieter ohne Vermittlungsplattform hatten hierzu nahezu kongruente Nutzenerwartungen zu den Anbietern mit Vermittlungsplattform. Auf individueller Ebene zeigt sich Nutzen durch personalisierte Engagementmöglichkeiten und zuverlässige Hilfevermittlung, diesen realisierten auch Anbieter ohne Plattform, allerdings mit erhöhtem Aufwand und geringerer Skalierbarkeit des Angebots. Hybrid gestaltete Vermittlungsansätze, die digitale und nicht-digitale Elemente kombinieren, steigern Akzeptanz und Qualität der Vermittlungsangebote. Auf gesellschaftlicher Ebene tragen sowohl digitale als auch nicht-digitale Vermittlungsangebote zur lokalen Sorgeinfrastruktur bei, fördern soziale Solidarität und stärken sozialen Zusammenhalt.

Schlüsselwörter: Matching-Plattform, Digitalisierung, Nachbarschaftshilfe, Engagement

Abstract

Assistance provided by volunteers is becoming increasingly important in home care. Digital matching platforms mediate between those seeking help and those providing it with regard to the requested needs in the areas of household help, shopping or driving services, for example. The embedding of digital platforms in neighborhood assistance for older people promises many advantages, but has hardly been empirically researched. This study therefore examines the benefits of digital mediation platforms for mediation providers, helpers and those seeking help. The benefits are then systematized using the NAAM model (Lutze et al. 2019).

Using a qualitative explorative study design, mediation providers with and without a digital mediation platform were asked what benefits they see in the mediation service in general and in the use of digital mediation. In contrast, the user communities of the mediation providers, i.e. those involved and those seeking help, were asked about the added value of (digital) help mediation. For this purpose, guided qualitative interviews (n=26) were conducted with the mediation providers and the respective user communities and evaluated using content analysis.

Digital platforms offer efficiency advantages for intermediary providers, particularly at a structural and process level, while helpers and those seeking help benefit indirectly, even without the direct use of digital access. Providers without an intermediary platform had almost congruent benefit expectations to providers with an intermediary platform. At an individual level, the benefits of personalized engagement opportunities and reliable help referrals were also realized by providers without a platform, albeit with increased effort and lower scalability of the service. Hybrid mediation approaches that combine digital and non-digital elements increase the acceptance and quality of mediation services. At a societal level, both digital and non-digital mediation offerings contribute to the local care infrastructure, promote social solidarity and strengthen social cohesion.

Keywords: Matching-Platform, Digitalization, volunteers, neighborhood assistance

Tabellenverzeichnis

Tabelle [1]: *Anbietersample* 19
Tabelle [2]: *Samplingübersicht mit Interviewzahlen zu Vermittlungsanbietern und Nutzerinnencommunities* 20
Tabelle [3]: *Tabellarische Übersicht Sample Helfende* 78
Tabelle [4]: *Tabellarische Übersicht Sample Hilfesuchende* 78

Abbildungsverzeichnis

Abbildung [1]: *Akteurskonstellation der ONH (in Anlehnung an Wilhelm 2023)* 14
Abbildung [2]: *Akteurskonstellation ONH mit Vermittlungsplattform* 15
Abbildung [3]: *NAAM-Modell (eigene Darstellung), in Anlehnung an (Lutze et al., 2019)* . 16

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung ... 8
2 Forschungsstand ... 10
3 Zentrale Begriffe und Konzepte ... 13
3.1 Vermittlungsplattformen in der organisierten Nachbarschaftshilfe ... 13
3.2 Nutzenverständnis ... 16
4 Methodisches Vorgehen ... 18
4.1 Samplingstrategie und Feldzugang ... 18
4.2 Datenerhebung ... 21
4.3 Datenaufbereitung ... 22
4.4 Datenauswertung ... 22
5 Anbieterporträts ... 24
5.1. Anbieter A1 ... 24
5.2 Anbieter A2 ... 26
5.3 Anbieter A3 ... 27
5.4 Anbieter A4 ... 28
6 Ergebnisse: Nutzenaspekte digitaler Vermittlungsplattformen ... 29
6.1 Nutzenvorteile durch einen digital unterstützten Vermittlungsprozess ... 30
6.1.1 Effizienz, Skalierbarkeit und optimierte Prozesse ... 30
6.1.2 Personalisierte Vermittlungs- und Hilfeleistungen ... 35
6.1.3 Präferenzorientierte Gestaltung, Flexibilisierung und Personalisierung des Engagements ... 38
6.1.4 Hybridität ... 41
6.2 Weitere Nutzenaspekte der untersuchten Vermittlungsangebote ... 46
6.2.1 Qualitätssteigernde Merkmale der Hilfevermittlung für Nutzende ... 47
6.2.2 Wirtschaftlicher Nutzen für Engagierte und Hilfesuchende ... 52
6.3 Gesellschaftlicher Nutzen der Vermittlungsangebote ... 55
7 Diskussion ... 60
8 Fazit ... 67
9 Weiterer Forschungsbedarf ... 69
Literaturverzeichnis ... 71
Anhang ... 77

1 Einleitung

Die häusliche ambulante Altenpflege steht in Deutschland vor einer Reihe von Herausforderungen, die in direktem Zusammenhang mit dem demografischen Wandel und dem zunehmenden Fachkräftemangel im Pflegebereich stehen. Auch wenn die Zahl der Pflegefachkräfte – je nach Prognose – sogar leicht zunimmt, steigt der Bedarf zusätzlicher Pflegefachkräfte weiter an (Statistisches Bundesamt, 2025). Der Anteil älterer Menschen, insbesondere der über 65-Jährigen, wächst kontinuierlich, was nicht nur die Nachfrage nach Pflegeleistungen, sondern auch die Belastung der bestehenden Versorgungsstrukturen im ambulanten Bereich steigert (Statistisches Bundesamt, 2021). Zudem nehmen familiäre (Nowossadeck et al., 2016) beziehungsweise informelle Pflegepotenziale (Klie, 2024, S. 275- 278) ab.

Diese Entwicklungen stellen die ambulante Pflege vor die Herausforderung, nicht nur die Qualität, sondern auch die Zuverlässigkeit pflegerischer und pflegenaher Versorgungsleistungen aufrechtzuerhalten. Vor diesem Hintergrund rückt auch die Unterstützung durch Engagierte[1] immer stärker in den Mittelpunkt der Diskussion überzukunftsfähige Versorgungslösungen (Geiselhart & Wörle, 2022). Engagierte Helfer:innen übernehmen im pflegenahen Bereich vielfältige Aufgaben – von der Unterstützung bei alltäglichen Aktivitäten wie Gartenarbeiten, Einkaufs- und Fahrdiensten bis hin zur sozialen Begleitung älterer Menschen mit Pflege- oder Betreuungsbedarf, beispielsweise als Ansprechpartner:innen und Bezugspersonen gegen Vereinsamung. Das Engagement von Laien kann nicht nur professionelle Pflegekräfte sowie An- und Zugehörige entlasten, sondern es kann auch zur Lebensqualität der Betroffenen beitragen, indem es ihnen ermöglicht, weiterhin im gewohnten Umfeld zu leben und soziale Isolation zu vermeiden (Suhr et al., 2015, S. 72). Den Hilfeleistungen durch Engagierte wird insofern eine entscheidende Rolle bei der Unterstützung pflegebedürftiger Menschen und ihrer Angehörigen im Rahmen der ambulanten Versorgung zugeschrieben (BMFSFJ, 2017a, S. 53).

Digitale Vermittlungsplattformen versprechen in diesem Zusammenhang die Bedarfe hilfesuchender Personen – Pflegebedürftiger oder den An- und Zugehörigen – mit den Hilfsangeboten freiwillig Engagierter zusammenzubringen (Hegedüs et al., 2021). Gleichwohl werden sie auch kontrovers diskutiert. Kritisch gesehen werden beispielsweise Auswirkungen auf Arbeitnehmer:innenrechte und das mögliche Konkurrenzverhältnis zu professionellen Dienstleistern (Otto et al., 2017). Auch wird moniert, dass ausbeuterischen

[1] Die Autoren entlehnen ihr Verständnis des Engagementbegriffs der Enquete-Kommission zum Engagement, wonach sich freiwilliges Engagement anhand folgender Kriterien konstituiert: Freiwilligkeit, Unentgeltlichkeit, Gemeinwohlorientierung, Öffentlichkeit und Gemeinschaftlichkeit (Deutscher Bundestag 2002: 38). Das Kriterium der Unentgeltlichkeit wird praktisch durch die Zahlung von Aufwandsentschädigungen häufig aufgeweicht (Klie et al., 2009, S. 9), so auch hier. In Anschluss an dieses Begriffsverständnis werden die Begriffe Engagierte, freiwillige Helfende, freiwillige Engagierte oder Helfende in dieser Studie synonym verwendet.

Formen der Schattenwirtschaft Vorschub geleistet werde (van Dyk & Haubner, 2021). Unabhängig von der Betrachtungsperspektive gilt jedoch: Der tatsächliche Nutzen digitaler Plattformen zur Vermittlung von engagierten Helfenden in der häuslichen pflegerischen Versorgung älterer Menschen bislang nur wenig beforscht.

Es fehlt an empirischen Studien zum alltagspraktischen Nutzen solcher Plattformen im Kontext von Sorge und Pflege für Ältere, der Gestaltung häuslicher Pflegesettings und dem Zusammenwirken mit engagierten Helfenden (Wörle et al., 2023). Auch Analysen, die Nutzungsmuster und Nutzenzuschreibungen aus der jeweils spezifischen Sicht beteiligter Personengruppen untersuchen, lagen bislang nicht vor.

Ohne sich auf dazu einschlägige Vorarbeiten stützen zu können verfolgte die vorliegende Studie „Nutzen von Vermittlungsplattformen für informell Helfende in der häuslichen Pflege“ (NuVe) daher in explorativer Absicht das Ziel, Nutzenzuschreibungen an digitale Plattformen zur Vermittlung informell Helfender in der häuslichen Versorgung jeweils aus Sicht von Anbietern bzw. Betreibern, engagierten Helfenden sowie hilfesuchenden Personengruppen zu rekonstruieren – auch im Vergleich zu nicht digital unterstützten Vermittlungsangeboten.

Folgende forschungsleitende Fragestellungen wurden dabei verfolgt:

1. Welchen Nutzen bieten digitale Vermittlungsplattformen aus der Perspektive von Vermittlungsanbietern, Helfenden und Hilfesuchenden?
2. Inwiefern unterscheiden sich diese Nutzenaspekte von jenen, die Angeboten ohne digitale Plattform zugeschrieben werden? Und inwiefern unterscheiden sich jeweils die Nutzenperspektiven aus Sicht von Helfenden, Hilfesuchenden und Vermittlungsanbietern mit und ohne Plattformnutzung voneinander?
3. Welche Nutzenargumente lassen sich unmittelbar der digitalen Vermittlungsweise zurechnen?

Die Studie wurde von Oktober 2022 bis Dezember 2024 durchgeführt. Dieser Abschlussbericht stellt Forschungsdesign und Kernergebnisse vor. Zunächst wird ein Überblick zum bisherigen Forschungsstand (vgl. Kap. 2) gegeben, zentrale Begriffe und Konzepte (vgl. Kap. 3) geklärt und das methodische Vorgehen (vgl. Kap. 4) erläutert. Nach einer Vorstellung der untersuchten Vermittlungsangebote (vgl. Kap. 5) werden die Ergebnisse dargestellt (vgl. Kap. 6) und im Spiegel der Literatur diskutiert (vgl. Kap. 7). Abschließend werden die wesentlichen Befunde noch einmal zusammengefasst (vgl. Kap. 8) und weiterführende Forschungsbedarfe benannt (vgl. Kap. 9).

2 Forschungsstand

Digitale, online-basierte Vermittlungs- und Matchingplattformen sind ein noch verhältnismäßig neues Phänomen. Die ersten Matching-Plattformen traten breitenwirksam in den 2010er Jahren am Markt in Erscheinung. Zwar existieren bereits einige Studien zu digitalen Vermittlungsplattformen. Die bisherigen Arbeiten stammen jedoch zu großen Teilen aus den Gebieten der Wirtschaftswissenschaften und Informatik, wohingegen sozialwissenschaftliche Arbeiten nur einen geringfügigen Anteil einnehmen (Sutherland & Jarrahi, 2018, S. 331). Die bisher am häufigsten in Studien eingehend untersuchten Matching-Plattformen sind AirBnB, Uber, Amazon Mechanical Turk und Taskrabbit (Sutherland & Jarrahi, 2018, S. 332), deren Ergebnisse sich aufgrund der unterschiedlichen Branchen und Plattformtypen allerdings kaum auf den Kontext Gesundheit, Pflege- und Sorgearbeit übertragen lassen. So halten auch die Herausgeber:innen des dritten Engagementberichts der Bundesregierung fest:

> *„Eine einheitliche, allgemeingültige ‚Plattformlogik' lässt sich derzeit nicht erkennen und ist auch in Zukunft eher unwahrscheinlich. Plattformen müssen daher stets in ihrem spezifischen Nutzungskontext betrachtet werden" (BMFSFJ, 2020, S. 119).*

Der Nutzen und die Nutzung von Vermittlungsplattformen für Unterstützung durch Engagierte in pflegerischen Kontexten wurden bisher kaum gezielt beforscht, wie sich in der Durchsicht einschlägiger Literatur zeigt. Vorliegende Arbeiten fokussieren entweder generelle Arbeitsvermittlungsplattformen (teils auch für Pflegeaufgaben) oder untersuchen Plattformen im Kontext der Nachbarschafts- und Quartiershilfe, nicht aber im spezifischen Kontext informell unterstützter Pflege und Sorge. Dennoch lassen sich aus den vorliegenden Arbeiten im Kontext professioneller Pflege oder Quartiersplattformen Befunde und Desiderata ableiten, die für die hier verfolgte Fragestellung relevant sind.

Thematisch eng an den Forschungsfragen dieser Arbeit beschreibt die Fallstudie von Wilhelm (2023), wie die Entwicklung einer neuen Vermittlungsplattform zur Unterstützung einer lokalen Nachbarschaftshilfe an der Nichtnutzung der Plattform scheiterte. Kernergebnis der Studie ist, dass die digitale Unterstützung der Hilfevermittlung von Nachbarschaftshilfen einen Nutzen und Nutzungsvorteil im Vergleich zu etablierten Prozessen bieten muss.

Die Autor:innen Otto, Hegedüs, Kunze und Nonnenmacher untersuchten in verschiedenen Studien Vermittlungsplattformen im Kontext von Pflege und Betreuung. Für die Anbieter solcher Plattformen werden von diesen Autor:innen bereits potenzielle Vorteile wie geringere Transaktionskosten, höhere Transaktionszahlen oder organisatorische Vorteile durch einfachere Verwaltung, Akquise und Evaluation von Klient:innen erwähnt. Der Aufbau von Vertrauen zwischen Matching-Partner:innen, die einander zunächst fremd

sind, wird als besonders erfolgskritisch angesehen. Ebenso wichtig ist das Vertrauen der Klient:innen in den Anbieter und seinen digital gestützten Vermittlungsprozess – insbesondere in die Verlässlichkeit und Kontinuität des Angebots (Otto et al., 2017, S. 6). Auch sei entscheidend, ob überhaupt Akzeptanz gegenüber digitalen Vermittlungsangeboten vorherrscht (Nonnenmacher et al., 2020). Zudem werden Maßnahmen zur Qualitätssicherung als essentiell für den Erfolg solcher Plattformen eingeschätzt (Hegedüs et al., 2021). Im Hinblick auf die Nutzenden der Plattform wird von Hegedüs et al. (2021) ebenfalls auf die effizientere Angebots- und Nachfrageallokation und damit eine Senkung von Transaktionskosten hingewiesen. Darüber hinaus werden die Personalisierbarkeit des Angebots und die Individualisierung von Leistungen hervorgehoben (Hegedüs et al., 2021). Für die Nachfrageseite könne mit digital unterstützten Plattformen mehr Transparenz (z. B. durch Bewertungssysteme), Flexibilität und Komfort entstehen (Otto et al., 2017).

Abseits des pflegerischen Kontexts thematisieren sozialwissenschaftlich ausgerichtete Arbeiten unter dem Stichwort *Gig Work*[2] vor allem arbeitsrechtliche Implikationen und Probleme in Verbindung mit der Einführung von Vermittlungsplattformen. So attestiert Friedman (2014), dass Arbeitsvermittlung über Plattformen insbesondere den Betreibern und Auftraggebern nutze, da sie günstige Leistungspreise auf Kosten der *Gig-Worker* herstellt. Insbesondere das Risiko ökonomischer Fluktuationen, aber auch die soziale Sicherung, werden auf den/die Arbeitnehmer:in übertragen (Friedman, 2014, S. 172 - 183; Cherry & Aloisi, 2017; Graham et al., 2019; Katz & Krueger, 2019; Steward & Standford, 2017; Schreyer & Schrape, 2021). Hier zeigen sich gewisse Parallelen zu den Thesen von Otto et al. (2017). Dennoch kommen Ticona und Mateescu (2018) anhand von Inhaltsanalysen und Interviews mit Nutzenden von Sorgeplattformen zu dem Ergebnis, dass das Narrativ der disruptiven Plattformen und deren arbeitsrechtliche Konsequenzen nur eingeschränkt auf die Pflege- und Versorgungsarbeit übertragbar sind.

Weiterhin muss einschränkend ergänzt werden, dass die Befunde zum Arbeitsrecht sich nicht ohne Weiteres auf den Engagementbereich übertragen lassen. Dennoch geben die Studien Anlass, die Frage nach dem Nutzen von Vermittlungsplattformen aus der Perspektive von Plattformbetreibern, Helfenden und Hilfesuchenden zu stellen, sowie die Frage nach einer Absicherung der Helfenden aufzugreifen.

Weitere Forschungsarbeiten verschieben den Betrachtungsrahmen von Plattformen für Nachbarschaftshilfen mehr in Richtung von Sorgegemeinschaften bzw. Caring-Communities und Quartierskonzepten. Wehrbein und Hanemann (2021) unterstreichen den

[2] Die Begriffe Gig-Work und die Gig-Economy beschreiben eine neue Arbeitsform durch digitale Vermittlungsplattformen. Menschen die ihre Leistungen auf der Plattform anbieten sind nicht mehr bei dieser angestellt, sondern selbstständig tätig. Auch der Arbeitsplatz wechselt je nach Auftraggeber (Friedman, 2014).

grundlegenden Bedarf an Vermittlung von Alltagshilfen im Rahmen von Nachbarschaftshilfen oder Vermittlungsdiensten. Struzek et al. (2022) identifizieren vor allem die Digitalkompetenz als Implementierungshürde und damit als Nutzungsbarriere. Stutzmann (2019) und Brendebach und Reimann (2016) zeigen, dass – trotz des vielfach konstatierten Unterstützungsbedarfs älterer Menschen – Helfende einfacher gewonnen werden können als Hilfesuchende. Dies liege daran, dass Hilfesuchende sich für erhaltene Hilfen erkenntlich zeigen möchten. Ist dies nicht möglich, da z.B. die Annahme von Trinkgeld verboten oder die Hilfeleistung gar umsonst ist, können diese Reziprozitätsmotive eine Barriere darstellen.

Schelisch und Walter (2021) stellen auf Grundlage einer Dokumenten- und Interviewanalyse aus Designforschungsperspektive fest, dass auch fehlende Digitalkompetenz und Vorbehalte gegen die Hilfe durch Fremde Barrieren für die Nutzung digitaler Angebote darstellen und die Weiternutzung herkömmlicher Vermittlungsangebote begünstigen. Sie identifizieren vor allem einen Forschungsbedarf zu digitalen Lösungen, die – entgegen der Förderlogik und Projektfokussierung des Wissensbetriebs – Eine dauerhafte Verbindung zwischen Organisation und Individuum schaffen. Basu et al. (2019) stellen aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive den Matchingprozess bzw. die Qualität des Matchings als zentralen Mehrwert der Vermittlungsplattformen für die Nutzenden heraus. Ohne eine gute Passung zwischen Anbietern und Nachfragenden sind die Nutzenden auf die basale Suchfunktion zurückgeworfen. Bezogen auf dieses Forschungsprojekt sollte daher der Matchingprozess als Grundlage für den Nutzen untersucht werden.

Zusammenfassend lässt sich aus der Sichtung der Forschungslandschaft zu Matchingplattformen vor allem ableiten, dass Nutzen und Nutzung von Plattformen generell in ihren individuellen Kontexten, praktischen Einsatzfeldern und Wirkzusammenhängen gesehen werden müssen. Daraus folgt auch, dass Nutzenbetrachtungen aus verschiedenen Perspektiven nachvollzogen werden müssen. Dazu gehören: Die zentralen Nutzenvorteile für Vermittlungsanbieter, Helfende und Hilfesuchende, die Funktionsweise des Vermittlungsprozesses und des Matchings, die Absicherung der Nutzenden, die Frage nach und der Umgang mit Digitalkompetenz als erfolgskritischer Faktor für Nutzung bzw. Nicht-Nutzung und die Möglichkeit für Hilfesuchende, Gegenleistungen bieten zu können (Erleben von Reziprozität in Hilfebeziehungen).

3 Zentrale Begriffe und Konzepte

3.1 Vermittlungsplattformen in der organisierten Nachbarschaftshilfe

Im Fokus dieses Projekts steht die Hilfevermittlung über geschlossene, transaktionszentrierte und hybride Vermittlungs- oder Matching-Plattformen und ihr Nutzen für Vermittlungsanbieter, freiwillig Helfende und hilfesuchende Klient:innen. Um den Nutzen dieser digital gestützten Vermittlungsplattformen zu untersuchen, werden diese mit Vermittlungsangeboten ohne Vermittlungsplattform verglichen. Unabhängig von der Plattformnutzung lassen sich diese Vermittlungsangebote der organisierten Nachbarschaftshilfe zuordnen. Die untersuchten Hilfevermittlungsangebote richten sich primär an Senior:innen mit Unterstützungsbedarf oder ihre An- und Zugehörigen und vermitteln alle zentral organisierte Hilfe. Die im Kontext von Alter, Pflege und Sorge vermittelten Dienstleistungen umfassen vor allem den Bereich der Alltagshilfe, der Betreuung und weiterer Tätigkeiten im Umfeld der zumeist häuslichen Pflege.

Die Plattformbetreiber sind selbst oft keine Anbieter von Produkten und Dienstleistungen, sondern bewerkstelligen die technische Vermittlung und Kontaktherstellung zwischen Anbietern und Nachfragenden (Nonnenmacher et al., 2020). Ähnlich wie auf einem digitalen Marktplatz ermöglichen die Vermittlungsplattformen das Zusammenkommen von Unterstützungsangebot und -nachfrage – also Transaktionen zwischen Plattformnutzer:innen. Deshalb werden Vermittlungsplattformen auch als transaktionszentrierte, digitale Plattformen bezeichnet. Ergänzend bieten Vermittlungsplattformen ihren Nutzenden weitere Funktionen, wie das Bereitstellen oder Suchen von Informationen (Engelhardt et al., 2017) [3].

Solche (Vermittlungs-)Plattformen werden als geschlossen bezeichnet, wenn sie den Zugriff auf ihre Plattformen beschränken oder von Bedingungen abhängig machen. Der Zugang zu Plattformen mittels App oder Browser erfolgt dann nur unter der Bedingung der Registrierung und der Freigabe durch den Plattformbetreiber. Diese Beschränkungen können beispielsweise der Qualitätssicherung dienen, wenn nur geschulte Alltagshelfer:innen auf eine Vermittlungsplattform für ältere Menschen zugelassen werden (Engelhardt et al., 2017).

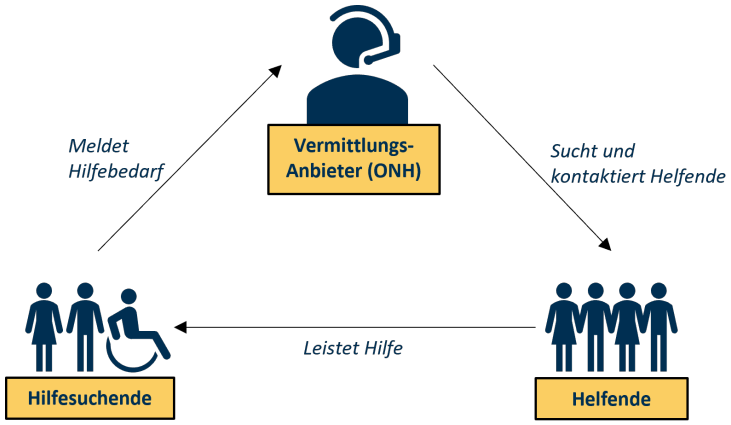
Die untersuchten Vermittlungsplattformen sind im doppelten Sinne hybrid: Erstens kann die Suche nach Hilfseinsätzen oder das Anfragen von Leistungen online mittels digitaler Plattform stattfinden, die Leistungserbringung durch die freiwilligen Helfer:innen bleibt aber an den Ort der hilfesuchenden Personen gebunden. Vermittlungsplattformen im

[3] Datenzentrierte Plattformen, welche technische Operabilität im Ökosystem aus komplementären Produkten wie z. B. Hardware, Software, Daten und Endnutzer-Services herstellen, sind hingegen nicht Bestandteil der Untersuchung (Engelhardt et al. 2017).

Kontext von häuslicher Pflege und Sorge sind insofern hybride Vermittlungsangebote mit digitaler Kontaktanbahnung und offline erbrachten Leistungen (Parker et al., 2017).

Zweitens sind diese Plattformen hybride Interaktionssysteme, die verschiedene Kommunikationskanäle miteinander verschränken. Beispielsweise können die Vermittlungsanbieter sowohl per Telefon, als auch per E-Mail oder Messenger erreicht werden. Oft steht auch persönliche Beratung vor Ort für die Helfenden und Hilfesuchenden zur Verfügung. Hilfsanfragen werden teils auch über die Internet-Schnittstelle der Plattform oder über eigene App-Schnittstellen an die Helfenden zugestellt. Diese Verschränkung der Kommunikationskanäle, im Sinne der Kombination analoger und digitaler Kontaktkanäle, werden hier als hybride Interaktionssysteme bezeichnet.

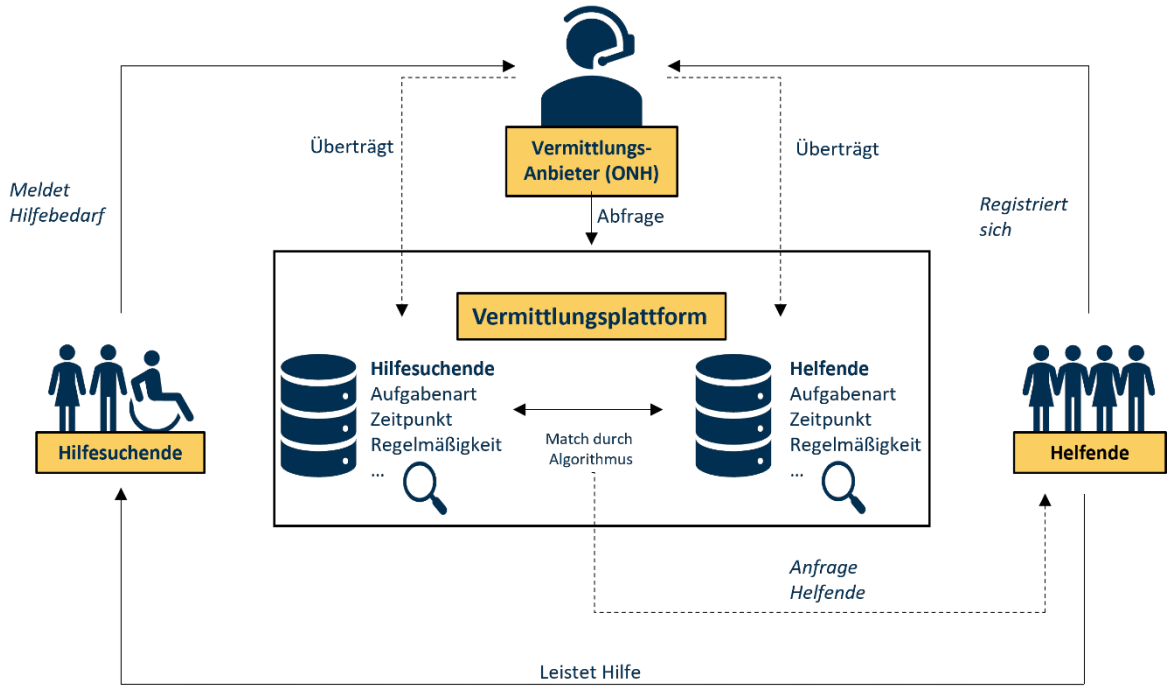
Abbildung [1] Akteurskonstellation der ONH (in Anlehnung an Wilhelm 2023)



Die beforschten Vermittlungsplattformen lassen sich allgemeiner den Hilfevermittlungsangeboten aus dem Bereich der organisierten Nachbarschaftshilfe (ONH), speziell der Nachbarschaftshilfe für ältere Menschen, zuordnen.[4] Im Ansatz der organisierten, von bürgerschaftlichem Engagement getragenen Nachbarschaftshilfe (ONH) werden ehrenamtliche Hilfeleistungen bzw. Hilfeleistungen engagierter Personen durch eine Koordinationsstelle vermittelt (BayFaS 2024).[5] Hilfesuchende Personen, in diesem Fall ältere Menschen mit Unterstützungsbedarf oder ihre Angehörigen, melden ihren Unterstützungsbedarf bei einem Vermittlungsanbieter an. Dieser Vermittlungsanbieter sucht je nach Bedarf der Hilfesuchenden passende freiwillig Helfende und übermittelt das Hilfegesuch. Im Anschluss an diese Vermittlung kann die Unterstützungsleistung für die Hilfesuchenden durch die helfende Person erbracht werden (vgl. Abb. 1).

[4] Der Begriff der Nachbarschaft ist im Kontext dieser Arbeit bewusst weit gefasst und kann je nach Fahrbereitschaft einzelner Helfer:innen ganze Stadtgebiete umfassen.
[5] Der Ansatz der organisierten Nachbarschaftshilfe lässt sich von Communityansätzen abgrenzen, bei denen die eigenständige Vernetzung innerhalb einer Nachbarschaft oder eines Quartiers ermöglicht werden soll (Wilhelm 2023).

Abbildung [2]: Akteurskonstellation ONH mit Vermittlungsplattform



Wenn Vermittlungsplattformen in diesem Vermittlungsprozess genutzt werden, verändert sich dieser Vermittlungsprozess – zunächst vor allem auf Seiten des Vermittlungsanbieters (vgl. Abb. 2). Die Akteurskonstellation, bestehend aus Vermittlungsanbieter, hilfesuchender und helfender Person, bleibt grundlegend gleich. Allerdings wird die Vermittlung durch eine Plattform gestützt. Hilfesuchende und Helfende sind mit Profilen auf der Plattform registriert. In diesen Profilen sind für Hilfesuchende die Hilfebedarfe und Präferenzen wie Zeitpunkt oder Regelmäßigkeit der Hilfeleistungen vermerkt. Zudem finden sich in den Profilen Kontaktdaten der hilfesuchenden Person. In den Profilen der Helfenden sind neben den Kontaktdaten unter anderem auch Präferenzen zur Art der geleisteten Unterstützung, verfügbare Zeitrahmen und Regelmäßigkeit der Einsätze hinterlegt. Erreicht den Vermittlungsanbieter nun eine Unterstützungsanfrage, kann dieser mittels eines Matching-Algorithmus passende Helfendenprofile aus der Datenbank der Plattform anzeigen lassen und diese für die Hilfeleistung anfragen. Der Matching-Algorithmus gleicht hierbei die Hilfesuchendenprofile und die Helfendenprofile anhand festgelegter Kriterien ab und zeigt dem Vermittlungsanbieter die entsprechenden Suchtreffer. Diese Suchtreffer, bzw. die passenden Personen werden entweder automatisch angefragt oder als Vorschlag für den Vermittlungsanbieter angezeigt, sodass auch ausgewählte Personen angefragt werden können. Helfende bekommen dann die Hilfsanfrage per E-Mail, Internetseite, SMS oder Telefonanruf übermittelt. Sobald einer der Helfenden zusagt, wird das Hilfsgesuch für alle anderen Helfenden gelöscht und die Hilfeleistung kann erbracht werden.

