

Freiwilligenarbeit in der Entwicklungshilfe

Risiko, Herausforderung oder Chance für
interkulturelles Verständnis?

Lisa Wabner

Adresse: XXXXXXXXXXXX

XXXXX

Telefon: XXXXXXXXXXXX

E-Mail: XXXXXXXXXXXX

Matrikelnummer: XXXXXX

Studienfach: Psychologie

5. Fachsemester

Seminar Kultur und Entwicklung
Nichtpsychologisches Wahlpflichtmodul R3: Ethnologie
Dozent: Dr. Michael Schönhuth

Abgabe: 31.03.2016

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
2 Die Organisationen hinter Freiwilligenarbeit.....	1
2.1 Volunteering vs. Voluntourism	1
2.2 Entwicklung der Freiwilligenarbeit	2
2.3 Marketing (kommerzieller) Freiwilligenarbeit.....	3
3 Die Akteure	5
3.1 Die Volontäre: Motivationen	6
3.2 Die Volontäre: Effekte und Nutzen	7
3.3 Die Gastgesellschaft: Effekte und Nutzen	11
4 Anregungen zur Verbesserung durch weltweit	13
5 Fazit und eigene Erfahrungen	15
6 Literaturverzeichnis.....	16

1 Einleitung

Man kommt oft im eigenen Bekannten- und Freundeskreis nicht umhin festzustellen, dass sich ein eindeutiger Trend etabliert hat, ein Auslandsjahr - zumeist nach Abschluss der Schule - zu machen. Viele Menschen berichten diesbezüglich von Freiwilligenarbeit, die sie in Entwicklungsländern geleistet haben. Die nachfolgende Arbeit soll einen Überblick über die Freiwilligenarbeit und ihre Entwicklung geben und der Frage nachgehen, welche Risiken und Chancen für die Entwicklungsarbeit aus ihr erwachsen. Grundlagen sind zum einen Arbeiten von Kate Simpson (2004; 2005), in denen sie sich in erster Linie kritisch mit dem kommerziellen Sektor der Freiwilligenarbeit auseinandersetzt, sowie eine Feldstudie von Bargemann et al. (2016) zu den Dynamiken zwischen den beteiligten Akteuren von Freiwilligenarbeit vor Ort und den daraus hervorgehenden Folgen. Zudem ist die Broschüre „*weltwärts* pädagogisch begleiten“ (2011) in die Erarbeitung von Verbesserungsmöglichkeiten mit eingeflossen.

2 Die Organisationen hinter Freiwilligenarbeit

Freiwilligenarbeit ist nicht gleich Freiwilligenarbeit. Obwohl die Grenzen nicht ganz klar und gerade zu ziehen sind, gilt es eine Unterscheidung zwischen dem karitativen und dem kommerziellen Freiwilligenarbeits-Sektor zu treffen. Beide werben für ihre Projekte unter dem Aushängeschild der „Freiwilligenarbeit“. Die Differenzierung fällt daher vor allem auf den ersten Blick nicht immer leicht, ist jedoch von essentieller Bedeutung: Gerade der kommerzielle Entwicklungshilfe-Tourismus hat in den letzten Jahren eine enorme Ausweitung und Professionalisierung erlebt (Simpson, 2004, S. 682), die im Anschluss an die Abgrenzung der beiden Branchen zur Sprache kommt. Danach wird auf die Marketing-Strategie kommerzieller Anbieter eingegangen.

2.1 Volunteering vs. Voluntourism

Die karitative Freiwilligenarbeit („Volunteering“) ist „gleichzusetzen mit ehrenamtlicher Arbeit“ (Freiwilligenarbeit.de, 2016) im Bereich der Entwicklungshilfe: Zielländer sind Entwicklungsländer in Südamerika, Afrika und Asien. Populäre Vertreter karitativer Organisationen sind *weltwärts* oder *kulturweit*, aber auch das FSJ im Ausland oder kirchliche Verbände zählen dazu. Da es nur eine begrenzte Anzahl an Plätzen gibt, werden ausführliche Bewerbungsverfahren inklusive Auswahltreffen und Bewerbungsgesprächen durchgeführt. Bewerbungsfristen sind in der Regel 9 bis 12 Monate vor Arbeitsantritt angesetzt. Der Bewerber muss gewisse Voraussetzungen erfüllen, wie ein Mindest- bzw. Höchstalter und ein Bil-

dungsabschluss, und es gibt üblicherweise eine festgesetzte Mindestaufenthaltsdauer von 6 – 12 Monaten (wegweiser-freiwilligenarbeit.com, 2015). Das „Volunteering“ wird gefördert von meist staatlichen Institutionen wie dem BMZ und fordert typischerweise vom Volontär den Aufbau eines Spendenkreises zur Finanzierung seines Engagements. Sogenannte Träger- bzw. Entsendeorganisationen vermitteln Freiwillige an die Aufnahmeorganisationen vor Ort und sind in die Vorbereitung von der anfänglichen Bürokratie bis hin zu Seminaren unterstützend involviert. Ein Gütesiegel der *Agentur für Qualität in Freiwilligendiensten* („Quifd“) sichert zudem den meisten Trägerorganisationen karitativer Freiwilligenarbeit eine Gemeinnützigkeit und somit einen gewissen Qualitätsstandard zu¹.