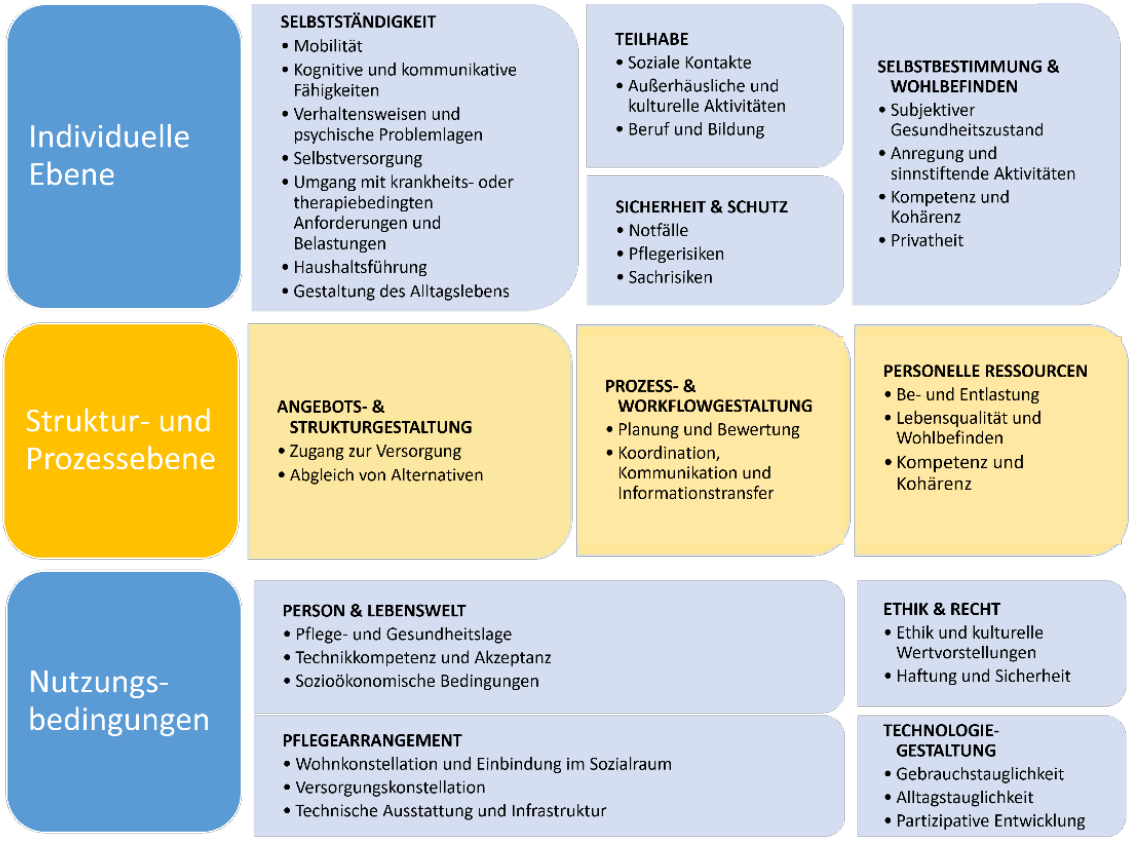
Die vermittelten Hilfeleistungen können – je nach Vermittlungsanbieter und Hilfsanfragen – einmalig oder in unterschiedlicher Regelmäßigkeit erfolgen. Denn einige Hilfevermittlungsangebote vermitteln Personen für regelmäßige Unterstützung und zielen darauf ab, stabile Hilfebeziehungen aufzubauen. Wieder andere vermitteln die Helfenden nur für einmalige, oder mehrmalige – nicht aber regelmäßige – Dienstleistungen.

3.2 Nutzenverständnis

Der Nutzen digitaler Vermittlungsplattformen wird in Anlehnung an das NAAM-Modell von Lutze et al. (2019) beschrieben und an einigen Stellen erweitert, um dem explorativen Charakter des Projekts Rechnung zu tragen. Das NAAM-Modell bietet ein integriertes Modell zur Beurteilung des Nutzens von Assistenztechnologien. Es besticht besonders durch die Integration vieler einzelner Nutzen- und Akzeptanzmodelle (MAST, UTAUT, TAM 3, uvm.) und eine Orientierung am aktuellen Pflegebedürftigkeitsbegriff, weshalb sich der Nutzen auf vielen Dimensionen entfalten kann (Lutze et al. 2019: 31).

Lutze et al begreifen Nutzen als „beabsichtigte Veränderung der Situation […] eines pflegebedürftigen Menschen […] durch den Einsatz einer Assistenztechnologie […]“ (27).[6] Wir erweitern diese Definition mit Blick auf die Forschungsfrage um die Personengruppen der Vermittlungsanbieter und freiwillig Helfenden.

Abbildung [3]: NAAM-Modell (eigene Darstellung), in Anlehnung an (Lutze et al., 2019)



[6] Lutze et al. (2019: 26) definieren einen breiten Korridor für Assistenztechnologien, der auch Informations- und Kommunikationstechnologien umfasst. Insofern lassen sich auch die folgend untersuchten Vermittlungsplattformen den Assistenztechnologien zurechnen.

Das NAAM- Modell unterstellt Nutzen auf drei unterschiedlichen Ebenen: Die individuelle Ebene, die Struktur- und Prozessebene sowie die Ebene der Nutzungsbedingungen. Alternative: Innerhalb dieser Ebenen erfolgt die Darstellung des Nutzens über verschiedene Kategorien und deren jeweilige Dimensionen (vgl. Abb. 3). Wir erweitern diese Betrachtung um eine gesellschaftliche Makro- Dimension, die Lutze et al. zwar initial mitdenken, jedoch zugunsten der Personenzentrierung entfallen lassen (2019, S. 28). Diese Erweiterung erlaubt es auch die Nutzenaspekte jenseits der Perspektive von Vermittlungsanbietern, Helfender und Hilfesuchender in den Untersuchungsfokus einzubeziehen.

Anhand der – im Forschungsstand dargestellten – Nutzenargumente lässt sich der unmittelbare Nutzen von Vermittlungsplattformen zunächst vorwiegend auf der Struktur- und Prozessebene vermuten. Im Bereich der Angebots- und Strukturgestaltung von Vermittlungsplattformen können Transaktionskosten für Vermittlungsanbieter, Helfende und Hilfesuchende gesenkt werden (Hegedüs et al., 2021). Diese zeigen sich für Hilfesuchende in steigender Flexibilität und erhöhtem Komfort (Otto et al., 2017). Als Grundlage hierfür gilt es besonders zu untersuchen, wie Vermittlungsplattformen anhand des Matching-Algorithmus Mehrwert für die Nutzer:innengruppen generieren können (Basu et al., 2019). Ferner lassen sich mit Querbezug zum Forschungsstand auf Ebene der Nutzungsbedingungen (vgl. Abb. 3) einige erfolgskritische Aspekte für Vermittlungsplattformen einordnen. Auf Ebene der Helfenden und Hilfesuchenden muss Digitalkompetenz vorhanden sein (Struzek et al., 2022). Zudem müssen Hilfesuchende aufgrund ihrer Reziprozitätsmotive in der Lage sein, etwas für die Leistung der Helfenden zurückgeben zu können (Stutzmann, 2019; Brendebach & Reimann 2016). Nicht zuletzt ist auch die Qualitätssicherung des Vermittlungsangebots und damit auch der Vermittlungsplattformen für Helfende und Hilfesuchende ausschlaggebend (Hegedüs et al., 2021). Zu dieser Qualitätssicherung zählt auch die Verlässlichkeit und Kontinuität des Vermittlungsangebots (Otto et al., 2017) und die rechtliche Absicherung der Helfenden (Friedman, 2014).

Die Nutzenaspekte auf individueller Ebene – insbesondere für Hilfesuchende und Helfende – sind nicht der Vermittlungsplattform selbst, sondern der vermittelten Hilfeleistung zuzuordnen und werden durch die Untersuchung hybrider Vermittlungsplattformen sichtbar. Hier bietet der Forschungsstand (noch) keine Anhaltspunkte für den Nutzen der verschiedenen Akteure. Im Diskussionskapitel werden die Forschungsergebnisse umfassend mit dem Nutzenmodell, den dargestellten Dimensionen und dem Forschungsstand verknüpft.

4 Methodisches Vorgehen

Wie bereits im Forschungsstand dargestellt, wird zum Phänomen der Hilfevermittlung durch Plattformen im Kontext von Ehrenamt und Engagement kaum empirisch geforscht. Insbesondere die wenigen übertragbaren Befunde bestehender Forschungsarbeiten legen nahe, der Forschungsfrage nach dem Nutzen von Plattformen für Vermittlungsanbieter:innen und deren Nutzer:innencommunities mittels eines explorativen und qualitativen Forschungsdesigns nachzugehen. Aus dem multidimensionalen Nutzenverständnis des NAAM-Modells und den an der plattformgestützten Hilfevermittlung beteiligten Akteure – Vermittlungsanbieter, Hilfesuchende und Helfende – ergibt sich ein mehrstufiges Forschungsverfahren, das folgend dargestellt wird. Wie in anderen qualitativen methodologischen Perspektiven liegt dem hier gewählten Forschungsverfahren eine *„iterativ-zyklische Prozesslogik“* (Strübing et al., 2018, S. 85; Herv. i. O.) zugrunde. Diese zeigte sich vor allem in den fortwährenden Anpassungen der teiloffenen Interviewleitfäden sowie den theoriegeleiteten Nachrekrutierungen von Interviewpartner:innen. Im Sinne einer besseren Lesbarkeit und Verständlichkeit wurde eine stringentere textliche Darstellungsform gewählt.

Für die Studie liegt ein positives Votum der GEHBa unter dem Aktenzeichen GEHBA-202209-V-077-P vor (vgl. Anhang).

4.1 Samplingstrategie und Feldzugang

Ausgangspunkt für die Festlegung einer Samplingstrategie war eine Marktrecherche zu digitalen Plattformen zur Hilfevermittlung. Zu den Einschlusskriterien der Recherche gehörten ältere und pflegebedürftige Menschen bzw. deren Angehörige als Zielgruppe der Hilfevermittlung, die Vermittlung freiwillig engagierter Helfender und die Tätigkeit im DACH-Raum. Professionelle *Gig-Workplattformen*, die examinierte Pflegefachkräfte oder professionelle Haushaltshilfen und Betreuungspersonal an Personen mit Hilfebedarf vermitteln, wurden ausgeschlossen.

Auf Grundlage dieser Liste wurden in einem zweistufigen Samplingverfahren – in Anlehnung an das theoretical Sampling der Grounded Theory (Corbin & Strauss, 1990) – die Interviewpartner:innen ausgewählt. Im ersten Schritt wurde aus der Rechercheliste ein etablierter Anbieter mit Vermittlungsplattform ausgewählt. Ausgehend von diesem Anbieter wurden anschließend durch minimale und maximale Kontrastierung weitere Vermittlungsanbieter ausgewählt. Die Kontrastierung der Vermittlungsanbieter erfolgte anhand der Nutzung einer digitalen Vermittlungsplattform, der Reichweite des Vermittlungsangebots sowie der Organisationsform.

Tabelle [1]: *Anbietersample*

	A1	A2	A3	A4
Organisationsform	Eingetragener Verein	Eingetragene Genossenschaft	Kommunales Angebot	Eingetragener Verein
Reichweite[7]	Gr. Großstadt (>1 Mio. EW)	Kl. Großstadt (250.000 EW)	Gr. Mittelstadt (75.000 EW)	Kl. Kleinstadt (9.000 EW)
Auftragsvolumen	Ca. 800 Aufträge im Monat	Ca. 200 Aufträge im Monat	Ca. 15-30 aktive Hilfebeziehungen im Monat, mit unregelmäßigen Aufträgen	Ca. 100 Aufträge im Jahr
Digitale Plattform	Ja (mit Mobil-App und Internetclient für Helfende)		Nein (vorwiegend über Telefon und Kontaktlisten)	

Ausgehend vom Anbieter A1 wurde der Anbieter A2 als minimaler Kontrast rekrutiert. Dieser Anbieter nutzte zum Zeitpunkt der Erstbefragung die gleiche Plattformlösung, jedoch gemessen an der Einwohnerzahl mit etwas reduzierter regionaler Reichweite. Als maximale Kontraste wurden die Anbieter A3 und A4 ausgewählt. Diese nutzten keine Plattform zur Hilfevermittlung, sondern Kontaktlisten und Telefon. Der Anbieter A4 begann im Studienverlauf zusätzlich mit der Vermittlung über eine vereinsinterne WhatsApp-Gruppe.

Das Anbietersampling bildet unterschiedliche Formalisierungsgrade der Vermittlungsangebote ab, denn A1 und A2 besitzen eine Anerkennung nach §45 SGB XI, während die Anbieter A3 und A4 keine Anerkennung vorzuweisen hatten. Im Anschluss an die schrittweise Kontaktaufnahme mit den Vermittlungsanbietern wurden diese nacheinander interviewt.

Im zweiten Schritt der Samplingstrategie, wurden mit Unterstützung der Vermittlungsanbieter Mitglieder der jeweiligen Nutzer:innencommunity zur Befragung kontaktiert. Die Nutzer:innencommunity des Anbieters A3 konnte nicht befragt werden, da seitens des Anbieters keine ausreichenden Kapazitäten vorhanden waren, um für weitere Befragungen als Multiplikator im Feldzugang zu unterstützen. Gegliedert nach Akteursgruppe galten folgende Samplingkriterien:

- Hilfesuchende: Inanspruchnahme von Unterstützung durch den Anbieter, Pflegebedürftigkeit oder Angehörige:r der pflegebedürftigen Person, Alter der pflegebedürftigen Person über 60 Jahre, deutschsprachig, ohne kognitive Einschränkungen (vgl. Tab. 4)
- Helfende: Volljährig, beim Anbieter engagiert, deutschsprachig, ohne kognitive Einschränkung, (Nicht-) Nutzung der digitalen Plattform (vgl. Tab. 3)

[7] Die Eingruppierung erfolgt anhand der Klassifikation des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR, 2024).

Aufgrund datenschutzrechtlicher Einschränkungen und der unterschiedlichen Voraussetzungen der Anbieter A1, A2 und A4, mussten jeweils unterschiedliche Vorgehensweisen zur Rekrutierung der Interviewpartner:innen gewählt werden. Die Kontaktanfragen wurden je nach Möglichkeit der Anbieter, mit ihren Helfenden in Kontakt zu treten, geplant. Anbieter A1 erhielt jeweils 100 vorgepackte Umschläge für Helfende und Hilfesuchende durch die Forschenden, denen er ein Schreiben mit der Bitte um Teilnahme an der Studie beilegte. Die vorfrankierten Umschläge wurden dann durch den Anbieter versandt, da es seitens des Anbieters nur wenige direkte Kontaktpunkte zur Nutzer:innencommunity für eine unmittelbare Rekrutierung gab. Die Anbieter A2 und A4 erhielten jeweils 30 vorbereitete Umschläge und verteilten diese persönlich an Helfende und Hilfesuchende mit der Bitte um Studienteilnahme.

Die Umschläge enthielten Informationen zur Studie, ein Kontaktdatenformular, Datenschutzerklärungen und einen frankierten Rücksendeumschlag. Bei Interesse an der Studienteilnahme konnten die Personen das ausgefüllte Kontaktformular und die unterschriebenen Unterlagen zum Datenschutz an das Forschendenteam zurücksenden. Jenseits des postalischen Weges gab es auch die Möglichkeit, sich über ein Online-Kontaktformular zu registrieren und das Einverständnis zur Aufnahme und Verarbeitung der Daten auf diesem Weg abzugeben. Zum überwiegenden Teil wählten die Interviewpartner:innen den postalischen Weg der Kontaktaufnahme. Von 35 Anmeldungen zur Studie erfolgten nur acht über das Online-Formular.

Die in Tabelle 2 aufgeführten Interviewzahlen stellen das realisierte Sample der Studie mit einer Interviewzahl von n=24 dar. Die vergleichsweise niedrigen Interviewzahlen der Nutzer:innencommunities spiegeln die Rekrutierungsschwierigkeiten im Forschungsprozess wider. Besonders Hilfesuchende erwiesen sich als schwer erreichbar, sodass hier keine theoretische Sättigung vorliegt.

Tabelle [2]: *Samplingübersicht mit Interviewzahlen zu Vermittlungsanbietern und Nutzer:innencommunities*

Anbieter A1: 1		Anbieter A2: 2		Anbieter A3: 1		Anbieter A4: 1	
Helfende	Hilfesuchende	Helfende	Hilfesuchende	Helfende	Hilfesuchende	Helfende	Hilfesuchende
4	3	4	3	-	-	3	2

Die Datenerhebung erfolgte größtenteils zwischen Februar und Juni 2023. Interviews mit Hilfesuchenden des Anbieters A2 und Interviews mit Helfenden sowie Hilfesuchenden des Anbieters A4 konnten hingegen erst im Zeitraum zwischen Juli bis Dezember 2023 realisiert werden. Die Gründe hierfür waren neben Zustellfehlern seitens des Postdienstleisters der schwierige Zugang zu den Proband:innen und der geringe Rücklauf durch die kontaktierten

Personen. Die befragten Personen erhielten für die Teilnahme am Interview eine Aufwandsentschädigung in Höhe von 20 Euro. Das Bayerische Zentrum Pflege Digital verfolgt mit der Studie keine kommerziellen Zwecke.

4.2 Datenerhebung

Die Erhebung der Daten erfolgte aufgrund der gewählten Samplingstrategie in zwei Phasen: Erstens die Befragung der Vermittlungsanbieter und zweitens die Befragung der jeweiligen Nutzer:innencommunities, bestehend aus freiwilligen Helfenden und Hilfesuchenden. Für die Befragung dieser Gruppen wurden jeweils qualitative, leitfadengestützte Interviews geführt. Die Erhebungsinstrumente ermöglichten einerseits eine gewisse Vergleichbarkeit und Strukturiertheit der Interviews und des generierten Datenmaterials und boten durch die Offenheit der Fragen einen Einblick in die subjektiven Perspektiven der befragten Personen (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021). Der Leitfaden diente in den Interviews als Orientierungsrahmen, der theoretische Vorannahmen für den Untersuchungsbereich berücksichtigt, gleichzeitig aber den Erfahrungen und Sinnzusammenhängen der Interviewpartner:innen Vorrang gibt, ohne in die „Leitfadenbürokratie“ (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021, S. 169) zu verfallen. Das bedeutet, die Gesprächsführung orientiert sich an den Äußerungen der Befragten und nicht an der Struktur des Interviewleitfadens, was eine natürlichere Interviewsituation ermöglicht.

Zur Erstellung der Interviewleitfäden bot das „SPSS-Prinzip“ Orientierung (Helfferich, 2011, S. 182 – 185). Entsprechend wurden alle Fragen an die jeweilige Befragtengruppe zunächst gesammelt, kritisch überarbeitet, sortiert und in thematischen Blöcken subsumiert. So konnten insbesondere Vorannahmen der Forschenden in den Fragestellungen identifiziert und reflektiert werden.

Von einem festen Set zentraler, in allen Interviews anzusteuernder Themenblöcke (z.B. Persönliche Situation der befragten Person, Nutzen der Hilfevermittlung und Zugang zur Hilfevermittlung) wurde für jede Probandengruppe ein angepasster Leitfaden erstellt. Die Leitfäden wurden im Verlauf der Forschung an einigen Stellen nachjustiert, insbesondere wenn sich Fragen als stark erklärungsbedürftig erwiesen.

Die Leitfäden für die Vermittlungsanbieter wurden in Frageblöcke zu den Themen Funktionsweise des Vermittlungsangebots, Nutzer:innen und Nutzung des Vermittlungsangebots, Nutzen des Digitalen in der Vermittlung und Geschäftsmodell der Vermittlung unterteilt. Die hier gewonnen Erkenntnisse flossen nach der ersten Auswertungsrunde in die Konstruktion der Leitfäden für die Nutzer:innencommunities ein. In den Leitfäden für die Nutzenden wurden jeweils Fragen zur Lebenssituation, zur Inanspruchnahme der Vermittlung und zum Nutzen der Vermittlung und dem Nutzen des Digitalen bei der Vermittlung aufgegriffen.

Die Interviews wurden je nach Präferenz der Interviewpartner:innen entweder per Videokonferenztool, per Telefon oder in Präsenz durchgeführt. Diese Auswahl des Interviewsettings sollte den Befragten einerseits erlauben, schwierige Themen in einem für sie angenehmen Umfeld anzusprechen und andererseits den Aufwand für pflegende Angehörige oder anderweitig belastete Personen möglichst geringhalten (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021). Die Interviews mit den Anbietern A1 und A2 erfolgten per Zoom, während die Interviews mit den Anbietern A3 und A4 in Präsenz in den Räumlichkeiten der Befragten stattfanden. Die Gespräche dauerten jeweils circa 90 Minuten. Die Mehrzahl der Interviews mit den Nutzer:innencommunities wurden per Telefon, oder Videokonferenz durchgeführt, mit Ausnahme der Hilfesuchenden des Anbieters A4, die ein Interview in ihrer eigenen Häuslichkeit bevorzugten. Ein Interview wurde in den Räumen der Hochschule Kempten durchgeführt. Die Interviews mit den Nutzenden dauerten zwischen 15 und 55 Minuten, wobei der Durchschnitt bei 45 Minuten lag. Das 15-minütige Interview stellt einen Ausreißer dar, da die befragte Person nur einmal Hilfe in Anspruch genommen hatte und deshalb viele Fragen nicht beantworten konnte.

Ergänzend zur Erhebung von Interviewdaten wurden die Internetseiten der Anbieter in die Erhebung einbezogen. Zur Fragestellung passende Abschnitte der Internetseiten wurden kopiert, wobei Bilder, Logos und Eigennamen geschwärzt wurden, um einen Rückschluss auf die jeweiligen Anbieter und deren Mitarbeitenden auszuschließen. Die pseudonymisierten Daten der Internetauftritte der Anbieter wurden anschließend in Textdokumente überführt, um sie der Weiterverarbeitung zugänglich zu machen.

4.3 Datenaufbereitung

Die relevanten Abschnitte der Internetseiten der Anbieter wurden entsprechend der bereits geschilderten Vorgehensweise in eigene Texte überführt und in eine MAXQDA-Projektdatei integriert. Die Interviews wurden je nach Interviewsituation mit einem Aufnahmegerät oder mittels der Software OBS-Studio aufgezeichnet. Die Aufzeichnungen wurden dann in MP3-Dateien umgewandelt und an einen Transkriptionsanbieter weitergeleitet. Die Transkription erfolgte anhand der inhaltlich-semantischen Transkription nach Drehsing und Pehl (2018). Die transkribierten Interviews wurden anschließend pseudonymisiert und ebenfalls in die MAXQDA-Projektdatei integriert.

4.4 Datenauswertung

Die Auswertung erfolgte in Form einer inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2018). Dieses Vorgehen erlaubt in der systematischen Auswertung von Textdateien zum einen, unterschiedliche textbasierte Datensorten zu verarbeiten, zum anderen erlaubt es eine Kombination induktiver und deduktiver Kategorienbildung. Dadurch wird ermöglicht, sowohl deduktiv Kategorien ex ante aus bestehender Forschung zu bilden,

also theoriegeleitet vorzugehen, als auch im Sinne der Induktion und Theoriebildung offen für neue Muster und Sinnzusammenhänge in den Daten zu bleiben.

Ausgehend von der Forschungsfrage, unterscheidet die inhaltlich strukturierende Inhaltsanalyse zwischen sieben Phasen der Analyse. Diese Phasen werden theoretisch nacheinander durchlaufen, wobei in der Praxis ein Wechseln zwischen den Phasen üblich ist (Kuckartz, 2018, S. 100). Vor Beginn der Auswertung wurden die Interviewtranskripte in ein MAXQDA-Projekt überführt und gemäß ihrer Dokumentgruppe geordnet (Anbieter, Helfende, Hilfesuchende). Der nachfolgend illustrierte Prozess wurde jeweils für die Dokumentengruppen wiederholt. Phase 1 und 2, also die Texterschließung und die Entwicklung von Hauptkategorien, konnten zunächst übersprungen werden, da sich die Oberkategorien *Nutzen des Digitalen*, *Nutzen der Vermittlung* und *Nutzungsweise der Vermittlung* bereits in Teilen aus den Frageblöcken der Interviewleitfäden ableiten ließen. Anschließend wurde in Phase 3 das gesamte, zum Start der Auswertung verfügbare Interviewmaterial codiert. Die codierten Stellen wurden in Phase 4 zusammengestellt, um anschließend in Phase 5 induktive Subkategorien an diesen Textstellen zu entwickeln und die Ober- und Unterkategorien in einen Codierleitfaden zu überführen.

Die Codierleitfäden wurden zudem einer Prüfung der Zwischencoderübereinstimmung unterzogen. Hierfür wurden die Funktionen *Dokumenten-Vergleichsdiagramm*, sowie die *Zwischencoderübereinstimmung* auf den Ebenen *Vorhandensein* und *Häufigkeit* der Codes in Dokumenten verwendet – auf eine Berechnung der Übereinstimmungskoeffizienten wurde nach zufriedenstellenden Codierergebnissen verzichtet.[8] Aufgrund der testweisen Codierungen konnte das Codesystem in den Beschreibungen der Codes, der Abgrenzung der Codes untereinander und den Ankerbeispielen überarbeitet und eine zufriedenstellende Übereinstimmung des Forschendenteams erreicht werden. In Phase 6 wurde das Material nochmals mit dem ausdifferenzierten Kategoriensystem codiert. Diese Phasen wurden sukzessive auch für die Dokumentengruppen der Helfenden- und Hilfesuchendeninterviews durchgeführt. Hier erwies sich die Reihenfolge der Befragung der Personengruppen als zielführend, da sich aus den Anbieterbefragungen bereits viele Kategorien für die Befragung der Nutzenden ableiten ließen.

Das gesamte Material wurde anschließend codiert, verdichtet und ausgewertet. In mehreren Auswertungsworkshops wurde dann versucht, die Codes durch Ober- und

[8] In der qualitativen Inhaltsanalyse werden teils Übereinstimmungskoeffizienten berechnet, die die exakte Übereinstimmung der Coder in ihren Codierergebnissen messen. Diese Berechnungen sind teils noch Überbleibsel der quantitativen Textanalyse (Kuckartz, 2018, S. 210-216). Im Verlauf der Übereinstimmungstestungen zeigte sich, dass die verbleibende Varianz zwischen den Forschenden vor allem der Länge codierter Passagen geschuldet war: Einige Forschende markierten einen großen Abschnitt, während andere zwei oder drei kürzere Abschnitte codierten. In Summe zeigte sich jedoch, dass die relevanten Passagen zuverlässig codiert waren, sodass auf die Herstellung weiterer Übereinstimmung verzichtet wurde.

Untercodes in Relation zu setzen. Im praktischen Arbeiten und dem vergleichenden Arbeiten am und mit dem Datenmaterial konnten einige der Codes zusammengefasst und neue induktive Hauptkategorien gebildet werden. Dieser iterativ-zyklische Prozess entwickelte die langsam entstehende Theorie sukzessive weiter und veränderte die Perspektive der Forschenden auf das Material (Strübing, 2014, S. 46-50). Bei der Gesamtsichtung des codierten Materials zeigte sich, dass ein Teil des Codiersystems stärker zusammengefasst werden konnte. Auch konnten neue Unterkategorien gebildet werden. Beispielsweise entstanden Codes für Serviceleistungen der Anbieter, die sich unter kommoditätsfördernden Faktoren zusammenfassen ließen. Zudem wurde die spezielle Qualität der Hilfebeziehungen, jenseits der instrumentellen Hilfeleistungen, als induktiver Code in das Codiersystem übernommen.

Nach der Codierung und Verdichtung erfolgte die Analyse des Materials mit Fokus auf Datenmaterialgruppen. Gruppe 1 umfasste die Anbieter A1 und A2, sowie ihre Communities und bildete den minimalen Kontrast. Hier wurden zunächst Nutzenaspekte des Anbieters A1 mit seiner Nutzer:innencommunities (bestehend aus freiwilligen Helfenden und den hilfesuchenden Klient:innen) verglichen. Analog wurde der Vergleich für den Anbieter A2 und seine Community angefertigt. Die Analyseergebnisse wurden anschließend miteinander verglichen und in Text überführt. In gleicher Vorgehensweise wie in Gruppe 1 wurde in Gruppe 2 der Anbieter A4 und seine Nutzer:innencommunity als maximaler Kontrast herangezogen. Auf Anbieterebene konnte zusätzlich das Interview mit dem Anbieter A3 in den Vergleich miteinbezogen werden. Abschließend wurden die beiden Gruppen miteinander verglichen.

5 Anbieterporträts

Das Kapitel beschreibt zunächst die befragten Vermittlungsanbieter in Form eines kurzen Porträts. Der Schwerpunkt der Darstellung liegt auf der Funktionsweise der Vermittlung, jeweils für den Vermittlungsanbieter, Helfende und Hilfesuchende. Zudem werden besondere Eigenschaften der Vermittlungsanbieter, etwa die Angebotsphilosophie und die Kostenstruktur der Vermittlungsangebote miteinbezogen, die für ein Verständnis der Ergebnisse in Kapitel 6 hilfreich sind.

5.1. Anbieter A1

Der Nachbarschaftshilfeverein des Anbieters A1 ist in einer deutschen Großstadt mit über einer Millionen Einwohner:innen ansässig und deckt nahezu das gesamte Stadtgebiet mit seinem Vermittlungsangebot ab. Der Verein verfügt über ca. 10 Mitarbeitende, davon 6 im Kernteam der Vermittlungs- und Betreuungsarbeit. Der Verein ist als Alltagshilfe bei der Pflegekasse registriert und zur Abrechnung nach §45a SGB XI berechtigt. Der Anbieter setzt gemäß gesetzlicher Rahmung auf verlässliche und dauerhaft bestehende Hilfsbeziehungen, kann jedoch auch für einmalige Hilfsgesuche angefragt werden. Die

Hilfeleistungen werden Großteils durch die Pflegekasse finanziert, eine private Finanzierung der Hilfeleistungen ist möglich, stellt jedoch die Ausnahme dar (A1). Teils leisten Hilfesuchende allerdings Zuzahlungen um mehr Unterstützung in Anspruch nehmen zu können (A1_HI_1,2,3). Das Vermittlungsangebot soll mittels digitaler Plattform mit App- und Internetschnittstelle einen Beitrag zur schnellen Versorgung und der Arbeitsteilung von Pflegefach- und Laienkräften bei der Versorgung älterer pflegebedürftiger Menschen leisten. Der Gründer des Vermittlungsangebots arbeitete früher in der Logistikbranche. Aufgrund seiner Erfahrung und Expertise aus dieser Branche ist es sein persönliches Ziel, auch die Vermittlung von Alltagshilfeprozessen und -abläufen mithilfe technologischer Mittel effizienter zu gestalten (A1). Hierfür wurde eigens eine Firma gegründet, die die Plattform programmiert, wartet und dem Anbieter A1 sowie anderen kostenpflichtig zur Verfügung stellt.

Bei A1 werden hilfsbereite Einzelpersonen sowohl über konventionelle Marketingmaßnahmen wie Infostände oder Presseinserate als auch über Online-Marketing angeworben. Das Marketing wird teils auch ortsspezifisch genutzt, um die Abdeckung in einzelnen Stadtteilen zu gewährleisten. Potenzielle Helfende können sich bereits über die Internetseite des Anbieters mit Stammdaten und individuellen Präferenzen wie bevorzugten Tätigkeiten, maximaler Entfernung zu Einsätzen, gewünschter Stundenanzahl und weiteren Angaben registrieren. In einem Vorstellungsgespräch werden die Helfenden im face-to-face-Kontakt auf ihre Eignung für das Engagement überprüft und ein Führungszeugnis beantragt. Ausschlussgründe für eine Aufnahme als Helfer:in sind ein ungepflegtes Äußeres, Eintragungen im Führungszeugnis, die Mitgliedschaft in einer missionierenden Sekte oder Religionsgemeinschaft, sowie die allgemeine Nicht-Passung zur Philosophie des Vereins. Anschließend erhalten Helfende eine Schulung zum Alltagsbegleiter gemäß §45a SGB XI. Erst dann werden sie auf der Plattform für eingehende Hilfeanfragen freigeschalten (A1, A1_Website).

Hilfesuchende erreichen den Anbieter meist per Telefon, hier werden zunächst grobe Stammdaten, eine Kurzbeschreibung der hilfesuchenden Person sowie Unterstützungsbedarfe und Zeitfenster erfasst und in die Plattform übertragen. Bei einem ersten Kennenlernen erfolgt zudem eine umfassende Beratung durch Pflegepersonal, welches ggfs. auch bei der Beantragung zusätzlicher Leistungen hilft. Anschließend wird ein Hilfegesuch gestellt (A1, A1_Website).

Der Matchingalgorithmus gleicht die Helfendendatenbank mit dem Hilfegesuch ab und schickt automatisch Anfragen per App, E-Mail, Internet-Portal oder SMS an die Helfenden. Beantwortet eine Person die Anfrage positiv, wird die Anfrage aus den offenen Hilfsgesuchen entfernt und die Koordinationsstelle erhält eine Benachrichtigung. Der Erstkontakt zwischen helfender und hilfesuchender Person wird dann durch eine:n

Koordinator:in persönlich und vor Ort im face-to-face-Kontakt begleitet. Erst wenn helfende und hilfesuchende Person nach dem Kennenlerngespräch beide in die Hilfebeziehung einwilligen, kommt die Hilfeleistung respektive der Auftrag zustande. Dieser begleitete Erstkontakt findet jeweils pro neu angebahnter Hilfebeziehung statt (A1).

Der Anbieter berechnet Hilfesuchenden 25 Euro pro Stunde Hilfeleistung, davon gehen 8 Euro als Aufwandsentschädigung direkt an die Helfenden, der Rest des Betrags finanziert die Beratungsstelle sowie das Begleit- und Schulungsangebot für Helfende und Hilfesuchende des Vereins. Für 125 Euro Entlastungsbetrag nach §45a SGB XI erhalten Hilfesuchende hier 5 Stunden Unterstützung. Um die Vermittlungsarbeit zu finanzieren, zahlen die Hilfesuchenden zusätzlich jährlich 50 Euro Mitgliedschaftsbeitrag für den Verein (A1, A1_Website, A1_EA_2).

5.2 Anbieter A2

Die Nachbarschaftshilfe des Anbieters A2 ist in einer kleineren Großstadt mit ca. 250.000 Einwohnern ansässig. Das Angebot deckt mit seinen 6 Mitarbeitenden das Stadtzentrum und einen Teil des Umlands ab. Das Vermittlungsangebot ist als Alltagshilfe bei der Pflegekasse registriert und zur Abrechnung nach §45a SGB XI berechtigt. Der Anbieter nutzte zum Zeitpunkt der Befragung die Plattformtechnologie von Anbieter A1 als Lizenznehmer, wechselte aber im Laufe des Forschungsprojekts zu einer selbst bei einem Programmierer in Auftrag gegebenen Plattform mit ähnlichen Funktionen. Ähnlich wie bei Anbieter A1 setzt auch Anbieter A2 auf dauerhafte Hilfebeziehungen zwischen Helfenden und Hilfesuchenden, wobei auch einzelne Einsätze möglich sind (A1_I1,2).

Der geschäftsführende Vorstand der Genossenschaft ist ein Gegner der Vermarktlichung von Pflege und setzt deshalb auf ein genossenschaftlich getragenes Hilfevermittlungsangebot. Das genossenschaftliche Hilfevermittlungsangebot sieht er als einen Baustein der Vision einer „Vollgenossenschaft“ (A2_I1), die sich solidarisch um Nahrung, Wohnraum und Hilfestruktur ihrer Mitglieder kümmert.

Helfende werden in der Regel über Inserate in der Zeitung, auf Ebay-Kleinanzeigen oder über das Jobcenter auf das Vermittlungsangebot aufmerksam. Interessierte können sich auf der Vermittlungsplattform ein Profil erstellen, werden allerdings erst nach einem persönlichen Kennenlerngespräch mit dem Anbieter, das im direkten und persönlichen Kontakt oder per Telefon stattfinden kann, auf der Plattform freigeschalten. Alternativ können Interessierte den Anbieter auch per E-Mail, per Telefon oder in der Geschäftsstelle kontaktieren und ihre Stammdaten, bevorzugte Tätigkeiten, maximale Entfernung zum Einsatzort, gewünschte Stundenanzahl und anderes mehr durch Mitarbeitende des Anbieters in ein Profil auf der Plattform überführen lassen. Wie bei Anbieter A1 wird auch bei diesem Anbieter nach einem positiven Kennenlerngespräch ein Führungszeugnis für Einsatzwillige beantragt. Neben Eintragungen im Führungszeugnis ist bei dem Anbieter

primär die Praxis der Hilfebeziehungen ein Ausschlussgrund. In einem eher sozialarbeiterischen Ansatz, setzt der Anbieter auf die Passung der Helfenden zu den Hilfesuchenden. Bei Beschwerden durch die Hilfesuchenden werden Helfende vom Angebot ausgeschlossen. Eine Schulung zum Alltagsbegleitenden nach §45a SGB XI müssen die Helfenden binnen eines Jahres durchlaufen (A1_I1,2).

Hilfesuchende erreichen den Anbieter vor allem durch Hinweise von Krankenkassen oder anderen Beratungsstellen und melden sich meist per Telefon, in manchen Fällen auch per E-Mail, Internetseiten-Formular oder direkt über das Vermittlungsportal. Nach einem ersten Kennenlernen per Telefon oder in Co-Präsenz wird das Profil freigeschaltet. Ein Matchingalgorithmus gleicht die Hilfegesuche mit den Profilangaben der Helfenden ab und sendet Vorschläge an die koordinierenden Mitarbeitenden des Anbieters, welche die Vermittlungsvorschläge persönlich prüfen. Bei Bedarf werden die, durch den Algorithmus erstellten, Vorschläge durch eigene ergänzt oder ersetzt. Etwa dann, wenn bereits spezifisches Fallwissen der Koordinator:innen zur jeweiligen Anfrage besteht, dass es ermöglicht, das Matching noch passender oder gezielter zur jeweiligen Anfrage zu gestalten. Zum Beispiel, indem Koordinator:innen sich an bestimmte Helfende erinnerten, die besonders geeignet erscheinen. Die Hilfeanfragen erreichen die Helfenden per App, E-Mail, SMS oder direkt über das portal. Bei positiver Antwort durch einen Helfenden kontaktiert dieser direkt die hilfesuchende Person. Im Falle eines Erstkontakts findet dieser zunächst unbegleitet statt. Im Nachgang zu diesem ersten Kennenlernen befragt der Anbieter jedoch beide Personen telefonisch, ob der hergestellte Kontakt als passend empfunden wurde und ausreichend Sympathie besteht. Erst im Anschluss finden Hilfeleistungen statt (A2_I1, A2_Website).

Der Anbieter A2 setzt auf ein Bezahlmodell, das den Helfenden einen möglichst hohen Stundensatz ermöglicht. Hilfesuchende zahlen pro Stunde Hilfeleistung 20,80 Euro, davon erhalten Helfende 13,50 Euro als Aufwandsentschädigung. Der Vermittlungsanbieter erhält 7,30 Euro. Der überwiegende Anteil der Hilfesuchenden finanziert diese Unterstützungsleistungen aus dem Entlastungsbetrag der Pflegekasse. Zusätzliche Hilfe gegen private Zuzahlungen sind grundsätzlich auch möglich (A2_I1, I2).

5.3 Anbieter A3

Die Nachbarschaftshilfe des Anbieters A3 ist ein kommunales Hilfevermittlungsangebot mit zwei Mitarbeitenden in einer großen Mittelstadt mit ca. 75.000 Einwohnern. Die Stadt ist Mittelpunkt der umliegenden Gemeinden und verfügt über Quartiersbüros in den einzelnen Stadtteilen. Das kommunale Angebot vermittelt informelle Alltagshilfen, wie Einkaufshilfen, kleine Reparaturen, Gartenarbeit oder gemeinsame Spaziergänge im Geist dörflich-nachbarschaftlicher Hilfestrukturen. Ausgeschlossen bleiben Handwerksleistungen und professionelle Leistungen aus dem medizinischen und pflegerischen Bereich. Zielgruppe

des Angebots sind ältere Menschen mitnicht-formalisiertem Pflegebedarf. Das Angebot versucht größtenteils feste Hilfsbeziehungen zu stiften, in denen aber nur unregelmäßig Hilfe geleistet werden darf (A3).

Potenzielle Helfende werden in einem persönlichen Gespräch auf die Eignung für das Engagement geprüft. Ausschlussgründe können beispielsweise ein ungepflegtes Äußeres sein oder psychische Auffälligkeiten, die im Rahmen von Hilfebeziehungen zu der vulnerablen Zielgruppe des Angebots problematisch erscheinen. Ein Führungszeugnis oder andere Sicherheitsmechanismen sind hier nicht vorgesehen. Die Helfenden durchlaufen auch keine Schulung, können aber an Fortbildungsangeboten teilnehmen (A3).

Hilfesuchende können sich telefonisch bei Seniorenbeauftragten der Kommune oder in den Geschäftsstellen der Quartiere melden. Die Hilfsgesuche werden in eine Excel-Liste eingetragen und mit der Liste von hilfewilligen Personen anhand deren jeweiligen Verfügbarkeiten und Kompetenzprofilen (z.B. der Eignung für bestimmte Tätigkeiten) abgeglichen. Bei einem Treffer in der Excelliste wird der Erstkontakt durch eine Mitarbeiterin der Hilfevermittlung vor Ort begleitet, um eine persönliche Passung zwischen Helfenden und Hilfesuchenden sicherzustellen. Pro Stunde zahlen Hilfesuchende 5 Euro an die Nachbarschaftshilfe, die als Aufwandsentschädigung an die Helfenden weitergegeben werden. Die vermittelten Hilfeleistungen sollen insbesondere für einkommensschwache ältere Menschen bezahlbar sein, die keinen Zugriff auf den Entlastungsbetrag der Pflegekasse haben. Deshalb vermittelt der Anbieter keine Hilfe an Personen, die sich professionelle Hilfe leisten können. Die Einschätzung der Bedürftigkeit erfolgt aufgrund subjektiver Einschätzung (A3).

5.4 Anbieter A4

Anbieter A4 ist ein eingetragener Verein, der Nachbarschaftshilfe im Gebiet einer Kleinstadt mit ca. 9000 Einwohnern organisiert. Zum stark zersiedelten Verwaltungsgebiet gehören neben mehreren eingemeindeten Dörfern auch zahlreiche, teils abgeschieden liegende Weiler. Die Hilfevermittlung wird durch ein Team von 2-3 engagierten Mitarbeitenden geleistet. Die befragten Vorstände sehen ihren Verein als Teil der sozialen Daseinsvorsorge in der Gemeinde und als Beitrag zur lokalen Gemeinschaft, der insbesondere hilfsbedürftigen älteren Menschen gilt (A4). Der Verein verfolgt einen generationenübergreifenden Ansatz: Jüngere Menschen sollen den Älteren helfen, um später selbst Hilfe zu erhalten – allerdings ohne auf Zeitkontenmodelle zu setzen. Insofern ist der Verein für die Anbieter Teil der „persönlichen Altersvorsorge“ (A4, Z. 27). Aufgrund rechtlicher Vorgaben setzt der Verein auf unregelmäßige Hilfeleistungen, die zwar teils von denselben Personen ausgeführt werden, allerdings nicht als dauerhafte Unterstützung gedacht sind (A4).

Diese Nachbarschaftshilfe gewinnt Helfende überwiegend durch persönliche Ansprache und Weiterempfehlungen innerhalb der Gemeinde – formelle Kriterien wie Führungszeugnisse oder Schulungen werden nicht verlangt bzw. angeboten. Allerdings werden die Helfenden Mitglieder des Vereins, um Versicherungen und Vereinsarbeit zu finanzieren (A4). Auch nennt der Anbieter keine formellen Ausschlusskriterien für Helfende, gleichwohl wird auf die Bekanntschaft als Kontrollmechanismus innerhalb der Gemeinde gesetzt und erklärt „Man kennt sich weitgehend in der Gemeinde“ (A4, Z. 249f).

Hilfesuchende melden sich meist telefonisch über eine Telefonnummer des Vereins. Hilfegesuche werden in einer Excel-Liste notiert und mit einer Excel-Liste verfügbarer Helfenden abgeglichen. Die Auswahl erfolgt anhand der räumlichen Nähe zwischen Einsatzort und Anschrift der Hilfepersonen sowie der passenden Aufgabe. Einerseits, um den Aufwand für Helfende zu senken, andererseits, um soziale Bindungen im Sozialraum vor Ort zu fördern. Helfende, die in Frage kommen, werden durch die Koordinationsstelle persönlich angefragt. Lehnt die angefragte Person ab, wird die nächste kontaktiert. Kann eine passende Person ermittelt werden, kontaktiert diese im Anschluss selbst die hilfesuchende Person und nach einer kurzen telefonischen Vorstellung des Helfers erfolgt die Terminvereinbarung und die Leistungserbringung. Hilfesuchende zahlen pro Stunde 10 Euro, wovon 7,50 Euro an den Helfenden und 2,50 Euro an den Verein gehen (A4).

Zum Ende des Projekts änderte die Nachbarschaftshilfe den Vermittlungsprozess und führte den Messengerdienst WhatsApp ein. Hilfeanfragen erreichen den Verein weiterhin telefonisch, allerdings werden Hilfegesuche seitdem von der Koordinatorin des Vereins in eine WhatsApp-Gruppe eingestellt, um passende Helfende zu finden: „[D]ann geht es nach dem Windhundprinzip, wer zuerst kommt, mahlt zuerst“ (A4_EA_2, Z. 185f). Die Anfragen werden durch die Koordinatorin und den Vorstand über die WhatsApp-Gruppe im Blick behalten und im Notfall selbst übernommen – sofern sich keine Helfenden finden (A4).

6 Ergebnisse: Nutzenaspekte digitaler Vermittlungsplattformen

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Auswertung dargestellt. Die Kapitel 6.1, 6.2 und 6.3 stellen den Nutzen digitaler Vermittlungsplattformen, weitere Nutzenaspekte der Vermittlungsangebote und den gesellschaftlichen Nutzen der Vermittlungsangebote dar. Hierbei werden jeweils die Vermittlungsangebote mit Plattform den Vermittlungsangeboten ohne Vermittlungsplattform gegenübergestellt. Die verglichenen Vermittlungsangebote umfassen jeweils die Anbieter der Vermittlung, die Helfenden sowie die Hilfesuchenden. Eine Ausnahme bildet das Vermittlungsangebot des Anbieters A3, dessen Engagierten und Hilfesuchenden nicht befragt werden konnten (vgl. Kap. 4.1).

6.1 Nutzenvorteile durch einen digital unterstützten Vermittlungsprozess

In diesem Kapitel werden Nutzenaspekte dargestellt, die sich unmittelbar aus der digitalen Unterstützung des Vermittlungsprozesses ergeben – jeweils aus Sicht der befragten Anbieter sowie ihrer Engagierten und Hilfesuchenden. Die Nutzenaspekte der Hilfeleistung bleiben analytisch ausgeklammert. Digitalisierungsbedingte Nutzenaspekte beschreiben die Anbieter A1 und A2 im Hinblick auf ihr eigenes digital gestütztes Vermittlungsangebot. Anbieter A3 und A4 nutzen selbst noch keine vermittlungsunterstützende Software. Sie formulieren dennoch Nutzenpotenziale und -erwartungen durch die stärkere Digitalisierung solcher Angebote in hypothetischer Weise und teils im Hinblick auf erste eigene Erfahrungen mit elektronischen oder digitalen Elementen wie Excel bzw. WhatsApp in der Hilfevermittlung.

6.1.1 Effizienz, Skalierbarkeit und optimierte Prozesse

Vermittlungsangebote mit digitaler Vermittlungsplattform

Sowohl Anbieter A1 als auch Anbieter A2, der während der Studie ebenfalls die von Anbieter A1 entwickelte Matching-Software einsetzte, betonen jeweils ähnliche Aspekte als Vorteile ihrer digital unterstützen Vermittlungsform. Anbieter A2 vertritt im Vergleich zu A1 eine eher pragmatische Einstellung zu den Vorteilen der Plattform („es macht ein paar Schritte leichter und dann ist das auch okay“ A2_1, Z. 578f). Dennoch ähneln sich die folgenden Nutzenaspekte der Vermittlungsplattformen für diese beiden Anbieter.[9]

Sowohl Anbieter A1 als auch A2 nennen die Zeitersparnis durch effiziente Prozesse und zusammenhängend auch die Möglichkeit Personal zu entlasten bzw. einzusparen als Nutzen der digitalen Plattformen. Beispielsweise erklärt A1, er benötige „[w]enig Manpower, um […] die Koordination zu bewerkstelligen“ (A1, Z. 427f). Ähnlich führt auch A2 „Rationalisierungspotenzial“ (A2_1, Z. 532) und „mehr Freiraum […] für die tägliche Arbeit“ (A2_1. Z. 543f) durch effizientere Prozessgestaltung als Nutzenaspekt an. Diese effizienteren Prozesse können beispielhaft am Onboardingprozess für Engagierte illustriert werden: Mittels einer Oberfläche der Vermittlungsplattform können neu hinzukommende Engagierte ihre Stammdaten selbst eintragen und ersparen den Anbietern Zeit. Im persönlichen Gespräch mit den Anbietern müssen die Engagierten dann nur noch freigeschalten werden (A1; A2_1; A1_Website; A2_Website).

Als weiteren Aspekt der Effizienz führen die Anbieter beschleunigte Interaktionen im Vermittlungsprozess an. Denn durch die Gestaltung des digitalen Vermittlungsprozesses erhalten Anbieter, Engagierte und mittelbar auch Hilfesuchende schneller Rückmeldung

[9] Das Vermittlungsangebot A2 wechselte nach der Befragung des Anbieters, der Engagierten und der Hilfesuchenden die Vermittlungsplattform. Die Kernfunktionen der Plattform mit Blick auf die Funktionen, welche in diesem Kapitel als Nutzenaspekte beschrieben werden, ähneln sich jedoch auch nach dem Wechsel, sodass die Plattformen und Aussagen weiterhin vergleichbar sind.

(A1, A2_1). Dies wird beispielhaft durch den Vergleich mit herkömmlichen, nicht-plattformgestützten Vermittlungsprozessen deutlich, wie A1 beschreibt:

> *„Ich war ja […] 15 Jahre […] ehrenamtlich engagiert. Die Leute rufen ja sonst immer dieselben an. Die fangen in ihrer Liste entweder bei A […] oder bei Z [an]. Und dann telefonieren die sich halt die Finger wund" (A1, Z. 374-377; ähnlich A2_1).*

Bei herkömmlichen Vermittlungsprozessen muss das telefonisch aufgenommene Hilfegesuche zunächst händisch mit einer Liste der Engagierten abgeglichen werden. Passende Engagierte müssen dann jeweils angefragt werden ohne die tatsächliche Verfügbarkeit der Helfenden zu kennen. Die Plattform des Anbieters A1 erlaubt es, diese Anfragen automatisch an passende Engagierte zu stellen (A1). Der Algorithmus gleicht hierfür die Engagiertenprofile mit den Hilfegesuchen anhand zeitlicher Verfügbarkeit, räumlicher Nähe und Hilfebedarfen ab und kann direkt Anfragen an die Engagierten stellen (A1, A2_1, A2_2).

Alternativ kann die Funktion der automatischen Anfragen auch deaktiviert werden: In diesem Fall bekommen die Koordinationsstellen nur Vorschläge über passende Profile oder können mittels einer Übersichtskarte passende Helfende in der Nähe der hilfesuchenden Person identifizieren (A2_1). Der Anbieter erklärt, dass im Fall seines Vermittlungsangebots das Fallwissen der Koordinator:innen Vorrang vor den Vorschlägen des Algorithmus hat. Die selbstständige Identifikation passender Engagierter führt allerdings nur Anbieter A2 als Nutzen an. Da er zum Zeitpunkt des Interviews noch die Vermittlungsplattform des Anbieters A1 nutzte, ist dieser Nutzenaspekt wohl auch auf A1 übertragbar, auch wenn dieser ihn nicht explizit nennt.

Unabhängig davon ob die Anfrage per Algorithmus oder per händischer Identifikation erstellt wurde, bekommen Engagierte eine Benachrichtigung über die Anfrage entweder per E-Mail, SMS, Internetoberfläche der Plattform oder (bei A1) auch als App-Benachrichtigung (A1; A2_1,2). Die Helfenden können eine Anfrage unmittelbar darauf entweder annehmen oder ablehnen. Sobald eine passende Person zusagt, verschwindet die Anfrage für alle anderen Engagierten (A1, A2_1,2). Auf diese Weise würden Engagierte schnell passende Anfragen erhalten und die Vermittlungsanbieter bekämen direkte Rückmeldung über angenommene Anfragen, wie Anbieter A1 erläutert. Anbieter A2 spricht diese Rückmeldungsthematik nicht selbst an, doch auch hier darf wegen der gleichen Plattformtechnologie zum Zeitpunkt des Interviews von einem – wenn auch nicht explizit genannten – Nutzenaspekt ausgegangen werden. Ergänzend darf angenommen werden, dass Hilfesuchende indirekt auch von diesem beschleunigten Interaktionsprozess der Anfrage, Bestätigung und Vermittlung profitieren. Denn auf diese Weise werden Hilfegesuche schneller bearbeitet und Engagierte können schneller an die Hilfesuchenden vermittelt werden.

Ergänzend zum steigenden Interaktionstempo, trägt der Einsatz der Vermittlungsplattform, nach Ansicht von A1, zu einem passgenaueren Vermittlungsergebnis auf Basis der hinterlegten Profildaten bei, wodurch wiederum zeitraubendes Nachsteuern und zusätzliche Such- und Anfrageschleifen vermieden würden:

> *„Also, wenn einer nicht gerne Fenster putzt, warum soll ich den für Fensterputzen anfragen? Wenn einer am Sonntag seinen Familientag hat und seine Ruhe haben möchte, warum soll ich den am Sonntag anfragen? Und genauso ist es natürlich mit der geografischen Lokalität. […] Und das sind halt […] wahnsinns Mehrwerte, die man natürlich nur digital schaffen kann, weil das kann sich ja kein Mensch [...] merken" (A1, Z. 384-390).*

Diesen Punkt nennt Anbieter A2 nicht explizit. Doch auch er gesteht, dass die Vermittlung und die Herstellung der Passung zwischen engagierter und hilfesuchender Person durch die technisch-gestützte Vermittlung einfacher abläuft (A2_1).

Die geschilderten Nutzenaspekte der Zeitersparnis mittels effizienter Prozesse, beschleunigter Interaktionen und passgenauer Vermittlung tragen, nach Ansicht der Anbieter A1 und A2, zu einer verbesserten Skalierbarkeit des Vermittlungsangebots bei. Durch die Vermittlungsplattformen lassen sich folglich mehr Helfende und mehr Hilfeanfragen verwalten. Dies erlaubt eine Steigerung der räumlichen Reichweite des Vermittlungsangebots (A1, A2).

Diese Skalierungsmöglichkeiten haben dennoch Grenzen, die sich im Abgleich der Bedarfe der Hilfesuchenden und der Präferenzen der Helfenden durch den Algorithmus zeigen. Denn je enger gefasst ein Hilfebedarf ist, desto schwerer finden sich Helfende für diesen spezifischen Bedarf. So berichtet eine interviewte Angehörige einer Hilfesuchenden[10], dass sie für ihre Tante mit fortgeschrittener Demenz ausschließlich nach Aushilfen für Spaziergänge mit dem Rollstuhl gesucht habe. Allerdings hätten sich hierfür im Vergleich zu ihren vorherigen, weniger spezifischen Hilfeanfragen dann kaum noch Helfende gefunden (A1_HI_2).

Von den Nutzenaspekten Effizienz, optimierte Prozesse und Skalierbarkeit berichten vor allem die Vermittlungsanbieter. Sie berühren aber letztlich auch Helfende und Hilfesuchende, insofern sie auch ihnen potenziell Vorteile versprechen. Helfende und Hilfesuchende bei A1 und A2 thematisieren diese potenziellen Vorteile in den Interviews dennoch kaum explizit. Einzelne Helfende (A1_EA_1,4) berichten zwar positiv über die hohe Geschwindigkeit der Vermittlung und der Rückmeldung auf Anfragen, ansonsten

[10] Wegen ethischer Bedenken wurden im Fall von demenziellen Erkrankungen, entsprechend des Ethikantrags, die Angehörigen der hilfesuchenden Personen befragt (vgl. Kap. 4.1).

werden diese Nutzenaspekte jedoch kaum thematisiert oder es wird generell kein Bedarf an digitalen „Gadgets“ gesehen (A1_HI_1; ähnlich A1_HI_3). Für die wenigen Aussagen der Befragten lassen sich zwei Erklärungsansätze heranziehen: Einerseits ist durch die hybride Gestaltung des Vermittlungsprozesses eine Nutzung digitaler Schnittstellen, besonders für Hilfesuchende, nicht notwendig. Denn die Angebote der Anbieter A1 und A2 können Hilfesuchende nach wie vor auch per Telefon in Anspruch nehmen. Andererseits vermitteln beide Anbieter in dauerhafte Hilfebeziehungen, sodass die Nutzer:innencommunities – nach erfolgreicher Vermittlung – deutlich weniger Kontakt mit dem digital gestützten Vermittlungsprozess haben, als dies bei der Vermittlung einzelner Hilfseinsätze der Fall wäre.

Vermittlungsangebote ohne digitale Vermittlungsplattform

Im Vergleich der Anbieter A3 und A4 wird deutlich, dass beide Anbieter sich vom Einsatz einer Plattform eine Effizienzsteigerung in der Vermittlung erhoffen. Beide Anbieter nutzen zum Zeitpunkt der Befragung Excel-Listen zum Abgleich von Hilfsangebot und -nachfrage.

Ähnlich wie die Anbieter mit digitaler Plattform erhofft sich auch Anbieter A3 von der Nutzung einer solchen Plattform vor allem Effizienzgewinne in der Hilfevermittlung. Zum Zeitpunkt der Befragung müssen Hilfegesuche aus den Quartieren erst an den Anbieter weitergeleitet werden. Der Anbieter gleicht diese Hilfegesuche anhand von Exceltabellen mit Listen in Frage kommender Helfender ab. Der Abgleich zwischen den Listen kann allerdings nur stationär durch zwei Mitarbeiter:innen der Kommune erfolgen, da diese Listen lokal gespeichert sind. Zudem gehen bei Krankheit und hohem E-Mail-Aufkommen Anfragen bisweilen unter, wie A3 im Interview berichtet – eine Herausforderung, die nach Ansicht von A3 durch ein digitalisiertes Vermittlungskonzept mit Plattform vermieden werden könnte. Denn die für die Vermittlung zuständigen Personen der Kommune haben in der Kommunalverwaltung noch weitere Aufgaben inne (A3). Möglich Effizienzgewinne sieht sie für die quartiersübergreifende Zusammenarbeit, die auch die beiden Mitarbeiter:innen der Kommunalverwaltung entlastet:

> *„Und das ist jetzt eine für mich ein Potenz/ also das wäre jetzt, wenn man das wirklich mit einem Programm hätte, wo man sagt ‚Okay, wir pflegen das jetzt ein’. Und da steht immer drin, so lange, bis der versorgt ist, steht der als Hilfesuchender drin. Und beim Helfenden genauso, der ist da als ist frei drin und da haben eben alle drauf Zugriff. Dann wäre das natürlich ein Riesenvorteil.“ (A3, Z. 600- 605).*

Durch die Entlastung dieser Mitarbeitenden ließe sich aus Sicht von A3 zudem eine erhöhte Geschwindigkeit der Vermittlung herstellen, da bisher Anfragen auch längere Zeit unbeantwortet bleiben bzw. nur in eine Liste abgelegt werden, bis sich ein passendes Match ergibt (A3).

Anbieter A4 ging im Befragungszeitraum vom Abgleich zwischen Excellisten zu einer Vermittlung mit Hilfe einer WhatsApp-Gruppe über. Auch dieser Anbieter ist grundsätzlich an der Nutzung einer digitalen Plattform interessiert und hierfür offen. Obwohl diese nicht weiter ausgeführt werden, geht er offenbar davon aus, dass die Nutzung einer Plattformlösung Vorteile für die eigene Hilfevermittlung mit sich bringen würde:

> *„Also ich seh das jetzt als das momentan Praktikabelste oder den praktikabelsten Weg, wie wir es machen. Ich würde natürlich gerne [...] über moderne Medien, Apps und so weiter die Hilfeleistung vermitteln. Entgegennehmen, die Anfragen, und weitervermitteln" (A4, Z.724-727).*

Aktuell sieht der Anbieter vor allem eine Barriere im Onboarding der Helfenden auf eine solche Plattform und begnügt sich mit WhatsApp, das ohnehin die meisten Helfenden nutzen. Erreicht den Anbieter ein Hilfegesuch, wird das Gesuch in die WhatsApp Gruppe übertragen und die erste Zusage durch Helfende übernimmt das Hilfegesuch. Das Prinzip *first come – first serve*, auch „Windhundprinzip" (A4, Z. 728) genannt, sorgt einerseits für eine schnellere Vermittlung und erleichtert zugleich das Monitoring der Anfragen, sodass unbeantwortete Anfragen transparent in der Gruppe sichtbar sind. Insofern kann auch hier von einer Senkung der Fehleranfälligkeit in der Vermittlung gesprochen werden. Digital bedingte Skalierungschancen, das heißt neue Möglichkeiten, die vermittelten Hilfeleistungen in Anzahl und Reichweite zu skalieren, werden von Anbieter A4 im Gegensatz zu A3, aber auch zu A1 und A2, nicht thematisiert.

Engagierte des Anbieters A4 sehen ebenfalls einen Vorteil in einer schnelleren und unkomplizierteren Beantwortung der Hilfeanfragen bei der Vermittlung mit WhatsApp (A4_EA_1,2,3). Die Hilfesuchenden dieses Anbieters äußerten sich nicht zu den Vorteilen einer digital gestützten Vermittlung, da die Vermittlung für sie weiterhin per Telefon abläuft und Plattformtechnologien bislang kaum Relevanz für diese Gruppe besitzen. Allerdings berichten die Hilfesuchenden positiv von der schnellen Beantwortung ihrer Hilfeanfragen durch den Vermittlungsanbieter bzw. durch Engagierte (A4_HI_1,2). Diese Geschwindigkeit, die die Hilfesuchenden hervorheben, lässt sich zumindest plausibel auch der schnellen Vermittlung durch WhatsApp zuschreiben, selbst wenn dies von keiner der befragten Personen, weder den Anbietern, noch den Engagierten oder Hilfesuchenden, erwähnt wird.

6.1.2 Personalisierte Vermittlungs- und Hilfeleistungen

Vermittlungsangebote mit digitaler Vermittlungsplattform

Die Anbieter A1 und A2 heben die besonderes enge Orientierung an den Bedürfnissen der Hilfesuchenden als Vorteil einer plattformgestützten Vermittlungsweise hervor. Beide Anbieter erheben zunächst die Unterstützungsbedarfe der Hilfesuchenden im persönlichen Gespräch oder per Telefon und übertragen diese in ein Hilfesuchendenprofil mit einem Unterstützungsgesuch auf der Plattform. Der Algorithmus sucht nach Übereinstimmungen zwischen dem Unterstützungsgesuch und Angaben in den Helfendenprofilen, sodass im Anschluss eine Hilfebeziehung angebahnt werden kann (A1, A2_1,2). Durch den besonders hohen Grad an inhaltlicher und zeitlicher Passung zwischen Unterstützungsangebot und -bedarf werden die Hilfesuchenden im Alltag entlastet (A1, A2_1,2). Pflegende Angehörige gewinnen nach Dafürhalten von Anbieter A1 dadurch in besonderer Weise „Freiräume für Termine, Erledigungen und auch mal Zeit für sich“ (A1_Website). Anbieter A1 und A2 zielen in ihren Vermittlungsangeboten jeweils auf Hilfebeziehungen ab, die über einmalige Unterstützungsleistungen hinausgehen. Davon ausgehend ist die persönliche Passung (insb. die Sympathie) zwischen den beteiligten Personen von vergleichsweise hoher Bedeutung und ist im Vermittlungsprozess ausschlaggebend für das Zustandekommen der Hilfebeziehung (A1, A2).

Auch Hilfesuchende von A1 erwähnen die gestiegene Flexibilität durch Freiräume im Alltag als nutzenstiftend. Beispielsweise erklärt eine Befragte, dass sie dank der zeitlich- und inhaltlich passgenauen Unterstützung durch Helfende keine Urlaubstage für einen Arzttermin der gepflegten Mutter einreichen müsse, da ihre Mutter nun durch eine Helfende zum Arzt begleitet werde (A1_HI_3). Eine andere Befragte spricht von einer Entlastung der 24-Stunden-Kräfte im Haushalt der gepflegten Tante, die durch Besuche Helfender entlastet würden und Freizeit oder Pausen bekämen (A1_HI_2). Flexibilität bedeutet für diese Hilfesuchenden also keineswegs größere Unverbindlichkeit, sondern wird – darauf deuten solche Äußerungen in den Interviews hin – eher nutzbringend erlebt, indem genau zum nötigen Zeitpunkt im individuellen Terminkalender die passende Hilfe erhältlich ist. Hilfesuchende von A2 thematisieren keine gestiegene Flexibilität durch das Angebot und werten diese entsprechend auch nicht als nutzenstiftend.

Stärker als die Flexibilität bzw. die Passung zum eigenen Terminkalender betonen Hilfesuchende beider Anbieter die Wichtigkeit der Verlässlichkeit und Planbarkeit der Hilfeleistungen. Besonders im Falle von Krankheit oder Urlaub der Helfenden ist den Befragten eine Vertretung wichtig (A1_HI_1,2; A2_HI_1). Die Organisation einer Vertretung ist besonders durch die größeren, verwalteten Helfendenzahlen der Anbieter A1 und A2 theoretisch möglich, scheitert jedoch nach Erfahrung der Befragten stellenweise.

Schwierigkeiten zeigen sich insbesondere bei ein- oder mehrmaligen Vertretungen eines zugeteilten Helfenden (A1_HI_1,2; A2_HI_1).

Wie bereits an anderer Stelle gezeigt, hängt die Wahrscheinlichkeit, tatsächlich zeitnah passenden Ersatz zu bekommen, auch davon ab, wie eng gefasst der Unterstützungsbedarf der Befragten ist. Denn mit einem unspezifischen Unterstützungsbedarf steigt die Wahrscheinlichkeit, dass sich Helfende für eine oder mehrere der Aufgaben finden. Eine Hilfesuchende erklärt: „[A]lles, was [an Hilfe] obendrauf kommt, [... ist] ein Gewinn. (A1_HI_1, Z. 355Z). Eine andere Befragte benötigt nur Entlastung durch Spaziergänge mit ihrer Tante, sie hat allerdings Schwierigkeiten Ersatz zu bekommen und vermutet, es liege am hohen Altersdurchschnitt in der Klientel der Helfenden:

> *„[F]ür diesen Zweck, einen Rollstuhl schieben, da müsste natürlich eine jüngere, fitte Person irgendwie sich finden. Und ich glaube, dass die Rekrutierung eher so läuft, dass es ältere Personen sind […], aber die dann vielleicht jetzt für so eine Rollstuhl-Schiebetätigkeit dann physisch dazu nicht mehr in der Lage sind“ (A1_HI_2, Z.398-413).*

Vermittlungsangebote ohne digitale Vermittlungsplattform

Wie auch die Anbieter A1 und A2, betonen Anbieter A3 und A4 ebenfalls die bestmögliche Passung der Vermittlung zu den Hilfebedarfen als Nutzen – verwenden dafür aber keine Matchingsoftware (A3, A4). Während A3 die Passung zwischen Hilfsangebot und -nachfrage selbst gewährleistet, suchen sich bei Anbieter A4 Engagierte, seit dem Umstieg auf die Vermittlung mit Hilfe einer WhatsApp-Gruppe, passende Anfragen selbst heraus (A4). Die Helfenden übernehmen also durch die Nutzung von WhatsApp die Auswahl und Passung zu den Hilfebedarfen der Hilfesuchenden. Die Vermittlungsleistung des Anbieters A4 besteht in diesem Fall darin, Hilfegesuche per Telefon aufzunehmen und in die WhatsApp-Gruppe einzustellen.

Wie die Anbieter mit Plattform prüft auch Anbieter A3 die Sympathie zwischen Engagierten und Hilfesuchenden und begleitet hierfür deren ersten Kontakt – auch wenn hier keine dauerhaften Hilfebeziehungen vermittelt werden sollen (A3). Damit lässt sich bei A3 ein ähnliches Verständnis personalisierter Hilfevermittlung hinsichtlich der Passung von Hilfebedarf, Zeitpunkt und persönlicher Sympathie unterstellen. Im Unterschied dazu, testet A4 die persönliche Passung der Helfenden und Hilfesuchenden nicht, erwähnt die Passung der Hilfeleistung aber als Nutzenvorteil seines Vermittlungsangebots (A4). Personalisierte Hilfeleistungen bedeuten für A4 also vor allem die Passung zwischen Hilfebedarf- und Hilfeleistung sowie der Erbringungszeitpunkt.

Im direkten Vergleich der Anbieter mit und ohne Vermittlungsplattform werden die Parallelen bezüglich der Passung von Hilfebedarf und -leistung, Zeitpunkt – und mit Ausnahme von A4 – auch der persönlichen Sympathie deutlich. Einschränkend ist jedoch anzumerken, dass die Vermittlungsmodelle der Anbieter ohne Vermittlungsplattform bei der Herstellung der bestmöglichen Passung – zumindest theoretisch – schnell an ihre Kapazitätsgrenzen stoßen dürften, wenn die Vermittlungszahlen steigen. Zwar lassen sich hier Vorteile der WhatsApp gestützten Vermittlung von A4 gegenüber der Vermittlung mit Telefon und Excelliste von A3 vermuten, die Anbieter thematisieren diese aber nicht selbst.

Die Übereinstimmung von Hilfebedarf und Hilfeleistung wird von den befragten Hilfesuchenden des Anbieters A4 nicht hervorgehoben. Dies könnte daran liegen, dass die Passung der Hilfe zu den Bedarfen als Grundvoraussetzung begriffen und nicht weiter reflektiert wird. Denn die Befragten des Anbieters erhalten die Hilfe die sie anfragen. Vermutlich würde das Nichtpassen eher auffallen, wenn statt Unterstützung im Garten Hilfe im Haushalt angeboten würde – letztendlich lässt sich an dieser Stelle nur mutmaßen.

Einige Äußerungen von Hilfesuchenden des Anbieters A4 deuten darauf hin, dass sie – im Vergleich zu den Hilfesuchenden von A1 und A2 – bei weniger zeitkritischen Unterstützungsbedarfen wie Gartenarbeit zeitlich flexibel sind. Eine Befragte erklärt:

> *„Also ich tue immer eine Spanne, so ein paar Tage angeben. Das ist nie, dass ich jetzt sage: ‚Das muss jetzt sofort sein.‘ […] Wichtig ist, dass irgendwann jemand kommt. Und das Wetter muss dann auch noch passen, wenn man draußen arbeitet, gell?“ (A4_HI_2, Z. 315-319).*

Auch wenn eine wetterabhängige Tätigkeit wie Gartenarbeit natürlich grundsätzlich flexibler gehandhabt werden kann als beispielsweise eine Arztfahrt zu einem festen Termin, so wird hier dennoch der hohe Wert deutlich, welcher der grundsätzlichen Zuverlässigkeit des Vermittlungsangebots und der darüber vermittelten Helfenden beigemessen wird. Auch eine andere Befragte hebt die Zuverlässigkeit des Anbieters bzw. der Helfenden positiv hervor, insbesondere bei akuten, individuellen Unterstützungsbedarfen (A4_HI_1). Im Unterschied zu den Hilfesuchenden von A1 und A2 thematisieren die Hilfesuchenden die Verlässlichkeit auf andere Weise. Während die befragten Hilfesuchenden bei A4 Wert darauflegen, dass die Hilfe überhaupt geleistet wird (A4_HI_1,2), ging es Hilfesuchenden bei A1 und A2 um eine verlässliche Erbringung zu fest definierten Zeiten. Die Vermutung ist naheliegend, dass sich dieser Unterschied der Nutzenwahrnehmung durch die unterschiedlichen Vermittlungskonzepte erklären lässt, denn das Angebot von A1 und A2 soll – nicht zuletzt wegen deren formeller Anerkennung – auch Entlastung für pflegende Angehörige bieten, was ein gewisses Maß an Verlässlichkeit erfordert.

6.1.3 Präferenzorientierte Gestaltung, Flexibilisierung und Personalisierung des Engagements

Vermittlungsangebote mit digitaler Vermittlungsplattform

Das plattformgestützte Vermittlungsmodell bietet nach Ansicht der Anbieter eine Form des Engagements, das in besonderem Maße an den Bedürfnissen und Präferenzen der Engagierten ausgerichtet ist. Anbieter A1 begreift die Orientierung an den Präferenzen bei der Hilfevermittlung als besonderen Nutzenaspekt für die Engagierten und spricht auf seiner Internetseite sogar vom „Prinzip der totalen Freiwilligkeit“ (A1_Website). Das bedeutet für den Anbieter, dass Engagierte ausschließlich für Unterstützungsanfragen kontaktiert werden, die in Form von Präferenzen auf den Nutzer:innenprofilen der Vermittlungsplattform festgehalten sind (vgl. Kap. 6.1.1). Im Umkehrschluss werden Engagierte nicht mit Telefonanrufen zu unpassenden Einsätzen unter Druck gesetzt, wie es bei Vermittlungsangeboten ohne Plattformen geschehe (A1). Dies ermöglicht, auch wenn A1 dies nicht explizit als Nutzen erwähnt, dass Engagierte ihr Engagement und insbesondere den zeitlichen Umfang, Aufgaben und Anfahrtszeit selbst bestimmen können. Daraus folgt, zumindest analytisch ein gestiegenes Maß an Flexibilität, welches die Vereinbarkeit zwischen Engagement und Privatleben der Engagierten erleichtert.

Anbieter A2 nennt die Präferenzorientierung von A1 nicht explizit als Nutzenaspekt seines Vermittlungsangebots, sieht allerdings selbst Vorteile bei der Herstellung einer guten Passung zwischen Engagierten und Hilfesuchenden (A2_1). Aus analytischer Perspektive lassen sich durch die gleiche Plattformlösung und ähnliche Vermittlungsmodelle der Anbieter A1 und A2, Parallelen zu den oben genannten Nutzenvorteilen ziehen. Anbieter A2 scheint sich dieser Vorteile bewusst zu sein, denn er deutet das Vermittlungsmodell als Vorteil zur Gewinnung von Engagierten:

> *„[D]iese neue Unverbindlichkeit. Ich lege mir mal ein Profil an, ich guck‘ mal. […] Kannst ja wieder alles löschen. Dann hast du halt dadurch einen neuen Zugang gewonnen. Neue Zielgruppe erschlossen“ (A2_1, Z. 533-536).*

Die Anpassung an die abnehmenden Verbindlichkeitsbedürfnisse Engagierter deutet A2 folglich als Vorteil in der Gewinnung von Engagierten für sein Vermittlungsangebot, indem er ihren Bedürfnissen nach weniger Verbindlichkeit entspricht.

Diese enge Orientierung der Anbieter A1 und A2 an den individuellen Präferenzen und Rahmenbedingungen der Hilfevermittlung wird auch unter befragten Helfenden beider Anbieter positiv wahrgenommen, wenn nicht sogar als „Grundvoraussetzung“ angesehen (A2_EA_5, Z. 478, ähnlich A1_EA_1,2). Neben der automatisierten Abfrage der Helfendenprofile in der Hilfevermittlung haben frei geschaltete Helfende zudem die Möglichkeit, die Plattform selbstgesteuert und pro-aktiv nach Hilfegesuchen zu

durchstöbern. Diese eigenständige, nicht von akuten Anlässen ausgehende Suche nach passenden Einsatzmöglichkeiten gleicht einem unverbindlichen digitalen Schaufensterbummel:

> *„[W]enn es kurzfristig ist, oder wenn einer sagt, ja, er fühlt sich jetzt nicht ausgelastet oder ihm ist das zu wenig, er möchte mehr machen, dann kann er natürlich da wunderbar sich darin tummeln, in dieser digitalen Anwendung und kann sich da das aussuchen. Das ist jemand, [... in] unmittelbarer Nähe, oder da hätte ich gerade Zeit an dem Tag“ (A1_EA_2, Z. 215-218).*

Abseits der Präferenzen, die in den Helfendenprofilen hinterlegt sind, haben Helfende so auch die Möglichkeit, neue Aufgabenfelder kennenzulernen oder kurzfristige Hilfeeinsätze zusätzlich zu übernehmen - ihr Engagement dem Inhalt und Umfang nach also selbstbestimmt zu gestalten und zu steuern. Dieses „[T]ummeln“ (A1_EA_2, Z. 271) auf der Plattform, dass eine engagierte Person des Anbieters A1 schildert, lässt sich als Querbezug zur „neuen Unverbindlichkeit“(A2_1, Z. 533) von A2 deuten, die Anbietern mit Plattform einen Zugewinn an Engagierten und Helfenden ein bedürfnis- und präferenzorientiertes Engagement bietet.

Beide Formen der Hilfevermittlung der Anbieter A1 und A2, die Vermittlung per Algorithmus oder die selbstständige Suche auf der Plattform, bieten Engagierten ein gestiegenes Maß an Selbstbestimmung und Kontrolle über ihre Engagementaktivitäten im Vergleich zur telefonischen Anfrage durch die Anbieter. Beispielsweise erklärt eine engagierte Person des Anbieters A1:

> *„[W]enn ich angerufen werde und jemand, […] setzt mir die Pistole auf die Brust […,] dann habe ich ja keine Auswahlmöglichkeit. Dann muss ich [...] sagen, okay, das arrangiere ich, das geht irgendwie, aber so kann ich es mir ein bisschen selber beeinflussen.“ (A1_EA_2, Z. 231-235).*

Entlastet vom Zeit- und Handlungsdruck sozialer Situationen wie bei Anfragen in telefonischer Form oder im face-to-face-Kontakt können Helfende zunächst unbeeinflusst und auch spontan für sich abwägen, wann und welche Anfragen und Aufgaben sie übernehmen wollen. So lässt sich das eigene Engagement individuell ausgestalten und flexibel dosieren. Ähnlich äußert sich eine Engagierte von A2: „[D]er erste Schritt, der ist schon mal mein eigener. Ich kann mir alles in Ruhe angucken“ (A2_EA_5, Z. 383). Diese Ausgestaltung spielt bei den Engagierten zusätzlich eine Rolle bezüglich des Ausschlusses einzelner Merkmale oder Krankheitsbilder von Hilfesuchenden. Beispielsweise möchte eine engagierte Person aufgrund persönlicher Vorerfahrungen keine Parkinson Erkrankten Menschen betreuen (A1_EA_4). Wieder andere möchten keine Männer betreuen, da sich diese verlieben würden (A2_EA_1) oder sie übergriffig sein könnten (A2_EA_2). Die digital

gestützte Vermittlungsweise der Anbieter erlaubt den Engagierten auch leichter, Einsätze oder Hilfebeziehungen abzulehnen, ohne den – wenn auch nur empfundenen - Zwang einer persönlichen Kontaktaufnahme.

Hier werden offensichtlich wichtige, weil für die Engagementbereitschaft kritische Kontroll- und Autonomiebedürfnisse engagementbereiter Personen thematisiert. Diese stehen nicht zwangsläufig im Widerspruch zu Verbindlichkeit und Zuverlässigkeit der Hilfeleistungen und -beziehungen, die befragte Hilfesuchenden von A1 und A2 wiederum als besonders wichtig ansehen (vgl. Kap. 6.1.2; A1_HI_1,2; A2_HI_1). Stärker als die Passung der Präferenzen heben Engagierte die Rolle der Flexibilität im Engagement hervor. Flexibilität heißt für die Befragten, dass sie sich nach eigenen zeitlichen Vorstellungen engagieren können, was Planbarkeit und Vereinbarkeit des Engagements mit der Arbeit und dem Privatleben gewährleistet (A1_EA_1,2,3; A2_EA_1,2,3,5). Die Möglichkeit, spontan zu- oder absagen zu können, spielt nur für eine befragte Person des Anbieters A1 eine Rolle, der allerdings primär Einzelaufträge übernimmt und insofern grundsätzlich weniger verbindliche Hilfebeziehungen eingeht (A1_EA_4).

Vermittlungsangebote ohne digitale Vermittlungsplattform

Wie auch Anbieter A1 und A2, legen die Anbieter A3 und A4 Wert auf die Orientierung an den Bedürfnissen und Präferenzen der Helfenden in Hilfevermittlung. Der Anbieter A3 betont in besonderem Maße die Bedürfnisse der Personengruppe der Helfenden:

> *„[W]eil Ehrenamt Ehrenamt bleiben soll und eine Freiwilligkeit haben muss. […] Das ist auch so, dass wir zum Beispiel auch sagen es bestimmt immer der Helfende, wie oft er kommt und was er tun möchte. Es bestimmt nie der, der Hilfe braucht, weil das ist einfach eine Leistung, die der eine für den anderen macht“ (A3, Z. 692-696).*

Anbieter A4 äußert sich nicht direkt zur Orientierung an den Bedürfnissen der Engagierten. Allerdings wird mit der WhatsApp gestützten Vermittlung nach dem „Windhund-Prinzip“ (A4, Z. 728) indirekt eine Orientierung an deren Einsatzpräferenzen gewährleistet. Denn der Anbieter stellt die Hilfegesuche in die WhatsApp-Gruppe und die Engagierten können sich aussuchen, ob sie einen Hilfeeinsatz übernehmen wollen. Sie können folglich selbst die Einhaltung ihrer Präferenzen sicherstellen.

Im direkten Vergleich der Anbieter mit und ohne Plattform fällt auf, dass die Anbieter mit Plattform neben der Präferenzorientierung auch Flexibilitätsmotive (A1) oder Vorteile für die Engagierten-Rekrutierung (A2) thematisieren. Die Vermittlungsmodelle der Anbieter ohne Plattform orientieren sich ebenfalls an den Präferenzen der Engagierten, entweder durch aktive Vermittlung (A3) oder das selbstständige Aussuchen der Einsätze bei (A4), heben aber keine weiteren Vorteile hervor. Allerdings könnte die Möglichkeit der Orientierung an den Präferenzen der Engagierten für die Anbieter ohne Plattform mit

zunehmenden Hilfeanfragen an seine Grenzen stoßen, entweder weil die Vermittlung ohne Plattform wie bei A3 personal- und zeitaufwendig ist oder weil von Kapazitätsgrenzen der WhatsApp gestützten Vermittlung ausgegangen werden muss. So scheint es zumindest analytisch plausibel, dass WhatsApp ab einer bestimmten Gruppengröße und Anzahl von Anfragen für den Anbieter A4 unübersichtlich und für Engagierte überfordernd wirken könnte. Jedoch thematisieren weder Anbieter A3 noch A4 diese potenziellen Nachteile bzw. Grenzen der Vermittlung ohne Plattform.

Engagierte des Anbieters A4 sprechen nicht von Nutzenvorteilen durch die Präferenzorientierung des Anbieters bzw. der Möglichkeit, sich eigenständig auf WhatsApp-Einsätze aussuchen zu können. Aus den Nutzenperspektiven der Engagierten von A1 und A2 lassen sich auch bei den Engagierten von A4 Parallelen zu gestiegener Autonomie und Kontrolle ziehen. Denn die Vermittlung per WhatsApp erlaubt – zumindest theoretisch – einen *digitalen Schaufensterbummel*. So können auch Engagierte bei A4 selbstständig Einsätze aussuchen, ohne dem Zwang einer Kommunikation per Telefon ausgesetzt zu sein. Gestiegene Kontrollmöglichkeiten und Autonomie sollten also auch hier in abgeschwächter Form möglich sein, werden von den Engagierten aber nicht angesprochen.

Gleich wie die Engagierten der Anbieter bei A1 und A2 erwähnen Engagierte des Anbieters A4 die Relevanz flexibler Zeiteinteilung und den Mehrwert, sich für den eigenen Kalender passende Hilfeeinsätze aussuchen zu können (A4_EA_1,3). Ein Befragter misst der Flexibilität keinen Wert bei, da er selbst im Ruhestand sei und genug Zeit habe (A4_EA_5). Im Vergleich zwischen den Engagierten bei A1 und A2, ist auffallend, dass anteilig weniger Engagierte bei A4 Flexibilität für relevant halten. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass Menschen mit hohen Flexibilitätsbedürfnissen sich eher für plattformgestützte Vermittlungsformen entscheiden. Letztlich könnte dieser Unterschied auch nur durch das kleine qualitative Sample begründet sein.

6.1.4 Hybridität

Ein wichtiger Aspekt ist in den rekonstruierten Nutzenargumentationen die hybride Gestaltung der untersuchten Vermittlungsangebote. Neben der digitalen Vermittlung von analog zu erbringenden Hilfeleistungen meint das den Umstand, dass digitale und analoge, synchrone und asynchrone Interaktionsformen nebeneinander Bestand haben (vgl. Kap. 3.1). Etwa dann, wenn Hilfegesuche trotz digitaler Plattform telefonisch gestellt werden können, aber auch dann, wenn Erstkontakte in der Hilfebeziehung persönlich begleitet oder persönliche Supervisionsgespräche angeboten werden. Hybrid sind die untersuchten Plattformen mit Matching-Algorithmus also auch in dem Sinne, dass Vermittlung von und Begleitung im Engagement nicht nur digital gestützt, sondern auch personell abgestützt erfolgt.

Vermittlungsangebote mit digitaler Vermittlungsplattform

Die untersuchten Anbieter mit Vermittlungsplattformen greifen zwar in zentralen Punkten wie dem softwaregestützten Generieren von Matchingvorschlägen auf digitale Mittel zurück. Letztlich aber verschränken sie in ihrem Vermittlungsangebot analoge und digitale Kommunikationswege und Prozesse zu einem hybriden Interaktionssystem. Und erst aus dieser Kombination ergibt sich im Gegensatz zu anderen Anbietern und Vermittlungsformen ihr spezifisches Angebot am Markt.

Bereits in den allgemeinen Kontaktkanälen werden digitale und analoge Wege gleichermaßen berücksichtigt. Engagierte und Hilfesuchende der Anbieter können diese Anbieter jeweils entweder per E-Mail bzw. via Kontaktformular auf der Online-Plattform, per Telefon oder auch persönlich im Büro erreichen (A1_Website, A2_Website). Zusätzlich können sich Engagierte und Hilfesuchende direkt auf den Plattformen registrieren und ein Klient:innen-Profil erstellen bzw. erstellen lassen, was in einem späteren Schritt ergänzt und durch die Koordinator:innen freigeschalten wird (A1, A2_2). Auch dieses Profil wird erst nach persönlichem Kontakt mit einem/einer Koordinator:in freigeschaltet (A1_Website; A2_Website).

Diese Verschränkung bietet für den Erstkontakt Vorteile: Jeder kann initial den präferierten Kontaktkanal wählen – was Barrieren durch fehlende digitale Kompetenz oder technische Ausstattung seitens Helfenden und Hilfesuchenden reduziert. Für den Erstkontakt kann eine asynchrone Form der Kontaktaufnahme – per E-Mail oder Plattform – praktische Vorteile haben, indem so Öffnungszeiten und Warteschlangen umgangen werden können, wie eine Hilfesuchende erläutert:

> *„[D]adurch, dass ich ja auch [...] noch berufstätig bin, und keine Lust habe, auf irgendwelchen Warteschleifen […] rumzuhängen, […], war mich für mich völlig klar, dass ich erst mal eine Internetseite brauche, wo ich gucken kann […]. Und dann eben da per E-Mail mich dort melden kann“ (A1_HI_1, Z. 270-274).*

Wenn auch etwas schwächer empfinden andere Nutzende, Engagierte und Hilfesuchende die digitalen Zugangsmöglichkeiten ebenfalls als positiven Nebenaspekt (A2_EA_1,3; A2_HI_2).

Letztlich münden auch alle Wege der Kontaktaufnahme abseits der Plattform in ein Helfenden- oder Hilfesuchendenprofil innerhalb der Plattform (A1_1, A2_1,2). In einem Erstkontakt bzw. Onboarding über die Plattform sehen die digital unterstützten Anbieter den Vorteil, dass bereits erste Profildaten vorhanden sind, welche im Folgeschritt nur noch validiert und freigeschalten werden müssen. Die Validierung und Freischaltung der Profile erlaubt diesen Anbietern stärkere Kontrolle im Zugang zu ihrer Nutzer:innencommunities und stellt letztlich auch einen Sicherheitsmechanismus dar (A1, A2_1,2). Die Helfenden

und Hilfesuchenden müssten die Plattform sogar nicht einmal aktiv nutzen, um deren Vorteile zu genießen, da die Vermittlungsanbieter zwangsläufig die Plattform verwenden (vgl. Kap. 6.1.1).

Die hybride Gestaltung der Kontaktkanäle erlaubt es also einerseits, digital bedingte Barrieren zu umgehen und andererseits dennoch alle Vorteile der digitalen Plattform in späteren Schritten zu eröffnen:

> *„Also wenn jetzt eine Helferin zu uns kommt […], dann gebe ich [...] ihren Namen ein, habe ja das Profil im Portal und dann kriege ich natürlich da auch die Vorschläge ‚was passt auf der ihr Profil?' Kann das mit der durchgehen?. Und dann kann man das koordinieren?. Also für die, die halt selber nicht so digital affin sind. Hab ich trotzdem einen riesen Vorteil, weil das könnte ich sonst gar nicht nachvollziehen" (A1, Z. 441-446).*

Anbieter A2 thematisiert zusätzlich auch den Aspekt der Usability als nutzenstiftend für die Engagierten. Für die Nutzer:innen der digitalen Plattform und der App- oder Internetschnittstellen sei diese elementar wichtig, um Barrieren innerhalb des digitalen Raums zu vermeiden und auch die Bedienung zu vereinfachen. („Es war ganz, ganz wichtig, dass das so barrierearm wie möglich ist, so übersichtlich wie nur möglich"; A2_2, Z. 439-440). Diese Übersichtlichkeit umfasst einen Überblick über den Schulungsbedarf, Hilfeanfragen, Filteroptionen um sich selbst Hilfeeinsätze zu suchen, unter der Bedingung weniger Schaltflächen in den Benutzeroberflächen (A1, A2_2). Anbieter 2 ergänzt diese Übersicht noch um eine Funktion, mit der Helfende ihre Profildaten selbstständig löschen können (A2_2).

Auch Engagierte des Anbieters A1, erwähnen in den Interviews die Übersichtlichkeit und Bedienbarkeit dieser Plattformen positiv (A1_EA_1, 3 und 4). Eine engagierte Person hebt auch hervor, dass er durch die Übersicht der Hilfegesuche auf der Plattform ein Gespür für die Bedarfslagen der Hilfesuchenden entwickelt habe (A1_EA_3). Nach Ansicht einer befragten Person erhalten die Engagierten durch die Dokumentation der Aufträge auf der Plattform bereits bei der ersten Kontaktaufnahme hilfreiche Informationen. Diese seien im Vergleich zur telefonischen Vermittlung besser strukturiert und weniger missverständlich („Der Auftrag hat dann einfach eine Nummer"; A1_EA_4, Z. 234f). Dieselbe Person merkt aber zugleich einschränkend an, für die konkrete Terminvereinbarung wiederum lieber auf das Telefon zurückzugreifen, da auf persönlicher Ebene die Kommunikation verbindlicher, weniger standardisiert und floskelhaft ablaufen könne (A1_EA_4). Auch an diesem Beispiel wird die Ambivalenz von Vor- und Nachteilen digitaler und analoger Interaktionsmedien deutlich. Die Integration zu einem tragfähigen hybriden Gesamtkonzept, so lässt sich an dieser Stelle schlussfolgern, schafft vor diesem Hintergrund neue Nutzenpotenziale.

Ein weiterer essentieller Aspekt der hybriden Vermittlungsgestaltung ist die bewusste Verschränkung zwischen digitalen Funktionen der Plattform – allen voran das softwaregestütze Matching – mit persönlichen Kontakten und Einfühlungsvermögen des Personals der hier untersuchten Anbieter. Diese Verschränkung scheint besonders im Kontext des Zugangs von Engagierten und Hilfesuchenden wichtig: Bei Hilfesuchenden können laut A1 deren tatsächliche Bedarfe im persönlichen Kontakt vor Ort gezielt im Sinne eines Clearings überprüft und nach einem Gespräch mit einer Fachkraft auch ggf. ergänzt oder angepasst werden (A1, A1_1,2). Bei Helfenden wird im ersten persönlichen Kontakt auch die persönliche Eignung und die zwischenmenschliche Passung innerhalb der jeweiligen Hilfebeziehung eingeschätzt (A1, A2_1), im Fall des Anbieters A1 geschieht das auch im Rahmen der fachlichen Schulung der Engagierten (A1). Dieser persönliche Kontakt zu den Helfenden erleichtert es unabhängig von der digitalen Passung, auch das aus Sicht von A1 notwendige Gespür für die jeweilige Person zu bekommen um deren Eignung korrekt einzuschätzen und gegebenenfalls auszuschließen (A1). Auch an dieser Stelle spielen also im Kontext der hybriden Gestaltung des Angebotskonzepts qualitäts- und sicherheitsbezogene Überlegungen – zunächst auf Anbieterseite – eine wichtige Rolle.

Des Weiteren ist die hybride Angebotsgestaltung aber auch für die Kontaktanbahnung über die Plattform nützlich, wie sich an den Vermittlungsmodellen der Anbieter ablesen lässt. Denn beide Anbieter betonen die hohe Bedeutung der zwischenmenschlichen Passung zwischen Helfenden und Hilfesuchenden, die einander vermittelt werden (A1, A2_1). Die Kontaktanbahnung wird bei Anbieter A1 gezielt durch eine Fachkraft des Anbieters begleitet; bei Anbieter A2 findet sie zwar zunächst unbegleitet statt, wird aber danach in einem Folgetelefonat mit dem Anbieter im persönlichen Gespräch kritisch evaluiert (A1, A2_1). Beiden Arten der Kontaktanbahnung ist gemein, dass sie der persönlichen Interaktion zwischen Helfenden und Hilfesuchenden einen hohen Stellenwert beimessen, dies dementsprechend auch systematisch in den Regelprozessen der Vermittlung abbilden und diese Prozesse jenseits der digitalen Unterstützungselemente auch persönliche Kontaktpunkte schaffen, für die ganz bewusst Personalressourcen aufgewendet werden. Anbieter A2 erläutert, dass es besonders in ländlichen Bereichen für die Sympathie in der Anbahnung einer Helferbeziehung förderlich sei, „dass jemand […kommt,] der ansprechbar ist […,] der am besten noch den Dialekt kennt und in einem Verein spielt“ (A2_Anb_I1, Z. 549-551). Das lasse sich nicht digital herstellen oder testen (A2_1). So werden die Vorschläge des Matchingalgorithmus bei Anbieter A2 ganz bewusst ergänzt und abgeglichen mit den individuellen Fall- und Feldkenntnissen der dort tätigen Koordinator:innen, z. B. zu persönlichen Lebensumständen einzelner Bedarfsträger:innen oder Insiderwissen aus lokalen Netzwerken. , Erst dieses Wissen, wie Anbieter A2 im Interview berichtet, gebe dann oft den Ausschlag, dass Helfende angefragt werden, „[wo] du weißt: ‚uh das könnte auch passen‘“ (A2_1, Z. 124-125).

Bei beiden Anbietern zeigen sich also Vorteile, die sich erst aus der Verschränkung digitaler Elemente in der Vermittlung mit nicht-digitalen Aspekten, wie herkömmlichen Kommunikationswegen oder dem Einsatz qualifizierten Personals mit generellen Fach- und/oder lokalspezifischen Feldkenntnissen, ergeben. Obwohl das Vermittlungsprozedere dieser beiden Anbieter im Detail leicht voneinander abweicht, wird deutlich, dass in beiden Fällen versucht wird, die Vorteile einer digitalen Plattform für die Vermittlung zu nutzen, ohne digital bedingte Barrieren für Helfende oder Hilfesuchende zu errichten und die Vorteile herkömmlicher Kommunikationsformen außen vor zu lassen.

Wie zu sehen war, nehmen die Helfenden und Hilfesuchenden Vorteile, die sich aus dem Einsatz digitaler Technologien für sie ergeben, unterschiedlich wahr. Deutlich wurde aber auch: Unabhängig davon, ob Helfende oder Hilfesuchende nun persönlich eher Vor- oder Nachteile damit verbinden, wirkt sich der Einsatz einer Plattform durch den Anbieter zumindest indirekt auch für alle aus, die diese selbst nicht aktiv nutzen. Mit Blick auf entstehende Nutzenvorteile bedeutet dies: Werden die für das Matching erforderlichen Regelprozesse digital ergänzt und unterstützt, können daraus auch für Nicht-Nutzer:innen zumindest indirekt Nutzenpotenziale entstehen, die aber nicht zwangsläufig wahrgenommen werden.

Vermittlungsangebote ohne digitale Vermittlungsplattform

Gesetzt den Fall, dass sie eine Plattform einsetzen würden, sprechen sich auch die beiden Anbieter ohne digitale Plattform im Interview für einen – im oben geschilderten Sinn – hybriden Ansatz aus, der dem von Anbieter A1 und A2 grundsätzlich ähnelt. Anbieter A3 und A4 legen beide vor allem Wert darauf, durch das Beibehalten von persönlichen und telefonischen Kontaktkanälen digitale Barrieren zu vermeiden. Denn, so diese beiden Anbieter, nicht alle Personen ihrer Nutzer:innencommunities könnten mit digitaler Technik hinreichend umgehen. Dies gelte in Besonderem für die Hilfesuchenden, die in der Regel höheren Alters seien und teils nicht über die nötigen Endgeräte oder gar einen Internetzugang verfügten (A3, A4, A4_HI_1). Andersherum sei die Hemmschwelle, einen Telefonanruf zu tätigen, insbesondere bei älteren Menschen deutlich geringer, sodass die Erreichbarkeit per Telefon aus Sicht von Anbieter 4 weiter ein wichtiger Zugang zwischen Klientel und Vermittlungsanbieter sei (A4).

Wie auch bei den Vermittlungsangeboten mit Plattform ist den Anbietern A3 und A4 das persönliche Gespräch bei der Kontaktaufnahme mit Hilfesuchenden und zur Abklärung von deren tatsächliche Unterstützungsbedarfen wichtig (A3, A4). Auch informelle Begegnungsorte wie Bürgertreffs oder Gemeindecafés sind aus Sicht des in einer ländlichen Gemeinde situierten Anbieters 4 für Helfende und Hilfesuchende relevant, um zunächst zwanglos und unverbindlich mit dem Vermittlungsanbieter in Kontakt zu treten (A4). Ähnlich zu den Anbietern A1 und A2 setzen auch die beiden Anbieter A3 und A4 auf

das persönliche Gespür im Kontext der Vermittlungsarbeit (A3, A4). Da die Anbieter keine dauerhaften Hilfebeziehungen vermitteln, spielt die Zuneigung zwischen den Beteiligten allerdings eine vergleichsweise geringere Rolle. Die Relevanz des Zwischenmenschlichen zeigt sich bei den Anbietern entweder im Erstkontakt zu den Helfenden (A3) und Hilfesuchenden (A3, A4), um ein Gespür für Personen zu bekommen oder bei Telefonaten, wie etwa bei Problemen im Nachgang zu erbrachten Hilfeleistungen (A3, A4).

Was digitale Unterstützungsmöglichkeiten in der Hilfevermittlung betrifft, schreiben einzelne Helfende immerhin dem pragmatischen Einsatz von WhatsApp schon greifbare Vorteile zu – auch wenn hier noch nicht klar wird, ob damit in erster Linie Vorteile für den Anbieter als Organisation oder auch das Nutzerklientel gemeint sind:

> *„Vorher haben die Leute immer da in der Zentrale angerufen. Und die hat dann erst alle Helfer abtelefonieren müssen, wer hat Zeit. […] Und so läuft halt das gleich, da steht meistens schon die Telefonnummer drin in der WhatsApp, da kann man gleich direkt Kontakt aufnehmen“ (A4_EA_1, Z. 139- 155).*

Im direkten Vergleich mit den Engagierten der Anbieter A1 und A2 kann die Usability durch den Mangel einer Plattform keine Rolle spielen. Die Usability digitaler Technik spielt aber auch für Engagierte des Anbieters A4 eine Rolle: So erscheint die Vermittlung per WhatsApp für Smartphone-Nutzer vergleichsweise barrierearm, denn trotz ihres vergleichsweise hohen Altersdurchschnitts scheint auch für diese Personengruppe inzwischen zu gelten: „WhatsApp ist Gang und Gäbe“ (A4_EA_4, Z. 537f).

Die hilfesuchenden Klient:innen des Anbieters A4 thematisieren selbst keine Barrieren, nutzen allerdings auch kein WhatsApp und rufen ausschließlich per Telefon beim Anbieter an, um Hilfe zu erhalten. Die Befragten wissen allerdings die telefonische, persönliche und verbindliche Erreichbarkeit des Vermittlungsanbieters zu schätzen (A4_HI_1,2). Dies lässt sich auf Seiten der Hilfesuchenden als vorsichtigen Hinweis auf das Nicht-bestehen digitaler Barrieren und folglich eine erfolgreiche hybride Vermittlungsgestaltung bewerten.

6.2 Weitere Nutzenaspekte der untersuchten Vermittlungsangebote

In diesem Kapitel werden Nutzenaspekte dargestellt, die sich nicht aus der digitalen Unterstützung des Vermittlungsprozesses ergeben – jeweils aus Sicht der befragten Anbieter einerseits sowie ihrer Engagierten und Hilfesuchenden andererseits. Der Betrachtungsfokus liegt auch hier auf Nutzenaspekten, welche sich nicht direkt aus der Hilfeleistung bzw. der Stillung des Hilfebedarfs ergeben. Das Kapitel folgt derselben Vergleichslogik wie das Kapitel 6.1 und vergleicht die genannten Nutzenaspekte der Vermittlungsanbieter mit denen der Engagierten und Hilfesuchenden.

6.2.1 Qualitätssteigernde Merkmale der Hilfevermittlung für Nutzende

Vermittlungsangebote mit digitaler Plattform

Ein Qualitätsaspekt der Hilfevermittlungsangebote für Engagierte liegt für die befragten Anbieter bei Beratungs- und Begleitungsangeboten für die Engagierten. Anbieter A1 spricht für die Engagierten allgemein vom „Schutzmäntelchen der Fachkräfte“ (A1, Z. 515), das bei Problemen und Grenzfällen in den Hilfebeziehungen unabdingbar sei. Für den Anbieter ist die Notwendigkeit der Beratung für Engagierte nicht zuletzt durch teils herausfordernde Krankheitsbilder der hilfesuchenden Klient:innen erforderlich, z. B. wenn Engagierte von einer demenziell erkrankten Person des Diebstahls bezichtigt werden (A1). Auch Anbieter A2 hält Betreuungsangebote für Engagierte für relevant. Im Vergleich zu A1 typisiert A2 jedoch die, seiner Erfahrung nach, betreuungsbedürftigen Personen: „diese 10, 15 Prozent [der Engagierten], die extra Betreuung brauchen“ (A2 _I1, Z. 94-95; Ergänzung des Autors). Deren Betreuungsbedarfe im Kontext der Hilfebeziehung entstünden meist durch psychische Erkrankungen, Sprachprobleme oder Prekarität durch staatliche Bezüge der Engagierten (A2_I1).

Befragte Engagierte der Anbieter A1 und A2 berichten nicht von der Inanspruchnahme der Beratungsangebote der Anbieter oder von notwendigen Interventionen. Übereinstimmend mit den Anbietern halten sie dennoch die Möglichkeit, auf Unterstützung durch die Anbieter zurückgreifen zu können, für wichtig (A1_EA_1,2,3,4; A2_EA_1,2,5). Die Engagierten des Anbieters A2 schildern Szenarien aus ihren Hilfetätigkeiten, welche die Relevanz verfügbarer Beratungs- und Unterstützungsangebote verdeutlichen. Beispielhaft werden Abgrenzungsfragen gegenüber pflegerischen Tätigkeiten, wie Hilfe beim Duschen (A2_EA_1), oder Fußnägel schneiden (A2_EA_2) seitens der Engagierten geschildert. Ähnliche Szenarien sind auch im Fall der Engagierten des Anbieters A1 denkbar, wurden aber nicht thematisiert. Befragte beider Anbieter erzählten von herausfordernden Erfahrungen mit Blick auf die eigene Biografie, z. B: Hilfesuchende mit dem gleichen Krankheitsbild, verstorbene Ehepartner (A1_EA_4) oder Schuldgefühle nach dem Versterben einer Klientin, einem Klienten (A2_EA_5).

Vor dem Hintergrund der Herausforderungen im Engagement für hilfsbedürftige ältere Menschen durchlaufen die Engagierten beider Anbieter eine Schulung zum Alltagshelfer (A1, A2_1,2). Diese Helfendenschulungen sind durch die Anerkennung der Hilfevermittlungsangebote nach §45a SGB XI verpflichtend, variieren jedoch durch unterschiedliche landesrechtliche Ausgestaltung. Beide Anbieter bieten ergänzende Fortbildungsangebote zu Themen wie Pflege und Gesundheit als Mehrwert an. Aber auch Grenzziehungsfragen in der Hilfebeziehung spielen in den Fortbildungen eine Rolle (A1_Website; A2_1).

Engagierte sehen den zentralen Mehrwert der Fortbildungsangebote mit Blick auf die Abgrenzungsfragen in der Hilfebeziehung oder herausforderndem Verhalten der Hilfesuchenden, was für mehrere Befragte die Hauptmotivation für die Teilnahme darstellt (A1_EA_1, 2, 3, 4; A2_EA_1, 2, 5). Abgesehen von deren Inhalt sehen Befragte aber nicht zuletzt den dortigen Austausch mit anderen Helfenden, der Sicherheit im Engagement gibt, als nutzenstiftend an:

> *„Man ist ja wirklich alleine vor Ort […], ist das, was ich mache, noch in dem Engagement drin? […A]ber da merke ich, dass andere Personen einfach [...] manchmal Personen haben, die ein bisschen mehr verlangen oder kann man sich da gut abgrenzen? Oder solche Sachen, dass man da einfach mehr darüber erfahren kann im Austausch" (A1_EA_1, Z. 358-374).*

Ähnlich berichtet auch der Anbieter A2 von einer herausfordernden Situation, die kollaborativ im Rahmen eines Helfertreffens gelöst werden konnte:

> *„Beispielsweise ähm ‚meine Klientin zwingt mich, auf die Knie zu gehen und zu putzen'. Will es gar nicht wissen, was für ein Rassismus das war. Sie war nämlich [Herkunftsland Helferin] und sie war eine Urdeutsche und so. Aber durch die Gruppenberatung hat dann die [Herkunftsland Helferin] sich getraut einen Wischmopp einzufordern. Und die Klientin musste dann einen Wischmopp kaufen" (A2 _1, Z. 224-228).*

Anbieter A2 sieht einen speziellen Mehrwert dieser Fortbildungen mit Blick auf das Heranführen an den ersten Arbeitsmarkt (A2_1). Diesen Nutzen für den eigenen Lebenslauf sehen auch zwei der Engagierten des Anbieters (A2_EA_2,4). Eine Befragte erklärt: „[N]atürlich ist das schön, wenn man irgendwie noch so eine Urkunde oder ein Zertifikat bekommt, dass man da was gemacht hat" (A2_EA_2).

Einen weiteren Qualitätsaspekt des Vermittlungsangebots sehen **Anbieter** im Versicherungsschutz für die Engagierten (A1, A2). Anbieter A1 sieht den Vorteil des Versicherungsschutzes besonders in Abgrenzung zu den sogenannten Einzelhelfern, die ohne Organisationsanbindung auch über den §45 SGB XI abrechnen dürfen und die sich selbst versichern müssen:

> *„Was ist denn jetzt der Einzelhelfer? […] ‚Der ist zwar unfallversichert, aber ist denn der haftpflichtversichert? Und hat denn der eine Dienstreise-Kaskoversicherung? [W]as macht der denn dann, wenn er selber während seines Einsatzes einen Unfall baut?' Dann muss er halt die Kiste SELBER bezahlen" (A1, Z. 549-554*).

Die Engagierten bewerten den Versicherungsschutz anbieterübergreifend heterogen. Für einige spielt er eine wichtige Rolle (A1_EA_2,4 / A2_EA_1,3), andere wissen um den

Schutz, sehen aber keinen besonderen Vorteil darin (A1_EA_1,3 / A2_EA_5) oder sind nicht über ihren Versicherungsschutz informiert (A2_EA_2, 4).

Hilfesuchende Klient:innen profitieren implizit von den Schulungen der Engagierten, da diese eine Qualifikation durchlaufen. Die Schulungen nennt nur der Anbieter A1 explizit als Vorteil (A1_Website). Anbieter A2 thematisiert die Leistungen geschulter Helfender nicht als Vorteil für die Hilfesuchenden, auch wenn diese Anerkennung nach §45 SGB XI nur die Leistung geschulter Engagierter in Anspruch nehmen können und dieser Vorteil – zumindest theoretisch – auch für Hilfesuchende des Anbieters A2 gelten. Die Hilfesuchenden thematisieren die Schulungen der Engagierten nicht als Vorteil. Auch den Versicherungsschutz der Engagierten erwähnen die befragten Hilfesuchenden nicht als Vorteil.

Beide Anbieter legen Wert auf die persönliche Eignungsprüfung der Engagierten und betrachten die Beratung- und Begleitungsaspekte als zentrale Qualitätsmerkmale für Hilfesuchende (A1, A2_1). Die Anbieter unterscheiden sich jedoch in der Ausgestaltung dieser Qualitätsaspekte und der Gewichtung der Auswahlkriterien für neue Engagierte. Anbieter A1 fordert neben einer Ausweiskopie und einem polizeilichen Führungszeugnis auch eine persönliche Prüfung der Helfenden. Ausschlussgründe können hier religiöses Missionieren oder der Versuch das Engagement als Trauerbewältigung zu nutzen (A1). Nicht zuletzt spielt auch ein gepflegtes Äußeres für den Anbieter A1 eine Rolle, da er sie als „Visitenkarte nach außen“ (A1, Z. 33-34) sieht. Nach einer Passung durch die Plattformsoftware findet das erste Kennenlernen zwischen Engagierten und den hilfesuchenden Personen in Begleitung statt, um die gegenseitige Sympathie und ein Funktionieren der Hilfebeziehung sicherzustellen (A1).

Auch der Anbieter A2 prüft die Führungszeugnisse der Engagierten, legt aber weniger Wert auf Kriterien wie Erscheinungsbild und Auftreten der Person. Vielmehr betont er das Herstellen individueller Passung in der Hilfebeziehung: „Jedes Töpfchen sein Deckelchen, ne? […] Wenn man die […] zusammen kriegt, ist [das] natürlich optimal“ (A2_1, Z. 270-275). Entsprechend diesem Ansatz begleitet der Anbieter auch das erste Kennenlernen zwischen Engagierten und Hilfesuchenden nach einer Passung durch die Plattform nicht. Die Beteiligten werden aber nach ihrem Kennenlerngespräch beiderseitig gefragt, ob die Hilfepaarung auch auf persönlicher Ebene als passend empfunden wird (A2_1).

Zugleich bieten beide Anbieter den Hilfesuchenden bzw. ihren Angehörigen Beratungsangebote zur pflegerischen Situation an, die über die Hilfebeziehung hinaus gehen (A1, A2_1), was Befragte positiv bewerten (A1_HI_1,3; A2_HI_2). Noch vor den genannten Qualitätsaspekten bemessen Hilfesuchende bzw. ihre Angehörigen die Qualität des Angebots anhand der Verlässlichkeit durch Vertretung bei Krankheit oder Urlaub. Diese

ist für Hilfesuchende nicht immer gegeben, besonders wenn Helfende kurzfristig ausfallen(A1_HI_1,2; A2_HI_1). Nach eigenem Bekunden bemüht sich Anbieter A1 auch um Ersatz im Krankheitsfall (A1). Dieser scheint aber, nach Ansicht der Hilfesuchenden, nicht immer erfolgreich zu sein. Mit positiver Intention bezeichnet eine Hilfesuchende das gesamte Vermittlungsangebot von A1, in Kombination mit den umfassenden Unterstützungsangeboten, als „eierlegende Wollmilchsau“ (A1_HI_1, Z. 144).

Vermittlungsangebote ohne digitale Plattform

Im Unterschied zu den Vermittlungsangeboten mit digitaler Plattform der Anbieter A1 und A2 zeigen sich bei den Anbietern A3 und A4 deutlich weniger formalisierte Prozesse, die Angebotsqualität betreffend. Beispielsweise sehen beide Anbieter von einer Vorlage und Prüfung des polizeilichen Führungszeugnisses ab (A3, A4). Grundlsätzlich legen beide Anbieter Wert auf ein persönliches Kennenlernen der Engagierten als Sicherheitsmechanismus vor der Vermittlung in Hilfseinsätzen, um ein Gespür für die Person zu bekommen (A3, A4). Besonders bei A3 fungiert das Kennenlernen als erster Filter, um Personen mit psychischen Auffälligkeiten und anderen Ausschlusskriterien nicht an Hilfesuchende weiterzuvermitteln (A3).

Im Kontrast zu den formell anerkannten Vermittlungsangeboten der Anbieter A1 und A2 erfolgt die Prüfung auch auf Seiten der Hilfesuchenden. Denn durch die nicht formell anerkannten Bedarfslagen der Hilfesuchenden sehen die Vermittlungsanbieter die Thematik des *Ausnutzens* der Helfenden und des Hilfsangebots allgemein (A3, A4). Ausschlussgrund ist bei beiden Anbietern der vermeintliche Wohlstand der Hilfesuchenden und deren Möglichkeit, bezahlte Hilfe in Anspruch nehmen zu können. Anbieter A3 macht dies exemplarisch an ihrem Wissen um die wohlhabenden Lebensumstände einer Hilfesuchenden in einer reichen Wohngegend fest (A3). Anbieter A4 erklärt, dass viele eine „billige Haushaltshilfe“ (A4, Z. 261) wollten, was sie als Verein ausschließen. Die beiden Anbieter übernehmen hier eine Clearing-Funktion, also eine Prüfung der Helfenden und Hilfesuchenden.

Auch Engagierte des Anbieters A4 thematisieren das Ausnutzen der Hilfeleistung durch hilfesuchende Personen, wie auch der Anbieter A4 machen sie vor allem monetäre Faktoren stark (A4_EA_1,3). Gleichwohl erklärt ein Befragter, dass man den Menschen ihre Hilfebedürftigkeit nicht ansehe: „[W]enn ich nicht wüsste, dass der zum Beispiel mit dem Rasenmäher Asthma hat und einfach nicht kann- ich würde auch sagen ich werde auch ausgenutzt“ (A4_EA_1, Z. 259-261). Das Clearing des Anbieters erwähnen Engagierte nicht als Qualitätsvorteil und Nutzen für sich, wohl auch weil im Zweifelsfall eher geholfen wird: „[I]ch kann auch schlecht hingehen und sagen, nein, ich helfe euch nicht, Ihr seid mir zu wohlhabend“ (A4_EA_3, Z. 166-167).

Weder Anbieter A3 noch Anbieter A4 setzen eine offizielle Schulung der Helfenden wie bei A1 oder A2 voraus (A3, A4). Auch Engagierte selbst sehen keinen gesonderten Schulungsbedarf für die Kerntätigkeiten in der Nachbarschaftshilfe (A4_EA_2,3,5). Ein Befragter führt aus:

> *„Warum muss ich nachweisen, dass ich einkaufen gehen kann, wenn ich das das ganze Leben für mich selber mache? Ja völliger Quatsch in meinen Augen!" (A4_EA_2, Z. 569-571).*

Gleichwohl erkennen er und ein anderer Befragter auch die grundlegende Bedeutung des Wissens um Krankheitsbilder und Verhaltensweisen in Bezug auf Demenz oder ähnliche Erkrankungen an (A4_EA_1,2). Entsprechende Fortbildungen können bei Netzwerkpartner des Anbieters A4 besucht werden (A4). Anbieter A3 bietet als Anreiz für Helfende auch selbst Schulungen an, z. B. zur Sturzprophylaxe. Ein Bezug zum Thema Pflege ist aber nicht zwingend gegeben. Beispielsweise werden auch Achtsamkeitsseminare angeboten, um den Helfenden über das Engagement hinaus Mehrwerte zu bieten (A3, A3_Website).

Ähnlich wie die Anbieter A1 und A2 setzen auch die Anbieter A3 und A4 auf die persönliche Ansprechbarkeit im Rahmen von Beratung für Engagierte und für Hilfesuchende. Durch die überschaubare Größe ist der Anbieter A3 für seine Klientel vor Ort auch persönlich ansprechbar und rahmt dies als Aspekt der Angebotsqualität auch im Sinne der Sicherheit für Engagierte und Hilfesuchende als „Sicherheitsaspekt, dass sie halt auch wissen, dass wir da so dazwischenstehen" (A3, Z.388f). Anbieter A4 verlässt sich auf den informellen und niedrigschwelligen Austausch mit Helfenden und Hilfesuchenden des Vereins, z. B. im Rahmen von gemeinsamen Treffen mit Engagierten oder beim zufälligen Treffen im Dorf. Viele Anliegen von Engagierten oder Hilfesuchenden ließen sich bereits nach kurzen Telefonaten lösen (A4).

Engagierte des Anbieters nehmen die Ansprechbarkeit nicht als Qualitätsmerkmal wahr. Keine der befragten Engagierten musste auf eine Beratung durch den Vermittlungsanbieter wegen Problemen im Engagement setzen. (A1_EA_1,2,3,4,5). Gleichwohl berichten zwei der Befragten vom Mehrwert des Austauschs der Helfenden untereinander und der Möglichkeit sich auf die Erfahrungen anderer verlassen zu können (A4_EA_1,5).

Anbieter A3 bietet seinen Helfenden eine Haft- und Unfallversicherung und erwähnt diese als Vorteil für die Helfenden (A3). Der Anbieter A4 selbst begreift die Haftpflichtversicherung der Helfenden als eine Grundleistung des Vereins, da er nicht um deren Versicherungsstatus weiß (A4). Der Anbieter sieht aber keine gesonderte Relevanz für Versicherungen, denn einerseits sind gewisse Tätigkeiten wie etwa Elektro- oder

Wasserinstallation ausgeschlossen, andererseits komme „der gesunde Menschenverstand dazu“ (A4).

Die Engagierten bewerten den Versicherungsschutz unterschiedlich: Zwei Befragte finden den Schutz sinnvoll, da Unfälle oft schnell und unvorhergesehen entstehen können (A4_EA_1,3). Ein Befragter berichtet von seiner hohen Risikobereitschaft und der Irrelevanz der Versicherung. Er habe sich nahezu erpresst gefühlt, als er wegen der Versicherung im Verein beitreten sollte, da er auch ohne eine Mitgliedschaft geholfen hätte (A4_EA_5).

Hilfesuchende thematisieren im direkten Vergleich weniger Qualitätsaspekte der Vermittlungsangebote, allerdings bieten die Vermittlungsanbieter A3 und A4 auch keine umfassenden Beratungs- und Begleitungsleistungen an – zumal hier auch keine gesetzlichen Vorgaben existieren. Dennoch heben Hilfesuchende die niedrigschwellige und kurzfristige Erreichbarkeit des Anbieters A4 wertschätzend hervor. Auch wissen sie die Verlässlichkeit der Hilfe zu schätzen (A4_HI_1,2). Verlässlichkeit bedeutet hier nicht die regelmäßige und verlässliche Unterstützung, sondern ein- oder mehrmalige unregelmäßige Hilfe, die dennoch verlässlich geleistet wird (A4_HI_1,2).

6.2.2 Wirtschaftlicher Nutzen für Engagierte und Hilfesuchende

Vermittlungsangebote mit digitaler Plattform

Die Anbieter A1 und A2 führen beide die Zahlung einer Aufwandsentschädigung als Nutzen für die Engagierten an, allerdings unterscheidet sich deren Einschätzung bezüglich der Relevanz der Aufwandsentschädigung. Anbieter A1 bewertet die Aufwandsentschädigung als Nutzenaspekt für Engagierte – mit Blick auf die recht kurzen Äußerungen im Vergleich zu Vorteilen des Digitalen und Aspekten wie Begleitung und Qualifizierung – eher nachrangig (A1).

Für die Anbieter A2 ist die Zahlung der Aufwandsentschädigung ein starkes Nutzenargument für die Engagierten, die er oft auch über Kooperationen mit den Jobcentern bezieht:

> *„Aber diese 3000 Euro steuerfrei sind schon ein ganz gutes Argument, weil die Ämter oder die Würdenträger in den Ämtern uns teilweise auch schon Helfer geschickt haben, ne?“ (A2_2, Z. 340-341).*

Die attraktive Zuverdienstmöglichkeit für Engagierte hilft dem Anbieter auch ausreichend Engagierte für sein Vermittlungsangebot zu gewinnen. Für die Engagierten aus dem Jobcenter identifiziert der Anbieter zudem weitere Vorteile, die auch den Wiedereinstig in das Arbeitsleben erleichtern sollen:

> *„Aber wenn sie irgendwie einmal die Woche oder zweimal die Woche irgendeine Oma besuchen müssen oder für die irgendwas erledigen, dann haben die eine Aufgabe. Das ist eine Sinnkomponente. Gleichzeitig auch eine Struktur und bisschen Vorfühlen vom Arbeitsmarkt" (A2_1, Z. 387- 390).*

Die unterschiedliche Bedeutung der Aufwandsentschädigung setzt sich auch bei den Helfenden der Anbieter fort. Die Befragten des Anbieters A1 nehmen die Aufwandsentschädigung gerne an, bewerten diese nicht als ausschlaggebend für das Engagement (A1_EA_1,2,3,4). Ein Befragter mutmaßt, dass die Aufwandsentschädigung ein Wettbewerbsvorteil bei zwei identischen Vermittlungsanbietern sein könnte, sofern die Engagementbedingungen gleich sind (A1_EA_3). Den anderen Befragten geht es bei der Aufwandsentschädigung vor allem darum „nicht draufzahlen" (A1_EA_4, Z. 450) zu müssen. Ein anderer Befragter erklärt hierzu: „Also ja, ich habe ein bisschen Unkosten. Also, deswegen finde ich das schon in Ordnung" (A1_EA_2, Z. 460-464). Die Befragten sehen den Nutzen der Aufwandsentschädigung vor allem in einer Senkung ihrer Kosten, die im Engagement durch Fahrten oder Ähnliches entstehen können.

Engagierte des Anbieters A2 bewerten die Aufwandsentschädigung heterogener: Sie rangiert in der Wertung als netter Nebeneffekt (A2_EA_1,5) bis zum Kernmotiv der Aufnahme des Engagements. Im Unterschied zu den Befragten des Anbieters A1 nennen diese den Geldverdienst als primäre Motivation zur Aufnahme des Engagements (A2_EA_2,3,4). Dennoch schließt der Zuverdienst als Hauptmotivation nicht den Sinngehalt der Engagementleistung aus. Eine Befragte berichtet davon, anfangs nur einen Putzjob gesucht zu haben, später aber auch als Gesprächspartnerin zum Trösten „[…]ein weiteres Aufgabenfeld auf einmal dazubekommen" (A2_EA_2), zu haben. Die Befragte (A2_EA_2) erwähnt explizit auch das Herantasten an den Arbeitsmarkt als Grund für das Engagement beim Anbieter, da sie langsam auf eigene Konditionen das Tätigkeitsvolumen steigern könne.

Mit Blick auf die Preisgestaltung des Vermittlungsangebots für Hilfesuchende unterscheiden sich die Anbieter A1 und A2 hinsichtlich der veranschlagten Kosten pro Stunde Unterstützungsleistung durch die Engagierten. Bei beiden Anbietern wird von den Hilfesuchenden fast ausschließlich der Entlastungsbetrag der Pflegekasse in Höhe von 125 Euro genutzt (A1; A2_1) Zuzahlungen für mehr Unterstützung wird nur von einem geringen Anteil der Hilfesuchenden geleistet (A1, A2_1). Mit Blick auf die Hilfesuchenden stellt sich bei der Preisgestaltung deshalb die Frage, wie viel Unterstützungsleistung durch Engagierte mit dem Fixbetrag von 125 Euro erreicht werden kann.[11]

[11] Bei Anbieter A1 erhalten Hilfesuchende 5h Hilfe für 125 Euro. Bei Anbieter A2 erhalten sie 6h Hilfe für 125 Euro (vgl. Kap. 5.1 und Kap. 5.2)

Die Hilfesuchenden der Anbieter bewerten das Preis-Leistungs-Verhältnis des Angebots unterschiedlich: Eine Befragte bezeichnet das Angebot wegen der Finanzierung durch die Pflegekasse als „kostenfrei“ (A1_HI_1, Z.138). Eine andere Befragte empfindet das Preis-Leistungs-Verhältnis des Angebots vor dem Hintergrund der umfassenden Begleitangebote von Anbieter A1 als gerechtfertigt. Eine Hilfesuchende empfindet den Preis des Anbieters A2 zu hoch, da ungelernte Personen zu viel Gehalt bekämen (A2_HI_1). Bei beiden Anbietern bemessen finanziell gut gestellte Hilfesuchende dem Preis keine große Rolle zu, ihnen geht es vor allem darum, Hilfe zu bekommen und der Preis ist nachrangig (A1_HI_2, A2_HI_2).

Vermittlungsangebote ohne digitale Plattform

Beide Vermittlungsangebote ohne digitale Plattform sehen die Aufwandsentschädigung primär als Anerkennung der Hilfeleistung der Engagierten. Für Anbieter A4 muss diese monetäre Anerkennung ergänzt werden durch persönliche Wertschätzung im Austausch mit Helfenden oder einem Weihnachtsessen für Engagierte (A4). Anbieter A3 erklärt; „[M]an kann nicht erwarten, dass die Leute das ganz umsonst machen. Die haben ja auch Benzinkosten und haben wenig Zeit.“ (A3, Z. 62f). Die Aufwandsentschädigung fängt also auch mögliche monetäre Mehrkosten der Engagierten auf.

Ähnlich zur Perspektive der Anbieter betonen die Engagierten von A4, dass finanzielle Anreize wie eine Aufwandsentschädigung keine bedeutende Rolle neben der symbolischen Anerkennungsfunktion für die Hilfeleistung der Engagierten spielen. Ein Befragter erklärt:

> *„Das ist nur unter Mindestlohn, wenn einer so rechnet. […] ich glaube, das Wichtigste ist, dass er überzeugt ist. Es geht da weniger um Geld oder sonstige materiellen Vorteile“ (A4_EA_2, Z. 492-495).*

Im Vergleich zu den Engagierten der Anbieter mit Plattform scheint auch die Senkung der Opportunitätskosten keine ausgeprägte Rolle zu spielen, zumindest thematisiert keiner der Engagierten entstehende Mehrkosten durch das Engagement. Dies könnte auch durch die vergleichsweise punktuellen Hilfseinsätze bei A4 (und auch A3) liegen. Für die Helfenden spielen andere Motive eine deutlichere Rolle. Ein Helfer berichtet, dass er das Geld gar nicht annehme, ihm gehe es ausschließlich darum, ´Gutes zu tun´ (A4_EA_5). Andere Befragte berichten, dass es vor allem darum gehe, Gemeinschaft im Verein und Wertschätzung durch die Hilfesuchenden zu erfahren (A4_EA_1,2,4).

Ähnlich zu den Anbietern A1 und A2, beschrieben A3 und A4 das Preis-Leistungsverhältnis ihrer Vermittlungsangebote als Vorteil für die Hilfesuchenden (A3, A4). Anbieter A4 spricht im Vergleich zu professionellen Dienstleistern wie Gärtner:innen und Taxiunternehmen von einem „finanziellen Vorteil“ (A4, Z. 647f). Diese Vorteile sollen vor

allem ökonomisch Bedürftigen zur Verfügung stehen. Denn anders als die Anbieter A1 und A2, die durch die formelle Anerkennung keine Hilfeanfragen ausschließen, verifizieren die Anbieter A3 und A4 die Unterstützungsbedarfe der Hilfesuchenden, um ein Ausnutzen des günstigen Angebots und der Engagierten zu vermeiden (vgl. Kap. 6.2.1). Anbieter A3 erklärt, dass Vermittlungsangebot sei „für Leute, die nicht so viel Geld haben“ (A3, Z. 259). Auch Anbieter A4 macht deutlich, man versuche Leute auszuschließen, die eine „billige Haushaltshilfe“ (A4, Z. 261) wollten.

Die Bewertungen der Hilfesuchenden fallen im Vergleich zu den Hilfesuchenden der Anbieter A1 und A2 homogen aus. Sie stufen die das Angebot als kostengünstig ein (A4_HI_1, HI_2). Eine Befragte erklärt mit Blick auf eine regelmäßige Haushaltshilfe: „Das kannst du nicht machen, könnte ich nicht machen, finanziell. Von der Hilfe, also da bin ich schon froh, dass ich so durchkomme mit diesen Hilfen“ (A4_HI_1).

6.3 Gesellschaftlicher Nutzen der Vermittlungsangebote

Im Folgenden werden Nutzenaspekte der Vermittlungsangebote beschrieben, welche über den individuellen Nutzen der Anbieter, der Hilfesuchenden oder der Nutzenden hinausgehen und auch auf gesellschaftlich aggregierter Ebene auftreten.

Vermittlungsangebote mit digitaler Vermittlungsplattform

Die Anbieter A1 und A2 – beides Anbieter mit digitaler Vermittlungsplattform – sehen ihr Hilfevermittlungsangebot als einen Baustein in der Bewältigung des Versorgungsnotstandes in der Pflege. Die Anbieter verfügen über eine Anerkennung nach §45a SGB XI, sodass hilfesuchende Personen ihren Entlastungsbetrag in Höhe von 125 Euro und weitere Finanzierungstöpfe nutzen können, um die Unterstützung durch die beim Anbieter registrierten Engagierten in Anspruch nehmen zu können. A1 und A2 unterscheiden sich hinsichtlich ihrer strategischen Herangehensweise.

Anbieter A1 erklärt, das Ziel seines Vermittlungsangebots sei „eine Versorgungsverbesserung von hilfebedürftigen Menschen und vor allem Pflegebedürftigen und auch pflegende Angehörige [zu] entlasten" (A1, Z. 510-512). Hierzu strebt er einen „Mix […] in der Versorgung zwischen Fachkräften und Laienkräften“ (A1, Z. 540f) an. A1 lässt eine stark technologieorientierte, eher instrumentell anmutende Vision erkennen, wenn er ausführt, „dass wir halt mit unserer logistischen Denke und der Digitalisierung, aber natürlich auch durch die Fachkräfte und das moderne Ehrenamtsmanagement einen wertvollen Beitrag zur Versorgung von hilfebedürftigen Menschen leisten können“ (A1_Z. 274-277). Das digitale Ehrenamtsmanagement meint beim Anbieter A1 vor allem die Vermittlungsplattform, die die Hilfevermittlung und das Auftragsmanagement erleichtert.

Ähnlich erklärt Anbieter A2, die Versorgungsverbesserung für Pflegebedürftige zum Mehrwert seines Vermittlungsangebots. Im Gegensatz zu A1 setzt A2 zum Erreichen dieses Ziels auf die Förderung der Solidarität vor Ort. Anbieter A2 betont dabei explizit, dass es darum gehe, "dass die Leute sich gegenseitig helfen. [...] Wir haben Versorgungsnotstand. Und den zu mildern. Dafür ist mir jedes Mittel recht" (A2_I1, Z. 292-294). Er unterstreicht den gesamtgesellschaftlichen Nutzen des Vermittlungsangebots durch gegenseitige Hilfe und die Förderung des sozialen Zusammenhalts (A2_I1).

Der genossenschaftlich verfasste Anbieter A2 verfolgt, im Gegensatz zu A1, eine weit umfassendere, stärker auf das Gemeinwesen und die gesamtgesellschaftlichen Lebensbedingungen abzielende Vision, vor deren Hintergrund das eigene Vermittlungsangebot als ein Baustein der sozialen Sicherung und gesellschaftlichen Integration verstanden wird:

> *„[I]ch träume [...]von so einer sozialen Sicherung [...] Dass wir irgendwie so eine Sicherungssäule hinkriegen irgendwie, [...] dass man eine Wohnung hat, dass man das Essen durch die Genossenschaft kriegt, dass man die Nachbarschaft hat [,...] soziale Sicherung" (A2_1, Z. 344- 354).*

Das nach §45a SGB XI anerkannte Hilfevermittlungsangebot begreift der Anbieter A2 als einen Baustein zu einer Versorgung ohne „Vermarktlichung existenzieller Bedürfnisse“ (A2_I1, Z. 321). Die überlebensnotwendigen Versorgungsbedarfe älterer Menschen sollen keine Grundlage für kapitalistische Gewinnmaximierung bieten. Vielmehr soll unter den Mitgliedern des genossenschaftlichen Vermittlungsangebots Solidarität gestiftet werden, gewissermaßen als Gegengewicht zum gesellschaftlichen Gewinnstreben und damit verbundenen Entsolidarisierungstendenzen. A2 verfolgt letztlich sozialarbeiterische Wirkungen mit seinem Ansatz. Beispielsweise sollen erwerbslose Personen wieder an den ersten Arbeitsmarkt herangeführt werden. Den Engagierten wird bei diesem Anbieter ein ungleich größerer Anteil des von den Klient:innen gezahlten Dienstleistungspreises ausgeschüttet, um eine Zuverdienstmöglichkeit zu bieten (vgl. Kap. 5.1.2). Einen attraktiven Zuverdienst in Aussicht zu stellen wird in diesem Fall auch gezielt zur Engagiertenakquise eingesetzt.

Über die Erbringung der Versorgungsleistung durch die Helfenden hinaus sehen Anbieter A1 und A2 beide das Stiften tragfähiger Solidarbeziehungen als Mehrwert ihrer Vermittlungsangebote. Diese Beziehungen zwischen Helfenden und Hilfesuchenden gingen über die reine Dienstleistungserbringung hinaus (A1, A2). Der Anbieter A1 zitiert eine Klientin, welche die helfende Person gar als „Sonnenschein“ sieht, „der einmal oder zweimal in der Woche zu mir kommt und dann flippt sogar der Kanarienvogel aus" (A1, Z. 355-357). Dass die Hilfebeziehung mehr als nur Dienstleistungserbringung sein soll, steht im Zusammenhang mit dem Selbstverständnis der Anbieter (vgl. Kap. 5). Anbieter A2

erklärt beispielsweise: „Im Zentrum steht die gelungene Hilfebeziehung“ (A2_ 1, Z. 286-287). Dieser Anbieter nutzt für das Matching zwar die Unterstützung eines Algorithmus, misst aber dem individuellen Fallwissen der Vermittler:innen zentrale Bedeutung bei, um wirklich passende und tragfähige Hilfepaarungen vermitteln zu können. Insofern die zu erbringende Dienstleistung eben nicht nur instrumentellen Charakter haben soll, spielt die persönliche Sympathie zwischen Hilfegebern und -nehmern eine wichtige Rolle. Anbieter A1 erwähnt dies im Interview weniger deutlich, gleichwohl lassen sich an der Gestaltung und engen Begleitung der Hilfebeziehungen ähnliche Intentionen ablesen (vgl. Kap. 6.1.4).

Ähnlich zu den Anbietern, sehen Engagierte der Anbieter A1 und A2 einen Mehrwert des Engagements in der Bewältigung des Versorgungsnotstandes vor Ort. Im Unterschied zu den Anbietern betrachten sie weniger das gesamtgesellschaftliche Versorgungsproblem, sondern die Versorgung pflegebedürftiger Menschen im Nahraum, die sie mit individuell sinnstiftenden Motiven verbinden. Beispielsweise erklärt eine Engagierte, ihr Ziel sei es, „ein bisschen in der Nachbarschaft zu unterstützen.“ (A1_EA_1, Z. 91f). Auch eine Engagierte erklärt, ihr ginge es darum, „einen Beitrag zu leisten“ (A2_EA_1, Z. 19). Anderen Engagierten geht es allgemeiner darum, mit ihrem Engagement etwas Gutes zu tun (A1_EA_1,2,3; A2_EA_1,3,5). Anders als bei den Anbietern ist die Abmilderung des Versorgungsnotstandes Bestandteil eines individuellen Motivmix. Dazu gehört neben dem Zuverdienst (vgl. Kap. 6.2.2) auch der Wunsch nach einer individuell sinnstiftenden Tätigkeit als Motiv (A1_EA_1,2,3; A2_EA_1,3,5). Zwar spricht keiner der Befragten von entstandenen Freundschaften, wie es Anbieter A1 erzählt, Engagierte berichten aber von entstandenen Beziehungen, die über die bloße Hilfeleistung hinausgehen, z. B. indem Hilfesuchende getröstet werden (A2_EA_2) oder über die Stundenzahl hinaus Hilfe erbracht wird (A2_EA_5; A1_EA_2).

Hilfesuchende verorten den Nutzen des Vermittlungsangebotes nicht auf einer gesamtgesellschaftlichen Ebene, sondern äußerten in den Interviews vor allem Entlastungsbedarfe, die sie nicht mit dem gesellschaftlichen Versorgungssystem in Zusammenhang brachten. Gleichwohl lassen sich auch bei den Hilfesuchenden Anzeichen für entstehende Solidarbeziehungen finden. Beispielsweise sehen befragte Angehörige von Hilfesuchenden des Anbieters A1 Vorteile in der Sympathie zwischen Engagierten und den Hilfesuchenden. Diese äußert sich individuell z. B. in Erinnerungsarbeit (A1_HI_2,3) oder als Gesprächspartner zum „schimpfen“ (A1_HI_1, Z. 136). über die Familie. Die zwischenmenschliche Komponente wird im Gegensatz zum praktisch-konkreten, mitunter akuten Hilfebedarf, in erster Linie als angenehmer Nebeneffekt betrachtet. Das primäre Motiv bleibt die Entlastung bzw. Unterstützung durch Engagierte (A1_HI_1,2,3). Dies mag auch ein Grund sein, weshalb Hilfesuchende des Anbieters A2 Aspekte, die über die Hilfeleistung hinaus gehen, nicht erwähnen (A2_HI_1,2).

Vermittlungsangebote ohne digitale Vermittlungsplattform

Auch die Anbieter A3 und A4 rahmen ihre Vermittlungsangebote als wichtigen Beitrag, den Versorgungsnotstand zu mildern. Allerdings betonen sie im Vergleich zu Anbieter A1 und A2 dabei ungleich stärker die Bedeutung der eigenen Verankerung innerhalb einzelner Sozialräume und des Sozialsystems vor Ort (A3, A4). Beide Anbieter lassen jeweils eine starke Bindung zum Wirkort ihrer Angebote erkennen und formulieren auch Verpflichtungsmotive gegenüber dem lokalen Gemeinwesen. Beispielsweise deutet A4 das Vermittlungsangebot als „einen gewissen Teil der kommunalen Daseinsvorsorge im Alter. […] Eigentlich […] übernehmen wir diese kommunalen (...) Aufgaben“ (A4, Z. 843-846). Auch Anbieter A3 verortet das Vermittlungsangebot als Teil einer kommunalen Hilfestruktur, die als Gemeinschaftsaufgabe gedeutet wird:

> *„[D]a muss einfach jeder ein bisschen anpacken. Und ja, das ist einfach ein gesellschaftlicher Gedanke. Also wir in [Name Stadt] unterstützen uns da gegenseitig“ (A3, Z. 500-502).*

Durch die Identifikation der Bürger:innen mit ihrem Wohn- bzw. Sozialraum stärken sich informelle Hilfestrukturen, die zu einer Entlastung der Versorgungsstrukturen beitragen sollen. Anbieter A3 erklärt beispielsweise:

> *„Und dann ist es für mich auch, wenn das über die Stadt geht auch so, dass ich einfach weiß [...], dass der Mensch einfach demjenigen am ehesten hilft, wo sie sich zugehörig fühlen. Und der Gruppe hilft, wo sie sich zugehörig fühlen. Und da packt man sie natürlich mit [Name Anbieter] schon so ein bisschen auch an, also ‚Ihr seid jetzt in [Stadt], ihr helft unserer Stadt, dass es gut läuft‘“ (A3 Z. 317-323).*

Über die lokale Verankerung der Hilfsangebote und die Nähe zu den Lebenswelten der Engagierten, wie auch der Hilfesuchenden zielen die Anbieter A3 und A4 auf präventive, stützende Effekte im Sozialsystem ab. Denn die vermittelten Hilfseinsätze in der Häuslichkeit unterstützungsbedürftiger Personen erfüllen nach Ansicht dieser beiden Anbieter auch eine seismografische Funktion für das Sozialsystem als einen positiven Nebeneffekt. Die Helfenden gewinnen direkte Einblicke in Lebenssituationen und Problemlagen von Menschen aus vulnerablen Gruppen. Im Sinne eines informellen, präventiven Hausbesuchs werden dabei mitunter Hilfebedarfe und individuelle Problemlagen offenbart, die sonst unentdeckt blieben und durchs Raster fallen würden:

> *„[W]eil das sind Menschen, die tauchen sonst nirgends auf. Also in keiner Pflegebedarfsplanung, aber auch sonst nirgends, in keinem Sozialgesetzbuch, weil die einfach noch gar nicht [...]die Haushaltshilfe oder diese Unterstützungen [...] bekommen“ (A3, Z. 446-449; ähnlich auch A4, Z. 577-584).*

Melden Helfende besondere Probleme und Bedarfe an die Anbieter weiter, können diese davon ausgehend andere Akteure (z. B. die Kommune oder Pflegedienste) im Hilfe- und Sozialsystem aktivieren (A3, A4). Nicht nur im Einzelfall können Probleme und Bedarfe so sichtbar gemacht werden: Auch auf systemischer Ebene können Lücken (z. B. fehlende Angebote, ungesehene und unerreichte Zielgruppen) aufgezeigt werden (A3). So werden Bedarfslagen bearbeitbar, die sonst nicht oder zu spät erkannt werden würden und noch nicht im Sinne des SGB XI formalisiert sind. Als Nebeneffekt können auf diese Weise institutionelle Lücken in lokalen Versorgungs- und Hilfesystemen für Hilfesuchende geschlossen werden. Damit wird von A3 und A4 ein Nutzenaspekt thematisiert, der sich auch auf systemischer Ebene der lokalen Hilfe- und Sorgestrukturen ausprägt. A3 ergänzt, dass durch rechtzeitige Aktivierung zusätzlicher Hilfsangebote auch der Eintritt einer Pflegebedürftigkeit unter Umständen vermieden oder verzögert werden könne (A3).

Die Anbieter A3 und A4 setzen im direkten Vergleich zu A1 und A2 nicht direkt auf das Entstehen von Hilfebeziehungen und thematisieren diese auch nicht explizit als Nutzen (A3, A4). Dies liegt nicht zuletzt an den nicht-gesetzlich anerkannten Vermittlungsmodellen, die wegen Auflagen des Finanzamtes, nicht in dauerhafte Tätigkeiten vermitteln dürfen (A3, A4). Gleichwohl berichtet Anbieter A3 anekdotisch von einer dauerhaften Hilfebeziehung zwischen einer Studentin und einem an Krebs erkrankten älteren Herren: „Die putzt heute noch bei dem. [...] Das ist keine, [...] kein Minijob. Sondern da ist eine Beziehung entstanden zwischen diesen zwei Menschen“ (A3, Z. 799-802). Dies verdeutlicht den Ansatz von A3, der auf barrierefreie Hilfestrukturen setzt, welche ohne direktes Stiften der Hilfebeziehungen durch den Anbieter, Hilfebeziehungen entstehen lassen sollen.

Ähnlich zu den Engagierten der Anbieter A1 und A2 begreift eine engagierte Person des Anbieters A4 sein Engagement als Beitrag zur Abmilderung des Versorgungsnotstandes (A4_EA_2). Engagierte des Anbieters deuten den Versorgungsnotstand auch als persönliches Problem für ihre eigene Daseinsvorsorge im Pflegefall und nennen Reziprozitätsmotive als ausschlaggebend für ihr Engagement. Mit dem eigenen Älter werden konfrontiert, möchten auch sie gerne unterstützt werden und helfen deshalb solange sie selbst noch dazu fähig sind (A4_EA_1, 2, 4, 5). Gleichwohl erwähnen Engagierte auch das Motiv, etwas Sinnvolles und Gutes tun zu wollen (A4_EA_1,5).

Auch wenn anbieterseitig keine dauerhaften Hilfebeziehungen forciert werden (dürfen), berichtet ein Befragter vom Entstehen einer tieferen Beziehung zu einer Klientin. Der Befragte beschreibt, wie er eine engere Beziehung zu einer alleinlebenden Klientin entwickelt hat, sich verantwortlich fühlt für ihre Situation und auch andere Helfende ermutigt, sich um sie zu kümmern (A4_EA_5). In seiner Hilfebeziehung spiegelt sich latent auch der bereits geschilderte präventive Ansatz des Anbieters A4 wider:

> *„[I]m Dezember kommt jetzt dann die Tochter mit einem Pflegedienst. Und dann muss entschieden werden, was / wie es weitergeht. Und solange fühle ich mich dann halt wirklich sehr, sehr verantwortlich“ (A4_EA_5, Z. 166-169).*

Ähnlich zu den Hilfesuchenden der Anbieter A1 und A2 verorten auch die Hilfesuchenden des Anbieters A4, den Nutzen der Vermittlungsangebote nicht auf gesamtgesellschaftlicher Ebene, sondern auf Ebene ihrer eigenen Bedarfslagen (A4_HI_1,2). Auch Solidarbeziehungen werden nicht explizit erwähnt, dennoch äußert eine Befragte: „Ich bin ja froh, wenn ich dann jemand habe, zum, muss ich ja auch sagen, zum Reden“ (A4_HI_1, Z. 210-213).“ Diese Aussage lässt darauf schließen, dass auch in ihrem Fall die Hilfe mehr ist als nur Dienstleistungserbringung.

7 Diskussion

Mit Blick auf die forschungsleitenden Fragen nach dem Nutzen digitaler Vermittlungsplattformen für Vermittlungsanbieter, Helfende und Hilfesuchende zeigen die Ergebnisse, dass dieser aus deren jeweiliger Perspektive und Kontexten heraus verstanden werden muss. So beschreiben Vermittlungsanbieter mit und ohne Plattformen ähnliche Nutzenaspekte bzw. –erwartungen, die wiederum von dem Nutzen abweichen, die Helfenden und Hilfesuchende für sich sehen.

Die deutlichsten Vorteile der digitalen Vermittlungsplattformen konnten in der Taxonomie des NAAM-Modells auf der **Struktur- und Prozessebene** rekonstruiert werden. Die Vermittlungsanbieter mit Plattformen beschrieben in recht kongruenter Weise ihre eigenen Vorteile durch die Plattformnutzung, die organisationsinternen Prozesse und Workflows betreffend. Sie beschrieben eine Effizienzsteigerung in der Vermittlung von Helfenden und somit eine Senkung der Transaktionskosten durch die Plattformnutzung. Das stützt Befunde zur Effizienzsteigerung durch Plattformen, die Otto et al. (2017) und Hegedüs et al. (2021) ähnlich im Bereich der plattformgestützten Vermittlung von Pflegekräften ermittelten. Anbieterseitig entstehen den hier untersuchten Anbietern solche plattformbedingten Vorteile zunächst durch Rationalisierungsprozesse im Onboarding. Zum Beispiel durch digitale Kontaktformulare, mittels derer direkt ein eigenes Helfenden- oder Hilfesuchendenprofil für die Plattform erstellt werden kann, welches im Nachgang nur noch durch den Anbieter verifiziert und freigeschalten werden muss. Die anschließende Vermittlung, die mittels eines Algorithmus‘ die Profile von Helfenden und Hilfesuchenden abgleicht, beschleunigt den gesamten Interaktionsprozess in der Vermittlung, was in der Folge auch die Spanne zwischen Anfrage und Erbringung von Hilfeleistungen verkürzt.

Die Ergebnisse verdeutlichen auch, dass eine algorithmen-gestützte Vermittlung die Passgenauigkeit im Abgleich individueller Bedarfe, Wünsche und Kapazitäten zwischen Hilfesuchenden und Helfenden fördert. Hier kann zwar auch der Einsatz eines

Messengerdienstes Verbesserungen bieten, wie im Beispiel eines der Anbieter kleinerer Nachbarschaftshilfe ohne Plattform aufgezeigt wurde. Jedoch weist ein Messengerdienst wie WhatsApp neben datenschutzrechtlichen Problemen, insbesondere im Hinblick auf die Skalierbarkeit, Nachteile im Vergleich zu den betrachteten Plattformen auf. Wie oben gezeigt können durch die organisationsbezogenen Effizienzgewinne mit Vermittlungsplattformen größere Mengen an Hilfebeziehungen verwaltet und auch der geografische Einzugsbereich des Angebots infolgedessen erweitert werden – was grundsätzlich eine Ausweitung von Sorge -und Unterstützungspotenzialen in der betreffenden Region bedeuten kann.

Übereinstimmend mit Wilhelm (2023) zeigt sich, dass die unmittelbaren, auf organisationsinterne Strukturen und Prozesse bezogenen Vorteile der Plattform, die zentralen Nutzenaspekte für die Vermittlungsanbieter mit Plattform sind. Dies erklärt auch die dauerhafte und erfolgreiche Nutzung der Plattformen durch die digitalen Vermittlungsanbieter jenseits von Modellvorhaben (Wilhelm, 2023). Auch die Nutzenerwartungen der Anbieter ohne Plattform deuteten für den hypothetischen Fall einer Plattformnutzung in eine ähnliche Richtung: Auch sie erwarten sich von einer möglichen zukünftigen Plattformnutzung mehr Effizienz in der Vermittlung als zentralen Nutzen.

Einzelne Helfende und Hilfesuchende hoben zwar die Geschwindigkeit der Vermittlung – als einen Nutzen auf Struktur- und Prozessebene - positiv hervor, insgesamt beurteilten diese Gruppen den Nutzen der Vermittlungsangebote jedoch vor allem von der Individualebene des NAAM-Modells aus. Selbst dann, wenn explizit nach Vorteilen des Digitalen gefragt wurde, beschrieben diese Personen meist wiederum Vorteile, die sich der **Individualebene** des NAAM-Modells zuordnen ließen. In der Gruppe der Hilfesuchenden stellte es sich insgesamt gesehen als der deutlichste Vorteil dar, Hilfe in Form von Betreuung, Begleitung, Haushaltsunterstützung oder Ähnlichem vermittelt zu bekommen. Implizit zeigte sich jedoch durchaus ein Zusammenhang mit den von den Anbietern zentral gestellten Vorteilen durch plattformgestützte Prozesse, auch wenn die Befragten diese in der Regel nicht direkt thematisierten. Schließlich beurteilten Befragte die Personalisierung in der Vermittlung von Hilfeleistungen positiv, die auch Hegedüs et al. (2021) als Vorteil beschreiben. Auch wurde die Verlässlichkeit der Unterstützung und der Vermittlung als besonders wichtig bewertet – Hilfesuchende legten Wert auf verlässlich erbrachte Hilfeleistungen oder verlässliche Vermittlung von Ersatz im Krankheitsfall. Diese Verlässlichkeit ist formal gesehen die Voraussetzung dafür, dass Nachbarschaftshilfen Hilfeleistungen mit einer Pflegekasse abrechnen dürfen[12]. In der Darstellung der

[12] Die Anerkennungsvoraussetzungen unterscheiden sich je nach Bundesland und der dortigen Anerkennungsbehörde. Baden-Württemberg und Bayern setzen die Verlässlichkeit für eine Anerkennung voraus (UstaVO §10 bzw. AVSG §85).

Ergebnisse wurde dennoch deutlich, dass digitale Plattformen diese Verlässlichkeit der Hilfevermittlung unterstützen können.

Auch die Helfenden thematisierten vor oder anstatt von Narrativen zum Nutzen digitaler Plattformen in der Regel zunächst individuelle Engagementmotive. Dabei wurden neben den aus der Freiwilligenforschung bekannten Motiven, wie *Spaß* oder *etwas Gutes zu tun* (Geiselhart & Wörle, 2022; Arriagada & Karnick, 2022) auch Vorteile durch die Schulungsangebote genannt. Wie bei den Hilfesuchenden traten Vorteile der digitalen Vermittlung auch bei den Helfenden bezogen auf die Art und Weise, das *Wie* der Vermittlung in Erscheinung. Wie auch bei Hegedüs et al. (2021) für Matching-Plattformen für Pflegeleistungen gezeigt, ermöglicht die digital gestützte Vermittlung– von und für Engagierte ein präferenzorientiertes Engagement – also eine Personalisierung der Vermittlungsleistung anhand Einsatzort, zeitlichem Umfang, Art der Aufgabe oder die betreute Person. Für diejenigen Helfenden, die die digitalen Schnittstellen zur Plattform nutzen, konnten anhand der Ergebnisse auch Vorteile in Bezug auf mehr Autonomie und Kontrolle rekonstruiert werden, die sich letztlich auf Transparenz fördernde Effekte der Plattformen zurückführen lassen. Hierin ist einer der zentralen Nutzenvorteile einer digital gestützten Vermittlung für Helfenden zu sehen.

Die Personalisierbarkeit des Engagements könnte eine Lösung für die abnehmende Bindungsbereitschaft – die zunehmende Volatilität – im freiwilligen Engagement bieten. Diese äußert sich vor allem in kurzfristigeren, ein- oder mehrmaligen Hilfseinsätzen, die Träger und Anbieter von Nachbarschaftshilfen vor Herausforderungen stellen (vgl. Simonson et al., 2022; Geiselhart & Wörle, 2022). Die Nutzenperspektiven der Helfenden zu digitalen Plattformen legen nahe, dass die Personalisierung der Engagementvermittlung, mit ihrer Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Helfenden und dem personellen Begleitkonzept, die Bildung zufriedenstellender und wiederkehrender Hilfebeziehungen begünstigt. Vor allem die Passung des Engagements zu den eigenen Lebensumständen spielte für die Befragten eine Rolle, ein Motiv, dass auch aus der Freiwilligenforschung bekannt ist: In der Lebensmitte nehmen berufliche, familiäre und private Verpflichtungen zu und Engagementbereitschaft ab. Die Möglichkeit das Engagement auf diese Lebensumstände abzustimmen, könnte ein Erfolgsrezept für die Bindung an das Engagement darstellen. Gleichwohl muss einschränkend angemerkt werden, dass das explorative Studiendesign keine Längsschnittbetrachtung zulässt und diese Hypothesen in weiterführenden Vorhaben getestet werden müssten.

Auf Ebene der **Nutzungsbedingungen** des NAAM-Modells, speziell der **Technikkompetenz**, lässt sich die zweifache Hybridität der Vermittlungsangebote als Gelingensbedingung für eine erfolgreiche Plattformnutzung deuten. Die eine Facette dieser Hybridität ist die Kombination oder Erweiterung bestehender analoger Kanäle mit digitalen

Kanälen. Deren Kombination zu einem hybriden Interaktionssystem ermöglicht es den Anbietern mit Plattform, die Vorteile der digitalen Plattform zu nutzen, ohne digitale Barrieren aufzubauen und Hilfesuchende oder Helfende mit mangelnder Technikkompetenz auszuschließen. Dies zeigt sich auch im Antwortverhalten einiger Befragter, denn manchen war gar nicht bewusst, dass der Vermittlungsanbieter eine digitale Plattform nutzte. Struzek et al. (2022) identifizierten die Digitalkompetenz als Barriere für die Nutzung digitaler Technologien. Insofern kann die Kombination von digitalen und analogen Kanälen digital bedingter Exklusion vorbeugen.

Die andere Facette von Hybridität ist die Verschränkung der digitalen Plattform mit persönlichen und zwischenmenschlichen Elementen in der Vermittlung. Grundlegend sind solche Plattformen zwar immer hybrid insofern als darüber Hilfeleistungen online vermittelt, aber offline erbracht werden. Wie gezeigt wurde, flankieren auch die digital unterstützten Vermittlungsanbieter die Vermittlungsleistung mit weiterführenden, stützenden Angeboten und Maßnahmen, etwa ein durch Fachpersonen begleitetes Kennenlernen nach algorithmisch hergestelltem Match zwischen Helfendem und Hilfesuchendem. Auch können algorithmenbasiert erzeugte Matching-Vorschläge durch Fall- und Fachwissen von angestelltem Fachpersonal ergänzt werden. Aus Sicht von Basu et al. (2019) ist der Nutzen von Vermittlungsplattformen vor allem von der Qualität des Matchings, also der Übereinstimmung zwischen Angebot und Nachfrage durch den Algorithmus abhängig. Die Ergebnisse zeigen, dass die Matchingqualität auch durch Anpassungen organisatorischer Art erreicht werden kann – also eine Einpassung der Plattform in die Beratungs- und Unterstützungsstrukturen mit Fach- und Fallwissen. Gleichzeitig fördern die analog-zwischenmenschlichen Komponenten im Vermittlungskonzept (wozu z. B. auch die persönliche Erreichbarkeit des Vermittlungsanbieters für Hilfesuchende und Helfende zählt, die von Helfenden wie Hilfesuchenden als positiv hervorgehoben wurde) das Vertrauen in das Vermittlungsangebot und damit potenziell auch die Akzeptanz dessen digitalisierungstechnischer Anteile. Auch das legen die Ergebnisse nahe. Nonnenmacher et al. (2020) und Hegedüs et al. (2021) folgend lässt sich diese Vertrauensbildung – neben positiven Qualitätsüberzeugungen – als eine zentrale Nutzungsbedingung betrachten. Das verdeutlicht die große Bedeutung, digital unterstützte Vermittlungsangebote hybride auszugestalten.

Ebenfalls auf Ebene der Nutzungsbedingungen lässt sich der Aspekt der Haftung und Sicherheit einordnen. Die Anbieter versicherten die Helfenden im Rahmen der Hilfstätigkeit, was Rechtssicherheit in der Hilfebeziehung für Helfende, Hilfesuchende und nicht zuletzt für den Anbieter schafft. Sowohl Helfende als auch Hilfesuchende bewerteten die Versicherung unterschiedlich: Teils waren sie sich der Versicherung nicht bewusst, teils bewerteten sie diese als Voraussetzung für Hilfeleistungen. Friedemann (2014) begreift

diese Versicherungen als ein Element, das vor Ausbeutung im Kontext von Plattformarbeiten schützen kann. Ergänzend hierzu zeigen die Ergebnisse, dass auch die Schulung der Helfenden zu Grenzen der Unterstützungsleistung (in Abgrenzung zu Pflegetätigkeiten) und die Ansprechbarkeit der Anbieter für Helfende für zusätzlichen Nutzen durch die rechtliche Absicherung sorgte. Auch wenn dieser Nutzen nicht von allen Helfenden thematisiert wurde. Hilfesuchende thematisierten diese Haftungs- und Sicherheitsfragen, die sich letztlich der Angebotsqualität zurechnen lassen, nicht.

Monetäre Aspekte der Vermittlungsangebote lassen sich als weiteren Aspekt der Nutzungsbedingungen im Sinne **sozioökonomischer** Bedingungen im NAAM-Modell einordnen. Anbieterübergreifend deuteten Engagierte die Aufwandsentschädigung mehrheitlich als Abbau von Engagementbarrieren, da ihnen dadurch keine zusätzlichen Kosten (z. B. Fahrtkosten) entstehen. Besondere Relevanz hatten monetäre Motive (das heißt hier: einen steuerfreien Zuverdienst zu haben) vor allem für Erwerbslose, wie im Beispiel von A2 thematisiert. Was allerdings keineswegs heißen muss, dass aus einem Engagement, das zunächst monetär motiviert eingegangen wird, nicht ebenfalls zwischenmenschlich erfüllende und sinnstiftende Hilfebeziehungen entstehen können. Eine Aushöhlung oder Sinnentleerung des Engagements, durch die Zahlung von Aufwandsentschädigungen, wie in der Debatte um die Monetarisierung des Engagements befürchtet wird (BMFSFJ, 2017b; bagfa, 2014) ließ sich aus den Interviewdaten nicht ableiten.

Für Hilfesuchende der digitalen Anbieter spielten wirtschaftliche Faktoren im Sinne von Zugangsbarrieren kaum eine Rolle, da die Kosten für die Hilfeleistungen von der Pflegekasse getragen wurden. Gleichwohl bleibt zu vermuten, dass einige auch durchaus mehr Hilfe in Anspruch nehmen würden, diese aber nicht durch die Kasse finanziert wird. Hilfesuchende der nicht-digitalen Anbieter, die ohnehin nur unregelmäßige Unterstützungsleistungen anbieten, empfanden die Kosten der Unterstützungsleistung als günstig, besonders im Vergleich zu regulären Dienstleistern wie Handwerksbetrieben. Insofern spielten die Kosten auch hier keine Rolle als Barriere der Inanspruchnahme. Durch die Kosten der Unterstützungsleistungen, sowohl bei digitalen, als auch nicht-digitalen Anbietern, spielten Reziprozitätsmotive, also das Motiv etwas für erhaltene Hilfe zurück zu geben, keine Rolle. Die von Stutzmann (2019) oder Brendebach und Reimann (2016), untersuchten kostenlosen Hilfsangebote wurden nicht in Anspruch genommen, da die älteren Menschen das Gefühl hatten, etwas schuldig zu bleiben. Es darf vermutet werden, dass die Aufwandsentschädigungen bzw. die generellen Kosten für die Unterstützung beider Anbietergruppen dies verhinderten.

Neben den Kernkategorien des NAAM-Modells lassen sich auch Nutzenaspekte der Vermittlungsangebote auf **gesamtgesellschaftlicher Ebene** ableiten. Alle untersuchten Vermittlungsangebote wollen letztlich einen Beitrag zur Bewältigung des gesellschaftlichen Versorgungsnotstandes leisten, indem sie Hilfeleistungen freiwillig engagierter Personen als einen Baustein im Versorgungs- und Hilfemix bereitstellen. Die zur Abrechnung mit den Kassen anerkannten Vermittlungsanbieter mit Plattform bedienen mit ihren Angeboten rechtlich anerkannte Bedarfe, da zur Finanzierung durch die Pflegekasse ein Pflegegrad vorhanden sein muss. Im Gegensatz dazu traten in der Betrachtung der beiden kleineren Nachbarschaftshilfen ohne Vermittlungsplattform deutlicher präventive Aspekte in den Vordergrund: Diese Unterstützungsleistungen können dazu beitragen, entstehende Pflegebedürftigkeit abzumildern oder bereits bestehende Bedarfe zu formalisieren und an das Versorgungssystem anzubinden. Die Kontakte und lebensweltlichen Einblicke im Zuge der Hilfeleistungen wirken als Einblick in die Häuslichkeit älterer Menschen. Sie können oft Hinweise auf weitere Unterstützungsbedarfe liefern und ermöglichen bei Bedarf die gezielte Aktivierung des formellen Hilfe- und Sozialsystems. Von den Schilderungen der in dieser Studie Befragten ausgehend kommen diese – oft wiederholten – Besuche in der Häuslichkeit damit, in ihrer Wirkung, informell präventiven Hausbesuchen gleich.

Die Narrative von Helfenden und Hilfesuchenden thematisierten Nutzenzuschreibungen zwar in der Regel von der Individualebene her und betonten, wie gezeigt, allgemeinere Aspekte wie die persönliche Sinnstiftung durch die im Engagement eingegangen Hilfebeziehungen und Unterstützungsleistungen. Gleichwohl traten durchaus auch Nutzenaspekte, im Hinblick auf die gesellschaftliche Ebene, in den Erzählungen zu Tage. So formulierten insbesondere die lokal tief verwurzelten Helfenden aus der Nachbarschaftshilfe der ländlichen Gemeinde starke Reziprozitätsmotive. Denn sie deuteten ihre Hilfeleistungen explizit auch als Solidarbeitrag zur lokalen Gemeinschaft, insofern auch sie selbst im Alter einmal Unterstützung brauchen werden. Solche Formen gemeinschaftlicher, auch intergenerationaler Solidarität spielen eine wichtige Rolle für den gesellschaftlichen Zusammenhalt (Filsinger & Freitag, 2020, S. 5- 7). Können im Rahmen der Hilfebeziehungen zunächst auf der Mikroebene (neue) interpersonale Solidaritätsbeziehungen entstehen, so generiert oder reproduziert das – allgemeiner betrachtet – lokales Sozialkapital, das die Solidargrundlagen der Gesellschaft an ihrer Basis pflegen und erneuern kann. Die hier vorgestellten Befunde legen insofern den Schluss nahe, dass über die regelmäßige und erfolgreiche Vermittlung und Herstellung von Hilfebeziehungen potenziell ein gesamtgesellschaftlicher Mehrwert entsteht, der längerfristig weit über die Vermittlungs- und Hilfeleistungen auf der Mikroebene hinausführen kann.

Limitationen

Die Übertragbarkeit der Ergebnisse dieser Arbeit unterliegt – dem qualitativen Ansatz gemäß – Grenzen. Das qualitative und explorative Studiendesign lässt nur moderate Formen der Generalisierung zu (Mayring, 2009, S. 8-9) – zumindest im Sinne der Gütekriterien quantitativer Sozialforschungsansätze. Das angewendete theoretische Sampling zielt jedoch nicht auf Repräsentativität mit einer Grundgesamtheit, sondern auf *„konzeptuelle Repräsentativität“* ab. (Strübing, 2018, S. 33; Herv. i. O.), es soll sicherstellen, dass für die getroffenen Aussagen einer gegenstandsbezogenen Theorie die relevanten typischen und untypischen Fälle erhoben und in die Auswertung einbezogen wurden. Insofern sind die Ergebnisse dann nicht generalisierbar, aber übertragbar.

Diese Strategie erwies sich für das explorative Vorhaben als fruchtbar, da unterschiedliche Perspektiven untersucht, verglichen und dargestellt werden konnten. Gleichzeitig erschwert diese Perspektivenvielfalt und die geringe Fallzahl von befragten Helfenden und Hilfesuchenden je Anbieter die Übertragbarkeit der Ergebnisse – nicht zuletzt aufgrund der unterschiedlichen strukturellen Kontexte, Sozialräume und Settings (Creswell & Potz, 2018). Zukünftige Studien sollten Samplingstrategien wählen, die es erlauben vertiefende Erkenntnisse über die Nutzer:innen einer digitalen Vermittlungsplattformen zu gewinnen. Neben der Fokussierung auf die aktive Nutzung der Plattform wäre auch ein stärker kontrastierendes Sampling, in Bezug auf die soziodemografischen Merkmale der Befragten einer Plattform wünschenswert.

Ferner kann die Rekrutierung der Helfenden und Hilfesuchenden über die Vermittlungsanbieter als limitierend eingeordnet werden. Aus datenschutzrechtlichen Vorgaben wurden bei den Anbietern unterschiedliche Ansätze gewählt, je nach Zugang der Anbieter wurden verschiedene Kontaktwege verwendet. Anbieter A1 versendete vorbereitete Umschläge mit der Bitte um Studienteilnahme. Anbieter A2 und A4 baten ausgewählte Helfende und Hilfesuchende persönlich um die Teilnahme. Das Sampling wurde zwar durch diesen Multiplikatorenansatz beeinflusst, es muss jedoch nicht von einer deutlichen Verzerrung des Samples durch die Selektion des Anbieters ausgegangen werden, denn die Befragten äußerten sich auch gegenüber den Anbietern kritisch.

8 Fazit

Die Studie verfolgte in explorativer Absicht das Ziel Nutzenzuschreibungen, Angebote zur Hilfevermittlung an Ältere – mit und ohne Matching-Plattformen – aus der Perspektive der unterschiedlichen Anspruchs- und Nutzungsgruppen zu erfassen und anhand des NAAM-Modells von Lutze et al. (2019) zu systematisieren. Dabei ließen sich Nutzenaspekte digitaler und nicht-digitaler Vermittlungsangebote auf mehreren Ebenen rekonstruieren.

Nutzenvorteile, die digitalen Vermittlungsplattformen zugeschrieben wurden, ließen sich insbesondere der Struktur- und Prozessebene des NAAM-Modells zuordnen. Hier stachen die Vorteile für die zunächst organisationsinterne Gestaltung des Vermittlungsprozesses hervor. Die unmittelbaren Effizienzvorteile standen, vor allem in der Sicht der plattformunterstützten Vermittlungsanbieter, im Vordergrund. Gleichwohl wurde deutlich, wie auch Helfende und Hilfesuchende indirekt davon profitieren können– selbst dann, wenn sie die digitalen Zugänge gar nicht bzw. nicht bewusst oder nicht selbst für sich nutzten.

Auf der Individualebene waren Nutzenaspekte digital gestützter Vermittlungsplattformen teils nur implizit erkennbar. So profitieren Helfende beispielsweise von personalisierten, auf ihre spezifischen Präferenzen und Bedürfnisse hin zugeschnittenen Engagementmöglichkeiten. Und wie zu sehen war, profitieren Hilfesuchende von der Zuverlässigkeit und auch zeitnahen Vermittlung von Hilfeleistungen, die auch bei akuten Bedarfen und Anfragen Entlastung bieten können und zum individuellen Terminkalender passen. Solche Nutzenaspekte ließen sich dem algorithmengestützten Matching zuschreiben.

Die Ergebnisse verdeutlichten auch die Bedeutung hybrid gestalteter Ansätze für Nutzung, Akzeptanz und Qualität des Vermittlungsangebots. Die Kombination digitaler und analoger Kontaktkanäle und die Integration auch einer algorithmengestützten Vermittlungsleistung zu einem umfassenderen, qualitätsgesicherten Angebot wurden als Hybridität qualitätsgesicherter digitaler Plattformen in einem, im doppelten Sinn dargestellt. Potenzielle Nachteile digitalisierter Vermittlungsansätze wie eine unter Umständen als unpersönlich empfundene Vermittlungsweise oder die Exklusion Älterer aufgrund digital bedingter Zugangsbarrieren können durch Beibehaltung nicht-digitaler Elemente wie persönliche Beratungs- und Betreuungsangebote und analoge Kontaktwege wie Telefon oder face-to-face-Gespräche vermieden werden. Das zur Vermittlung in eine wirklich passende Hilfebeziehung offenbar nach wie vor oft relevante fall- und kontextspezifische Wissen bleibt zu einem hohen Grad an das Personal der Vermittlungsanbieter gebunden und lässt sich auch dort digital nicht ohne Weiteres abbilden oder ersetzen.

Im Vergleich der Vermittlungsangebote mit und ohne digitaler Plattform zeigten sich Vorteile digitaler Plattformen unter anderem im Hinblick auf neue Möglichkeiten zur quantitativen Skalierung. Plattformtechnologien bieten, besonders bei hohen Transaktionsraten (d. h. einer großen Anzahl an Anfragen) und einer großen räumlichen Abdeckung der Vermittlungsangebote, Vorteile. Nutzenaspekte wie eine hohe Zuverlässigkeit in der Vermittlung, persönliche Begleitangebote, und die Vermittlung zur Anfrage passender Hilfe, können auch von Anbietern ohne Plattform realisiert werden – jedoch bei deutlich geringeren Skalierungsmöglichkeiten und höheren Zeitaufwänden. Eine Digitalisierung von Vermittlungsangeboten durch Nutzung einer Matching-Plattform generiert also nicht per se schon Nutzenvorteile. Bei geringen Transaktionsraten mag die Hilfevermittlung unter Umständen auch per Telefon oder mit Hilfe eines Messengerdienstes zufriedenstellend erfolgen.

Auch auf der gesellschaftlichen Ebene wurden nutzenrelevante Aspekte rekonstruiert. So können sowohl analoge als auch digital gestützte Angebote zur Hilfevermittlung ein wichtiger ergänzender Teil lokaler Sorgestrukturen sein. Wie gezeigt wurde, können die vermittelten Hilfebeziehungen unter bestimmten Umständen als informell präventive Hausbesuche wirken. Sie können über den Kontakt mit dem Vermittlungsanbieter dann wichtige Brücken ins Sozial- und Versorgungssystem bilden. Dies mag zwar noch nicht als unmittelbar digitalisierungsbedingter Nutzenaspekt anzusehen sein. Allerdings ergibt sich daraus in Verbindung mit den digitalisierungsbedingten Möglichkeiten zur Höherskalierung – also der zunehmenden Menge und Häufigkeit solcher Hilfebeziehungen – ein, für die sozialräumliche Sorge und Versorgung, relevantes Nutzenpotenzial.

Ähnliches gilt für die diskutierte Förderung sozialer Solidarität an der gesellschaftlichen Basis vor Ort. Ob sporadisch oder dauerhaft: Hilfebeziehungen zu Älteren wurden letztlich von allen untersuchten Anbietern als lebendiger Teil gelebter Solidarität vor Ort interpretiert und teils ganz bewusst über die Vermittlungsangebote in dieser Funktion gefördert. Nehmen solche Hilfebeziehungen in Anzahl und Intensität zu und werden sie (im Engagement) als sinnstiftend und (von Hilfesuchenden) als positiv erlebt (weil sie bedarfsgerecht, zuverlässig und wenn nötig auch kurzfristig verfügbar sind), dann eröffnet und erweitert sich auf diese Weise der Möglichkeitsraum für neuen sozialen Zusammenhalt an der gesellschaftlichen Basis. Und dies umso mehr, insofern in den untersuchten digitalisierten Vermittlungsangeboten aus urbanen Kontexten vermehrt einander sonst unbekannte Angehörige unterschiedlicher sozialer Kreise und sozioökonomischer Hintergründe in eine unterstützende, positiv konnotierte soziale Beziehung zueinander integriert werden. Hingegen spielte ja im Beispiel der analog operierenden Nachbarschaftshilfe einer kleinen Landgemeinde die soziale Ähnlichkeit und

geteilte Gemeinschaftsbezüge zwischen Helfenden und Hilfesuchenden eine ungleich größere Rolle als Voraussetzung für die Vertrauensbildung und die Inanspruchnahme des Vermittlungsangebots.

9 Weiterer Forschungsbedarf

Im Zuge der neuen Skalierungsmöglichkeiten, so wurde argumentiert, eröffnen digital gestützte Vermittlungsangebote auch neue Chancen, Engagement- und Unterstützungspotenziale zu erhalten oder zu verbreitern. Mag auch die Bindungsbereitschaft im Engagement abnehmen bzw. dessen Volatilität steigen (Schubert et al., 2023; Simonson et al., 2021; Geiselhart & Wörle, 2022): Engagementpolitisch gesehen verleiten die hier präsentierten, zunächst explorativen Befunde zu der vorsichtigen Annahme, dass mit neuen digitalen Möglichkeiten zur Organisation und Koordination lokaler Hilfepotenziale durchaus neue Verlässlichkeit und Verbindlichkeit im Engagement entstehen. Anstatt einmal hergestellter Verbindlichkeiten, die (wie in klassischen Formen vereinsgebundenen, langfristigen Engagements) über lange Zeit hinweg stabil bleiben, müssten jetzt neue Formen der Bindung und Verbindlichkeit immer wieder (über Plattformen, Agenturen) neu hergestellt werden und sich (aus der Sicht Engagierter) durch Zufriedenheit erlebte Sinnhaftigkeit sowie die Vereinbarkeit mit eigenen Präferenzen und anderen Lebensbereichen auch fortwährend neu legitimieren. Die Volatilität moderner Formen des Engagements bezöge sich dann nicht in erster Linie auf die generell ja vorhandene Engagementbereitschaft, sondern neben der eigenen Ressourcenausstattung zu einem guten Teil auch auf deren Motivations- und Legitimationsgrundlagen.

Dies würde vor allem qualitätsgesicherte, im oben erläuterten Sinne, hybrid gestaltete Plattformen und Agenturen erfordern, die dies im Zusammenwirken mit anderen Akteuren lokaler Sorge- und Hilfenetzwerke vor Ort regelmäßig, zuverlässig und für alle Nutzenden immer wieder zufriedenstellend leisten können. Inwieweit neue, digital unterstützte Vermittlungsangebote in diesem Sinne helfen können, erodierende Sorge- und Unterstützungspotenziale zu kompensieren - das wäre in weiterführenden Forschungsvorhaben zu untersuchen. In dem Zusammenhang wären zudem die generelle Engagementbereitschaft und die antreibenden Motive unter digital vermittelten Engagierten näher zu bestimmen und mit jenen von Engagierten anderer Vermittlungswege und Engagementformen zu vergleichen.

Die vorgestellte Studie und ihre Ergebnisse unterliegen wie dargestellt verschiedenen Limitationen. Darüber hinaus sollte in künftigen vergleichenden Studien Rücksicht darauf genommen werden, ob Vermittlungsangebote formell zur Abrechnung durch eine Pflegekasse anerkannt sind oder nicht. Denn hier ist zu vermuten, dass die Kosten der Plattformnutzung (wie monatliche Softwareleasing- oder Hosting- und Wartungskosten) eine Herausforderung für von freiwilligem Engagement getragene

Nachbarschaftshilfen darstellen. Auch sollte untersucht werden, ab welchem Punkt sich der Implementierungsaufwand digitaler Plattformen amortisiert. Künftige Studien sollten zudem in ihren Samplingstrategien einen deutlicheren Fokus darauf legen, ob und wie Helfende und Hilfesuchende auf die zur Verfügung stehenden digitalen Schnittstellen und Kanäle in der Vermittlung tatsächlich zurückgreifen. In weiterführenden Befragungen sollten Probanden zudem deutlicher anhand soziodemografischer Merkmale variieren, um den Grundstein auch für hypothesentestende Forschungsverfahren zu legen.

Literaturverzeichnis

Arriagada, C. & Karnick, N. (2022). Motive für freiwilliges Engagement, Beendigungsgründe, Hinderungsgründe und Engagementbereitschaft. In J. Simonson, N. Kelle, C. Kausmann & C. Tesch-Römer (Hrsg.), *Empirische Studien zum bürgerschaftlichen Engagement*. Freiwilliges Engagement in Deutschland (S. 125–150). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-35317-9_7

bagfa - Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen e.V. (Hrsg.). (2014). *Monetarisierung - kein Weg zur Förderung des bürgerschaftlichen Engagements: Ein Positionspapier der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa) e.V.* https://bagfa.de/wp-content/uploads/2019/12/Positionspapier_bagfa_Monetarisierung_2014.pdf

Basu, A., Bhaskaran, S. & Mukherjee, R. (2019). An Analysis of Search and Authentication Strategies for Online Matching Platforms. *Management Science* (65), 1949–2443. https://doi.org/10.1287/mnsc.2018.3056

Bayrisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales (Hrsg.). (2024). *Eckpunkte von bürgerschaftlichem Engagement getragene Nachbarschaftshilfen: Von der Idee zum Start.* https://www.stmas.bayern.de/imperia/md/content/stmas/stmas_inet/wohnen-im-alter/240426_eckpunkte_nachbarschaftshilfen.pdf

Brendebach, C. & Reimann, R. (2016). *Nachbarschaftshilfe als Modell der Zukunft? - Die Bedeutung bürgerschaftlichen Engagements angesichts der demographischen Herausforderungen.* Evangelische Hochschule Nürnberg. https://doi.org/10.17883/fet-schriften001

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (Hrsg.). (2024). *Siedlungsstruktureller Kreistyp.* https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/forschung/raumbeobachtung/Raumabgrenzungen/deutschland/kreise/siedlungsstrukturelle-kreistypen/kreistypen.html

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.). (2017a). *Siebter Altenbericht: Sorge und Mitverantwortung in der Kommune - Aufbau und Sicherung zukunftsfähiger Gemeinschaften und Stellungnahme der Bundesregierung.* https://www.bmfsfj.de/blob/120144/2a5de459ec4984cb2f83739785c908d6/7--altenbericht---bundestagsdrucksache-data.pdf

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.). (2017b). *Zweiter Bericht über die Entwicklung des bürgerschaftlichen Engagements in der Bundesrepublik Deutschland: Schwerpunktthema: "Demografischer Wandel und bürgerschaftliches Engagement: Der Beitrag des Engagements zur lokalen Entwicklung".*

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.). (2020). *Dritter Engagementbericht: Zukunft Zivilgesellschaft: Junges Engagement im digitalen Zeitalter. Zentrale Ergebnisse.*

Cherry, M. A. & Aloisi, A. (2017). "Dependent Contractors" In the Gig Economy: A Comparative Approach. *American University Law Review*, 66(3), 635–689.

Corbin, J. M. & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3–21. https://doi.org/10.1007/bf00988593

Creswell, J. W. & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (Fourth edition, international student edition). SAGE.

Deutscher Bundestag 14. Wahlperiode (Hrsg.). (2002, 3. Juni). *Bericht der Enquete-Kommission "Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements": Bügerschaftliches Engagement: auf dem Weg in einen zukunftsfähige Bürgergesellschaft.* http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/14/089/1408900.pdf

Dresing, T. & Pehl, T. (Hrsg.). (2011). *Praxisbuch Transkription: Regelsysteme, Software und praktische Anleitungen für qualitative ForscherInnen* (2. Aufl.). Dr. Dresing und Pehl GmbH.

Engelhardt, S. von, Wangler, L. & Wischmann, S. (2017). *Eigenschaften und Erfolgsfaktoren digitaler Plattformen.* Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi).

Filsinger, M. & Freitag, M. (2020). Sozialkapital als Motor gesellschaftlicher Integration. In G. Pickel, O. Decker, S. Kailitz, A. Röder & J. Schulze Wessel (Hrsg.), *Handbuch Integration* (S. 1–13). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21570-5_21-1

Friedman, G. (2014). Workers without employers: shadow corporations and the rise of the gig economy. *Review of Keynesian Economics*, 2(2), 171–188. https://doi.org/10.4337/roke.2014.02.03

Geiselhart, J. & Wörle, T. (2022). Freiwilliges Engagement im Kontext von Pflege und Digitalisierung: Aktuelle Befunde, Trends und Forschungsperspektiven (BZPD Working Paper Series Nr. 1). https://www.hs-kempten.de/bzpd-bayerisches-zentrum-pflege-digital/publikationen/working-paper-2022

Graham, M., Woodcock, J., Heeks, R., Fredman, S., Du Toit, D., van Belle, J. P., Mungai, P. & Osiki, A. (2019). *The Fairwork Foundation: Strategies for Improving Platform Work.* https://doi.org/10.34669/wi.cp/2.13

Hegedüs, A., Nonnenmacher, L., Kunze, C. & Otto, U. (2021). Digitale Vermittlungsplattformen in der Pflege und Betreuung. In A. Meißner & C. Kunze (Hrsg.), *Neue Technologien in der Pflege: Wissen, Verstehen, Handeln* (S. 113–130). Kohlhammer.

Helfferich, C. (2011). *Die Qualität qualitativer Daten: Manual für die Durchführung qualitativer Interviews* (4. Auflage). VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92076-4

Katz, L. F. & Krueger, A. B. (2019). *The Rise and Nature of Alternative Work Arrangements in the United States*, 1995–2015. ILR Review, 72(2), 382–416. https://doi.org/10.1177/0019793918820008

Klie, T. (2024). *Pflegereport 2024: Die Baby-Boomer und die Zukunft der Pflege - Beruflich Pflegende im Fokus.*

Klie, T., Stemmer, P. & Wegner, M. (2009). *Untersuchung zur Monetarisierung von Ehrenamt und Bürgerschaftlichem Engagement in Baden-Württemberg: im Auftrag des Ministeriums für Arbeit und Soziales Baden-Württemberg.* Zentrum für zivilgesellschaftliche Entwicklung. https://www.zze-freiburg.de/assets/pdf/Abschlussbericht-Monetarisierung-100226.pdf

Kuckartz, U. (2018). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (4. Auflage). *Grundlagentexte Methoden.* Beltz Juventa. http://www.beltz.de/de/nc/verlagsgruppe-beltz/gesamtprogramm.html?isbn=978-3-7799-3682-4

Lutze, M., Glock, G., Paulicke, D. & Stubbe, J. (2019). *Digitalisierung und Pflegebedürftigkeit – Nutzen und Potenziale von Assistenztechnologien* (Schriftenreihe Modellprogramm zur Weiterentwicklung der Pflegeversicherung Nr. 15). https://www.gkv-spitzenverband.de/media/dokumente/presse/publikationen/schriftenreihe/GKV-Schriftenreihe_Pflege_Band_15.pdf

Mayring, P. (2007). On Generalization in Qualitatively Oriented Research. Vorab-Onlinepublikation. https://doi.org/10.17169/fqs-8.3.291 (Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, Vol 8, No 3 (2007): Virtual Ethnography).

Nowossadeck, S., Engstler, H. & Klaus, D. (2016). *Pflege und Unterstützung durch Angehörige: Report Altersdaten 01/2016.* www.dza.de/fileadmin/dza/Dokumente/Report_Altersdaten/Report_Altersdaten_Heft_1_2016.pdf

Otto, U., Hegedüs, A., Kofler, A. & Kunze, C. (2017). *Pflege und Betreuung à la Uber und Airbnb - darf über Plattformen pflegen, wer will? Conference Paper: uDay XV - umgebungsunterstütztes Leben* At: Dornbirn. https://www.researchgate.net/publication/317822678

Parker, G., van Alstyne, M. & Choudary, S. P. (2017). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy - and how to make them work for you* (First published as a Norton paperback). W.W. Norton & Company.

Przyborski, A. & Wohlrab-Sahr, M. (2021). *Qualitative Sozialforschung: Ein Arbeitsbuch (5., überarbeitete und erweiterte Auflage). Lehr- und Handbücher der Soziologie.* De Gruyter Oldenbourg.

Schelisch, L. & Walter, R. (2021). Digital Networking in Home-Based Support of Older Adults in Rural Areas: Requirements for Digital Solutions. *Sustainability*, 13(4), 1946. https://doi.org/10.3390/su13041946

Schreyer, J. & Schrape, J. F. (2021). *Digitale Plattformen in kommerziellen und gemeinwohlorientierten Arbeitszusammenhängen.* Study / Hans-Böckler-Stiftung: 460 (April 2021). Hans-Böckler-Stiftung. https://www.boeckler.de/download-proxy-for-faust/download-pdf?url=http%3A%2F%2F217.89.182.78%3A451%2Fabfrage_digi.fau%2Fp_study_hbs_460.pdf%3Fprj%3Dhbs-abfrage%26ab_dm%3D1%26ab_zeig%3D9234%26ab_diginr%3D8483

Schubert, P., Kuhn, D. & Tahmaz, B. (2023). *Der ZiviZ-Survey 2023: Zivilgesellschaftliche Organisationen im Wandel – Gestaltungspotenziale erkennen: Resilienz und Vielfalt stärken*.

Simonson, J., Kelle, N., Kausmann, C. & Tesch-Römer, C. (Hrsg.). (2022). *Empirische Studien zum bürgerschaftlichen Engagement. Freiwilliges Engagement in Deutschland.* Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-35317-9

Statistisches Bundesamt - Destatis (Hrsg.). (2021). *Ausblick auf die Bevölkerungsentwicklung in Deutschland und den Bundesländern nach dem Corona-Jahr 2020: Erste mittelfristige Bevölkerungsvorausberechnung 2021 bis 2035.* https://www.destatis.de/DE/Themen/Querschnitt/Demografischer-Wandel/_inhalt.html#_l08kraomu

Statistisches Bundesamt - Destatis (Hrsg.). (2025). *Bevölkerungsvorausberechnung: Pflegekräftevorausberechnung.* https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsvorausberechnung/pflegekraeftevorausberechnung.html

Stewart, A. & Stanford, J. (2017). Regulating work in the gig economy: What are the options? *The Economic and Labour Relations Review*, 28(3), 420–437. https://doi.org/10.1177/1035304617722461

Strübing, J. (2014). Grounded theory: *Zur sozialtheoretischen und epistemologischen Fundierung eines pragmatistischen Forschungsstils (3., überarbeitete und erweiterte Auflage).* Lehrbuch. Springer VS. http://www.blickinsbuch.de/item/3aa02bd3b2efb80711ae4db3d5a3176b https://doi.org/10.1007/978-3-531-19897-2

Strübing, J., Hirschauer, S., Ayaß, R., Krähnke, U. & Scheffer, T. (2018). Gütekriterien qualitativer Sozialforschung. Ein Diskussionsanstoß. *Zeitschrift für Soziologie*, 47(2), 83–100. https://doi.org/10.1515/zfsoz-2018-1006

Struzek, D., Kirschsieper, D. & Müller, C. (2022). *Introduction and adaptation of an urban neighborhood platform for rural areas*. https://doi.org/10.48340/ecscw2022_p08

Stutzmann, N. (2019). Aufbau eines Quartiersnetzwerks am Beispiel des Projekts „Zuhause in der Nachbarschaft“ in der Stadt Bern. In H. Schubert (Hrsg.), *Perspektiven Sozialwirtschaft und Sozialmanagement. Integrierte Sozialplanung für die Versorgung im Alter* (S. 287–295). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21240-7_14

Suhr, R., Klie, T., Simonson, J., Naumann, D., Schacher, U. J. & Hank, K. (Hrsg.). (2015). Freiwilliges Engagement im pflegerischen Versorgungsmix. Zentrum für Qualität in der Pflege. https://doi.org/10.71059/LLEQ3405

Sutherland, W. & Jarrahi, M. H. (2018). The sharing economy and digital platforms: A review and research agenda. *International Journal of Information Management*, 43, 328–341. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.07.004

Ticona, J. & Mateescu, A. (2018). Trusted strangers: Carework platforms' cultural entrepreneurship in the on-demand economy. *New Media & Society*, 20(11), 4384–4404. https://doi.org/10.1177/1461444818773727

van Dyk, S. & Haubner, T. (2021). *Community-Kapitalismus* (1. Auflage). Hamburger Edition. https://elibrary.utb.de/doi/book/10.38070/9783868544527

Wehrbein, H. & Hanemann, M. (2021). Ausgezeichnete Quartiersarbeit: Modelle für die Vernetzung von pflege und bürgerschaftlichem Engagement. In K. Jacobs, A. Kuhlmey, S. Greß, J. Klauber & A. Schwinger (Hrsg.), *Pflege-Report 2021* (S. 209–2018). Springer Berlin Heidelberg.

Wilhelm, S. (2023). Digital unterstützte Nachbarschaftshilfe – ein Erfolgsmodell? In D. Ahrens (Hrsg.), *Smart Region: Angewandte digitale Lösungen für den ländlichen Raum* (S. 139–149). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-38236-0_9

Wörle, T., Geiselhart, J., Haushammer, C. & Bernhard, D. (2023). Digitale Plattformen zur Vermittlung informell Helfender für die häusliche Pflege: Welchen Nutzen sehen Anbieter? [Digital platforms to place informal helpers for home care: what benefits do providers see?]. *Zeitschrift fur Gerontologie und Geriatrie*, 56(8), 630–635. https://doi.org/10.1007/s00391-023-02252-6

Anhang

Sampleübersicht Helfende 78

Sampleübersicht Hilfesuchende 78

Interviewleitfäden 79

Ethikvotum 86

Sampleübersicht Helfende

Tabelle [3]: Tabellarische Übersicht Sample Helfende

	Helfende A1	**Helfende A2**	**Helfende A4**
Altersspanne	55-70 Jahre	32- 72 Jahre	65-77 Jahre
Geschlecht	2 Frauen 2 Männer	3 Frauen 2 Männer	1 Frau 4 Männer
Erwerbsstatus	3 Erwerbstätig 1 Rente	3 Erwerbstätig 2 Rente bzw. Arbeitsunfähig	5 Rente
Umfang des Engagements	3h wöchentlich verteilt auf 1-2 Einsätze	2-3h wöchentlich verteilt auf 1- 4 Einsätze	1h monatlich, 1 Einsatz
Anzahl unterstützter Personen	1-3	1-4	1-4
Umkreis des Engagements	2x 1-3 km 2x 2-6 km	1x 1km 2x 3km 2x 10km	1x 3km 4x 10km
Aufgaben	3x Alltagshilfe 1x Präferenz von Einkaufshilfen	2x Präferenz Putzen 3x Alltagshilfe	4x Alltagshilfen, Arztfahrten 1x Gassi-Gehen

Sampleübersicht Hilfesuchende

Tabelle [4]: Tabellarische Übersicht Sample Hilfesuchende

	Hilfesuchende A1	**Hilfesuchende A2**	**Hilfesuchende A4**
Alter	41-74 Jahre	40 & 80 Jahre	75 – 86 Jahre
Geschlecht	3 Frauen	2 Frauen	3 Frauen
Erwerbsstatus	2 Erwerbstätig 1 Rente	1 Erwerbstätig 1 Ruhestand	3 Ruhestand
Rolle	3 Pflegende Angehörige (Hauptverantwortlich)	1 Pflegende Angehörige (Hauptverantwortlich) 1 Gepflegte Person	2 Gepflegte 1 Gepflegte und Pflegende
Wohnsituation	Pflege im Haushalt 1x Pflege über kurze Distanz 1x Pflege über weite Distanz 1x	Pflege im Haushalt 1x Pflege über kurze Distanz 1x	Allein im Haus, Familie in kurzer Distanz
Nutzungsmuster	1-2x pro Woche bzw. bis Ausschöpfung des Entlastungsbetrags	1-2x pro Woche bzw. bis Ausschöpfung des Entlastungsbetrags	gelegentlich
Arte der Unterstützungsleistung	1x Alltagshilfe 2x Begleitung / Besuchsdienst	Alltagshilfe und Putzen	1 k.a. 2 Gartenarbeit

Interviewleitfäden

Leitfaden Engagierte

Einstiegsfrage: Wir möchten Sie zum Einstieg gerne etwas näher kennenlernen und uns einen groben Überblick über Ihr Engagement bei (Anbieter) verschaffen. Erzählen Sie doch mal, wie kam es denn dazu, dass Sie sich bei (Anbieter) engagieren? Busverkehr ältere Menschen über den VdK, über den Weg vom Verein erfahren

Teil A: Nutzung der Helfervermittlung und Fragen zum Engagement

- **Häufigkeit:** Wie oft bieten Sie Ihre Unterstützung bei (Anbieter) an? In welcher Regelmäßigkeit?
- **Zahl unterstützter Personen:** Wie viele Personen unterstützen Sie?
- **Umkreis:** In welchem Umkreis engagieren Sie sich? Wie viel Fahrtstrecke nehmen Sie in Kauf?
- **Erste Inanspruchnahme:** Seit wann bieten Sie Ihre Unterstützung bei der Helfervermittlung an?
- **Weg zum Anbieter:**
- **Erstkontakt:** Wie haben Sie Kontakt zu (Anbieter) aufgenommen?
- **Kontakt zu Hilfesuchenden:** Wie haben Sie den ersten Kontakt zu den Hilfesuchenden aufgenommen? Wie halten Sie Kontakt zu den Hilfesuchenden?
- **Pflegebezug:** Inwiefern haben Sie neben Ihrem Engagement bei (Anbieter) einen Bezug zur Pflege?
- **Vergangenes Engagement:** Inwiefern haben Sie sich früher schon einmal engagiert?
- **Mehrfachengagement:** Inwiefern engagieren Sie sich noch neben Ihrer Tätigkeit bei (Anbieter)?
- **Motiv/Grund für pflegenahes Engagement:** Aus welchen Gründen engagieren Sie sich bei (Anbieter)?
- **Kriterien Hilfesuchendenauswahl:** Nach welchen Kriterien suchen Sie sich aus, welche Person(en) Sie unterstützen?

Teil B: Nutzen des Helfervermittlungsangebots

Einleitungsblock: Im Folgenden würden wir gerne über den konkreten Nutzen sprechen, den Sie aus der Helfervermittlung ziehen. Es geht uns hier vor allem darum wie Ihnen die Art und Weise der Vermittlung nutzt und weniger um die konkrete Unterstützung die Sie leisten.

- Worin besteht für Sie genau der **Nutzen** sich über das Angebot von (Anbieter) in Engagementtätigkeiten vermitteln zu lassen?
- **Gründe für Anbieter:** Aus welchen Gründen haben Sie sich für genau diesen Anbieter entschieden?
- **Vorteil gegenüber anderem Engagement:**
- **Nutzen technischer Vermittlung:** Worin sehen Sie für sich den größten Vorteil der digitalen Vermittlung?
- **Andere Hilfevermittlung:** Welche anderen Arten der Hilfevermittlung kennen Sie noch?
- **Verbesserungsbedarf:**

Teil C: Nutzen Dimensionen aus der Literatur

Einleitungsblock: Sie haben uns ja nun schon einiges über Ihr Engagement und der Vermittlung für sich erzählt. In der Forschungsliteratur wird immer wieder von

verschiedenen Nutzendimensionen gesprochen, wir würden gerne wissen inwiefern diese auch für Sie relevant sind.

- **Flexibilität:** Inwiefern spielt es für Sie eine Rolle, sich entsprechend ihren eigenen zeitlichen Vorstellungen engagieren zu können?
- **Passung zu eigenen Bedürfnissen:** Inwiefern spielt es für Sie eine Rolle sich anhand ihrer eigenen Bedürfnisse engagieren zu können?
- **Vereinbarkeit mit anderen Lebensbereichen:** Inwiefern spielt es für Sie eine Rolle ihr Engagement mit Beruf, Hobby oder Familienleben vereinbaren zu können?
- **Versicherungsschutz:** Welche Rolle spielt für Sie der Versicherungsschutz über (Anbieter)?
- **Aufwandsentschädigung:** Welche Rolle spielt für Sie die Aufwandsentschädigung für Ihr Engagement?
- **Supervision:** Welche Rolle spielt für Sie die Möglichkeit eine externe Kontaktperson bei Problem oder Rückfragen zu Ihrem Engagement?
- **Qualifizierung:** Welche Rolle spielt für Sie die Qualifizierung für Ihr Engagement?

Teil D: Demografische Angaben

Informationen kommen gegebenenfalls schon vorher im Interview auf. In diesem Fall nicht extra nachfragen.

Geschlecht des Engagierten:

a. Männlich
b. Weiblich
c. Divers

Alter des Engagierten:_____ Jahre

Beschäftigungsstatus: _____

Abschluss

Wir haben im Laufe dieses Interviews vielen Themen gestreift. Wir haben über Ihre Nutzung der Vermittlung und den Nutzen der Vermittlung für Sie gesprochen. Abschließend möchten wir gerne von Ihnen wissen: Haben wir vergessen etwas zu fragen? Möchten Sie und noch etwas mitgeben?

Danksagung und Verabschiedung

Hinweis auf **Kontaktmöglichkeiten** im Anschluss, Abfrage zum **Wunsch nach Benachrichtigung** via Mail zur Fertigstellung der Studie à Ja!

Aufnahme nach dem Interview prüfen! Wenn Defekt, anfertigen eines Gedächtnisprotokolls

Leitfaden Hilfesuchende (Pflegebedürftige)

Einstiegsfrage: Wir möchten Sie zum Einstieg gerne etwas näher Kennenlernen und uns einen groben Überblick über Ihre Situation machen. Wie kam es denn dazu, dass Sie sich für die Helfervermittlung bei (Anbieter) entschieden haben?

Teil A: Nutzung von ehrenamtlicher/ freiwilliger Unterstützung

1) **Häusliche Situation**
   - **Bedarfe:** In welchen Bereichen nehmen Sie Unterstützung in Anspruch?
   - **Helfer:** Welche Personen unterstützen Sie? Welche Personen sind in der Nähe? Welche Privatpersonen helfen? Welche formellen Angebote wie etwa ein ambulanter Pflegedienst unterstützen Sie?
2) **Nutzungsverhalten:**
   - **Art der Dienstleistung:** Welche konkreten Unterstützungsleistungen nehmen Sie durch den Anbieter (Platzhalter) in Anspruch?
   - **Häufigkeit:** Wie häufig nutzen Sie das Angebot des Anbieters?
   - **Regelmäßigkeit:** Wie regelmäßig nutzen Sie das Angebot?
   - **Erste Inanspruchnahme:** Seit wann nutzen Sie das Angebot des Anbieters?
3) **Zugang zum Vermittlungsangebot:**

Wie darf ich mir denn den Weg von ihrer ersten Anfrage beim Anbieter bis zur tatsächlichen Unterstützung heute vorstellen?

- **Weg zum Anbieter:** Auf welchem Weg haben Sie von dieser Helfervermittlung erfahren?
- **Kontakt:** Wie halten Sie Kontakt zu den Helfenden?
- **Hilfesuche in der Vergangenheit:** Wie haben Sie sich früher Unterstützung gesucht, wenn Sie Hilfe benötigt haben?

Teil B: Nutzen des Helfervermittlungsangebots

Im Folgenden würden wir gerne über den Nutzen sprechen, den Sie aus der Helfervermittlung ziehen. Es geht uns hier vor allem darum wie Ihnen die Art und Weise der Vermittlung nutzt und weniger um die konkrete Unterstützungsleistung.

Erzählen Sie mal: Worin besteht für Sie genau der Nutzen der Helfervermittlung durch (Anbieter) in Ihrem (Pflege-) Alltag? – Beschreiben Sie es gern anhand eines Beispiels oder einer typischen Situation!

- **Gründe für Anbieter:** Aus welchen Gründen haben Sie sich für den Anbieter entschieden?
- **Verbesserung:** Was hat sich für Sie durch die Nutzung der Helfervermittlung in Ihrem Pflegealltag verbessert?
- **Nutzen technischer Vermittlung:** Worin sehen Sie für sich den größten Vorteil der digitalen Vermittlung?
- **Entlastung:** Wie hat die Helfervermittlung zu ihrer Entlastung beigetragen? In welchen Bereichen haben Sie Entlastung erfahren?
- **Andere Hilfevermittlung:** Welche anderen Arten der Hilfevermittlung kennen Sie noch?
- **Verbesserungsbedarf:** Was würden Sie sich bei dem Vermittlungsangebot noch wünschen?

Teil C: Nutzendimensionen

Sie haben uns nun ja schon einige Aspekte des Nutzens der Helfervermittlung für sich illustriert. Inwiefern spielen denn folgende Kriterien für Sie eine Rolle?

- **Vermittelt zur Lebenssituation passende Unterstützung?**

Kostengünstig? Wie sieht für Sie ein angemessener Preisrahmen aus?

Flexibilität des Angebots?

Qualität? Was macht für Sie die Qualität aus?

Ortsunabhängigkeit? Welche Rolle spielt für Sie die Möglichkeit ortsunabhängig Unterstützung organisieren zu können?

Teil D: Demografische Angaben und Informationen zur Pflegesituation

Kurz vor Schluss möchten wir Sie noch um einige Angaben zu Ihrer Person bitten. Diese helfen uns bei der Einordnung der Ergebnisse:

Geschlecht:

Männlich

Weiblich

Divers

Alter:_____ Jahre

Pflegegrad:

Pflegegrad 1

Pflegegrad 2

Pflegegrad 3

Pflegegrad 4

Pflegegrad 5

Kein Pflegegrad

Pflegegrad beantragt

Welche Personen helfen bei der Bewältigung der Pflegeaufgaben?

_____

Ihre Wohnsituation:

Alleine

Mit folgenden Personen:_____

Nutzung weiterer Unterstützungsangebote:

Ambulanter Pflegedienst/Sozialstation

24- Stunden Betreuung

Besuchsdienst

Tagespflege

Essen auf Rädern

Begleit- und Fahrdienste

Stundenweise Betreuungskräfte

Sonstiges:

Abschluss

Wir haben im Laufe dieses Interviews vielen Themen gestreift. Wir haben über Ihre Nutzung der Vermittlung und den Nutzen der Vermittlung für Sie gesprochen. Abschließend möchten wir gerne von Ihnen wissen: Haben wir vergessen etwas zu fragen? Möchten Sie und noch etwas mitgeben?

Danksagung und Verabschiedung, Hinweis auf Kontaktmöglichkeiten im Anschluss

Leitfaden Anbieter

Einstiegsfrage: Erzählen Sie doch mal, was waren ihre Beweggründe, ein solches Vermittlungsangebot auf den Weg zu bringen?

Teil A: Helfervermittlung

- **Funktionsweise der Helfervermittlung:** Die Plattform bzw. ihr Angebot vermittelt Helfer*innen an Personen mit Pflege- oder Betreuungsbedarf bzw. die Angehörige pflegen. Wie dürfen wir uns den Prozess von Kontaktanbahnung bis zur Hilfeerbringung vorstellen?
    - **Funktionsweise für Community:** Wie funktioniert der Prozess für die ehrenamtlichen Helfer? Für die Hilfesuchenden?
    - **Zugangswege Community:** Auf welchen Wegen nehmen die Nutzenden Kontakt zu Ihnen auf? Gibt es typische Zugangswege? Welche Kanäle sind für die Akquise und den Kontakt zur jeweiligen Gruppe am erfolgreichsten?
    - **Vermittlungskriterien:** Anhand welcher Kriterien werden die Helfenden an die Hilfesuchenden vermittelt?
- **Nutzungsmuster:** Können Sie für Ihre Nutzer*innen illustrieren, wie diese Ihr Angebot nutzen? Das heißt wie lange und wie oft Nutzen Helfer*innen und Hilfesuchende ihr Angebot und in welcher Regelmäßigkeit?
- **Vertrauen:** Die häusliche Pflege ist gemeinhin als persönlich besonders sensibler Bereich bekannt. Welche Rolle spielen gegenseitiges Vertrauen und Verbindlichkeit in den Hilfebeziehungen zwischen Hilfesuchenden, Helfenden und Ihnen?
    - **Probleme:** Gibt es typische Probleme in den Hilfebeziehungen? Wie gehen Sie mit Problemen in den Hilfebeziehungen um?
    - Wie schaffen Sie **Transparenz hinsichtlich der Rolle und Pflichten** der Nutzenden bezüglich haftungs- und arbeitsrechtlichen Fragen sowie der Rechte der Leistungsempfänger? Wie ist dieses Verhältnis vertraglich geregelt?
    - Inwiefern spielen **Bewertungen der Nutzenden** untereinander eine Rolle?
- **Market Place Leakage:** Wie gehen Sie damit um, dass Sie potenziell Hilfebeziehungen vermitteln, und die Hilfebeziehung danach möglicherweise auch ohne Sie zustande kommt?

Teil B: Nutzen der Helfervermittlung

- **Nutzen der Helfervermittlung:** Worin besteht aus Ihrer Sicht ein Nutzen oder Mehrwert Ihres Angebotes für Ihre Nutzer*innen?
    - Für **Helfende**?
    - Für **Hilfesuchende**?
    - Für Sie als **Organisation**?
    - Die Region oder die **Gesellschaft** insgesamt?
    - Wie **kommunizieren** Sie diesen **Nutzen** Ihre Zielgruppe(n)?
- **Nutzen des Digitalen:** Wo sehen Sie den speziellen Nutzen digitaler Technik für ihre Helfervermittlung? Welche Nachteile des Digitalen sehen Sie? Wo haben analoge Vermittlungen Vorteile?
- **Marketingstrategie**: Wie kommunizieren Sie den Nutzen an Ihre Kunden?

Teil C: Geschäftsmodell

Dreh- und Angelpunkt ihres Angebotes sind ja einerseits die Hilfesuchenden, andererseits aber auch die Helfenden. Auf welchen Wegen erfahren diese Gruppen von Ihnen und werden Ihre Kunden?

- **Erfolgsfaktoren:** Was sind die Erfolgsfaktoren ihres Unternehmens? Wo erleben Sie Hürden?
- **Rechtliche Rahmenbedingungen:** Wo sehen Sie Verbesserungsbedarf seitens Akteuren wie Gesetzgeber, Kommunale Verwaltung, oder Ähnliche?

Finanzierung:

- **Monetarisierungsstrategie:** Welche Strategie wenden Sie an damit sich ihr Geschäftsmodell finanziert?
- **Zahlungsbereitschaft der Nutzer:** Unter welchen Bedingungen sind Ihre Kunden zahlungsbereit?
    - **Zahlungsunfähigkeit:** Was geschieht, wenn Kunden nicht bezahlen (können)?
    - **Entlastungsbetrag:** Welche Rolle spielt die Abrechnung über die Pflegekasse, bzw. den ‚Entlastungsbetrag'? Inwiefern ist hier Beratung relevant?

Dienstleistungsangebot:

- **Welche Dienstleistungen/ Services werden überwiegend vermittelt?**
    - Welche Dienstleistungen bieten Sie explizit nicht an?
    - Was ist Ihr Kernprodukt?
- **Qualitätssicherung:** Wie stellen Sie sicher, dass die Qualität Ihres Vermittlungsangebotes zu den Bedürfnissen der Helfenden und Hilfesuchenden passt?
    - Wie sehen die Schulungen für Ihre Helfer*innen aus?

Zukunftsaussicht/-pläne: Was sind Ihre Pläne für die Zukunft ihrer Helfervermittlung?

Abschluss

Wir haben im Laufe dieses Interviews vielen Themen gestreift. Wir haben über die Funktionsweise der Vermittlung, den Nutzen für die Helfenden und Hilfesuchenden, sowie über ihr Geschäftsmodell gesprochen. Abschließend möchten wir gerne von Ihnen wissen: Haben wir vergessen etwas zu fragen? Möchten Sie und noch etwas mitgeben?

Danksagung und Verabschiedung

Hinweis auf **Kontaktmöglichkeiten** im Anschluss

Aufnahme nach dem Interview prüfen! Wenn Defekt, anfertigen eines Gedächtnisprotokolls

Ethikvotum

GEHBa

Gemeinsame Ethikkommission der Hochschulen Bayerns
Hochschule Bayern e.V., Hohenzollernstraße 102, 80796 München

Herrn Jochen Geiselhart
Hochschule Kempten
Bayerisches Forschungszentrum Pflege Digital
Albert-Einstein-Straße 6
D-87437 Kempten

Gemeinsame Ethikkommission der Hochschulen Bayerns
Prof. Dr. Horst Kunhardt
Prof. Dr. Walter Swoboda
Prof. Dr. Karsten Weber
Vorl. Vorsitzende

Kontakt GEHBa:
Dr. Martin Schmieder
Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm
Wileystraße 1, Raum B.2.19
D-89231 Neu-Ulm
Tel.: 0731 9762 1625
E-Mail: antrag@gehba.de
Webseite: https://www.gehba.de

Unser Zeichen: **GEHBa-202209-V-077**
(bitte bei Schriftwechsel angeben)

Stellungnahme (Votum) zu ethischen Aspekten eines geplanten Forschungsvorhabens

Antragsteller: Geiselhart, Jochen

Titel des Forschungsvorhabens: **Nutzen von Vermittlungsplattformen für informell Helfende in der häuslichen Pflege (NuVe)**

Neu-Ulm und Regensburg, den 04.10.2022

Sehr geehrter Herr Geiselhart,

die Gemeinsame Ethikkommission der Hochschulen Bayerns (GEHBa) hat Ihren Antrag vom 14.09.2022 im Rahmen der Sitzung vom 30.09.2022 auf Basis der von Ihnen vorgelegten Unterlagen geprüft und ist zu folgendem Bewertungsergebnis gekommen:

Die GEHBa spricht ein positives Votum aus.

Darüber hinaus möchte die GEHBa die folgenden Empfehlungen aussprechen:

1. Rekrutierung: Eine Strategie zur Auswahl der Teilnehmenden, aus der ersichtlich wird, nach welchen Kriterien diese ausgewählt werden, wäre wünschenswert.
2. Das im Antrag genannte „Fallwissen" der Vermittlungsanbieter sollte ggf. durch ein Screening oder eine individuelle Bewertung (Assessment) untermauert werden.
3. Bei der Pseudonymisierung der erhobenen Daten sollte mit besonderer Sorgfalt vorgegangen werden, so dass keine Verbindung zwischen Hilfesuchenden, Ehrenamtlichen und dem Vermittlungsdienst hergestellt werden kann.
4. Die Formulierung „Während der Durchführung der Interviews übernimmt die Hochschule Kempten sowie das Bayerische Forschungszentrum Pflege Digital keine Haftung im Schadensfall." sollte nach Möglichkeit auch im Infoschreiben bzw. der Einwilligungserklärung noch etwas näher erläutert werden.

Bei ihrem Forschungsvorhaben wünschen wir Ihnen viel Erfolg! Die ethische und rechtliche Verantwortung für die Durchführung des Forschungsvorhabens verbleibt grundsätzlich bei den Forschenden. Änderungen des Protokolls sollten zur erneuten Abstimmung mit der GEHBa eingereicht werden. Nach Ende des Forschungsvorhabens sollte dies der GEHBa gemeldet und ein Kurzbericht über das Ergebnis der Studie vorgelegt werden.

Bei Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

im Auftrag der Gemeinsamen Ethikkommission der Hochschulen Bayerns



Dr. Martin Schmieder, Geschäftsstelle GEHBa



Prof. Dr. Karsten Weber, Vorsitzender GEHBa

Zusätzliche Informationen:

Vom Antragsteller eingereichte Dokumente, die von der GEHBa begutachtet wurden:

- 01_GEHBa_Ethikantrag_BZPD_NuVe_aktualisiert.pdf (Hauptantrag)
- 02_Datenschutzkonzept_Einverständnis_BZPD_NuVe.pdf
- 03_Einverständniserklärungen_BZPD_NuVe.pdf
- 04_Verschwiegenheitserklärung_BZPD_NuVe.pdf
- 05_Leitfäden_BZPD_NuVe.pdf

An der GEHBa-Bewertungsrunde vom 30.09.2022 nahmen in virtueller Konferenz die folgenden Gutachterinnen/Gutachter und Kommissionsmitglieder teil (in alphabetischer Namensreihenfolge):

Frau Prof. Dr. Vera Antonia Büchner (Technische Hochschule Nürnberg)
Herr Prof. Dr. Clemens Bulitta (Ostbayerische Technische Hochschule Amberg-Weiden)
Herr Dr. Marcus Grohmann (Hygiene Technologie Kompetenzzentrum Bamberg)
Herr Prof. Dr. Georg Rainer Hofmann (Technische Hochschule Aschaffenburg)
Herr Prof. Dr. Noah Klarmann (Technische Hochschule Rosenheim)
Herr Prof. Dr. Walter Kullmann (Hochschule Würzburg-Schweinfurt)
Frau Prof. Dr. Lisa Marie Ranisch (Ostbayerische Technische Hochschule Amberg-Weiden)
Frau Prof. Dr. Barbara Terborg (Hochschule Kempten)
Herr Dr. Martin Schmieder (Hochschule Neu-Ulm, Sitzungsprotokoll)
Herr Prof. Dr. Karsten Weber (Ostbayerische Technische Hochschule Regensburg)
Frau Dr. Anna Witte (Hygiene Technologie Kompetenzzentrum Bamberg)

Des Weiteren liegen aus dem Kreis der Gutachterinnen und Gutachter schriftliche Stellungnahmen vor, die bei der Bewertung berücksichtigt wurden.

Gutachterinnen und Gutachter von der Hochschule der Antragstellerin/des Antragstellers waren/sind von der Bewertung grundsätzlich ausgeschlossen.

Gemeinsame Ethikkommission der Hochschulen Bayerns
Hochschule Bayern e.V., Hohenzollernstraße 102, 80796 München

Herrn Jochen Geiselhart
Hochschule Kempten
Bayerisches Forschungszentrum Pflege Digital
Albert-Einstein-Straße 6
D-87437 Kempten

Gemeinsame Ethikkommission der Hochschulen Bayerns
Prof. Dr. Walter Swoboda
Vorsitzender
Dr. Julia Krumme
Prof. Dr. Karsten Weber
Stellv. Vorsitzende

Kontakt GEHBa:
Dr. Martin Schmieder
Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm
Wileystraße 1, Raum B.2.19
D-89231 Neu-Ulm
Tel.: 0731 9762 1625
E-Mail: antrag@gehba.de
Webseite: https://www.gehba.de

Unser Zeichen: **GEHBa-202209-V-077-P**
(bitte bei Schriftwechsel angeben)

Protokolländerung im Rahmen eines Forschungsvorhabens

Antragsteller: Geiselhart, Jochen

Titel des Forschungsvorhabens: **Nutzen von Vermittlungsplattformen für informell Helfende in der häuslichen Pflege (NuVe)**

Neu-Ulm und Augsburg, den 15.02.2023

Sehr geehrter Herr Geiselhart,

die Gemeinsame Ethikkommission der Hochschulen Bayerns (GEHBa) hat Ihren Antrag auf Protokolländerung vom 02.02.2023 diskutiert und sieht darin keine größeren ethischen Bedenken. Im Wesentlichen geht es darum, den Teilnehmenden eine pauschale Aufwandsentschädigung von 20 Euro aus Mitteln des Bayerischen Zentrums Pflege Digital zukommen zu lassen, worin aus ethischer Sicht kein Interessenskonflikt erkennbar ist.
Das von der GEHBa am 04.10.2022 ausgesprochene positive Votum GEHBa-202209-V-077 hat damit Fortbestand.

Bei Ihrem Forschungsvorhaben wünschen wir Ihnen weiterhin viel Erfolg und stehen bei Rückfragen jederzeit gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

im Auftrag der Gemeinsamen Ethikkommission der Hochschulen Bayerns

Dr. Martin Schmieder, Geschäftsstelle GEHBa

Dr. Julia Krumme, Stellv. Vorsitzende GEHBa

Zusätzliche Informationen:

Vom Antragsteller eingereichte Dokumente, die von der GEHBa begutachtet wurden:

- Antrag auf Protokolländerung_GEHBa-202209-V-077.pdf

Die GEHBa umfasst derzeit die folgenden Kommissionsmitglieder (in alphabetischer Namensreihenfolge):

Frau Prof. Dr. Yvonne Berger (Technische Hochschule Rosenheim)
Frau Prof. Dr. Vera Antonia Büchner (Technische Hochschule Nürnberg)
Herr Prof. Dr. Clemens Bulitta (Ostbayerische Technische Hochschule Amberg-Weiden)
Frau Prof. Dr. Sibylle Gaisser (Hochschule Ansbach)
Herr Prof. Dr. Timo Götzelmann (Technische Hochschule Nürnberg)
Herr Dr. Marcus Grohmann (Hygiene Technologie Kompetenzzentrum Bamberg)
Herr Prof. Dr. Georg Rainer Hofmann (Technische Hochschule Aschaffenburg)
Herr Prof. Dr. Noah Klarmann (Technische Hochschule Rosenheim)
Frau Prof. Dr. Prisca Kremer-Rücker (Hochschule Weihenstephan-Triesdorf)
Frau Dr. Julia Krumme (Hochschule Augsburg)
Herr Prof. Dr. Walter Kullmann (Hochschule Würzburg-Schweinfurt)
Herr Prof. Dr. Horst Kunhardt (Technische Hochschule Deggendorf)
Frau Prof. Dr. Norina Lauer (Ostbayerische Technische Hochschule Regensburg)
Frau Prof. Dr. Anna Meinhardt (Hochschule Neu-Ulm)
Frau Prof. Dr. Annette Meussling-Sentpali (Ostbayerische Technische Hochschule Regensburg)
Frau Prof. Dr. Christa Mohr (Ostbayerische Technische Hochschule Regensburg)
Herr Prof. Dr. Andrius Patapovas (Technische Hochschule Nürnberg)
Frau Prof. Dr. Andrea Pfingsten (Ostbayerische Technische Hochschule Regensburg)
Frau Prof. Dr. Lisa Marie Ranisch (Ostbayerische Technische Hochschule Amberg-Weiden)
Herr Prof. Dr. Andreas Riener (Technische Hochschule Ingolstadt)
Herr Dr. Martin Schmieder (Hochschule Neu-Ulm)
Herr Prof. Dr. Walter Swoboda (Hochschule Neu-Ulm)
Frau Prof. Dr. Barbara Terborg (Hochschule Kempten)
Herr Prof. Dr. Francesco Volpe (Technische Hochschule Aschaffenburg)
Herr Prof. Dr. Karsten Weber (Ostbayerische Technische Hochschule Regensburg)
Frau Dr. Anna Kristina Witte (Hygiene Technologie Kompetenzzentrum Bamberg)
Frau Prof. Dr. Mechthild Wolff (Hochschule Landshut)

Gutachterinnen und Gutachter von der Hochschule der Antragstellerin/des Antragstellers waren/sind von der Bewertung grundsätzlich ausgeschlossen.

Aus dem Kreis der Gutachterinnen und Gutachter liegen schriftliche Stellungnahmen vor, die bei der Bewertung berücksichtigt wurden.

PFLEGE DIGITAL
BAYERISCHES ZENTRUM

Hochschule Kempten
University of Applied Sciences

Bayerisches Zentrum
Pflege Digital (BZPD)
www.hs-kempten.de/bzpd

Hochschule für angewandte
Wissenschaften Kempten