Der kommerzielle Sektor der Freiwilligenarbeit („Voluntourism“) baut ebenfalls auf ehrenamtliches Engagement. Hierbei ist die Entwicklungshilfe jedoch eher Teil als Kern der Auslandserfahrung, zu der meist noch Sightseeing/Urlaub als Anreiz hinzukommt (Freiwilligenarbeit.de, 2016). Die „flexible Freiwilligenarbeit“ wird von Reiseagenturen wie *Praktikawelten*, *Projects Abroad* oder *TravelWorks* angeboten. Diese Agenturen arbeiten zu meist nach eigenen, marktorientierten Standards und verfügen dementsprechend nicht über ein qualitätssicherndes Gütesiegel. Kommerzielle Freiwilligenarbeit fokussiert sich ebenfalls hauptsächlich auf Entwicklungsländer in Südamerika, Afrika und Asien, hat jedoch ein viel breiteres Angebot. Bewerbungen sind bis zu wenigen Wochen vor Arbeitsantritt möglich und stellen den Bewerber vor keine Anforderungen und keinen Auswahlprozess. Statt vorgeschriebenem Alter oder Mindestaufenthaltsdauer ist die Eigenfinanzierung die einzige Voraussetzung. Die Mindestdauer der Einsätze beginnt bereits bei 2 Wochen². Generell lassen sich eine hohe Flexibilität, das Angebot gleichzeitigen Urlaubs, Eigenfinanzierung, weniger Beschränkungen sowie die Tatsache, dass der Volontär bezüglich seines Engagements weniger in die Pflicht genommen wird (z.B. was Spendensammeln oder Verpflichtung für einen längeren Zeitraum angeht), als charakteristische Merkmale für den Entwicklungshilfe-Tourismus festmachen.

2.2 Entwicklung der Freiwilligenarbeit

Noch vor einigen Jahren hat ein längerfristiger Auslandsaufenthalt, v.a. nach dem Schulabschluss, die allgemein gefürchtete „Lücke im Lebenslauf“ verursacht. Man hat sich zweimal überlegt, ob man sich wirklich nach der Schule ein Jahr Zeit nehmen will, bevor man mit dem

¹ siehe http://www.quifd.de/131_Zertifizierte_Organisationen.htm

² siehe z.B. <http://www.freiwilligenarbeit.de/thailand-kinderheim-freiwilligendienst.html>

Studium beginnt. In letzter Zeit hat sich das Auslandsjahr zwischen Schulabschluss und Studium (das sogenannte „Gap Year“) von einer Art systemkritischem Protest, einer „radikalen Tätigkeit, dominiert von Wohlfahrtsverbänden und inspiriert durch die Reisen der Hippie-Generation, zu einer institutionell akzeptierten kommerzialisierten „Gap Year“-Industrie entwickelt, die dazu beitragen soll, eine neue Generation von Bürgern für ein globales Zeitalter zu formen“ (Simpson, *Dropping Out or Signing Up? The Professionalisation of Youth Travel*, 2005, S. 446). Von einem rebellischen Bruch mit formalen Bildungsstandards hat sich das Auslands- bzw. Freiwilligenjahr somit zu einem integralen Bestandteil eben dieser zeitgenössischen Bildungsstandards entwickelt.

Im Zuge einer wachsenden institutionellen Akzeptanz für Freiwilligenarbeit im Rahmen eines Auslandsjahres junger Menschen haben sich staatlich geförderte Programme, wie im Jahr 2008 *weltwärts*, entwickelt. Gleichzeitig hat sich, wie im vorherigen Abschnitt dargestellt, auch ein Markt für Freiwilligenarbeitsprogramme etabliert, der Auslandsaufenthalte in Entwicklungsländern als individuell konsumierbare, marktkompatible Produkte verkauft, die einen Gewinn für den eigenen Lebenslauf mit sich bringen. Kate Simpson fasst die Akzeptanz solcher Projekte so zusammen, dass von politischer und institutioneller Seite davon ausgegangen werde, dass die Gesellschaft von einer Auslandserfahrung, die Selbstständigkeit und Charakterbildung ihrer Mitglieder fördert, nur profitieren könne (Simpson, 2005, S. 452-454).

2013 gingen in Deutschland jährlich zwischen 3000 und 4000 junge Menschen mit *weltwärts* in Entwicklungshilfe-Projekte (*weltwärts* - Der entwicklungspolitische Freiwilligendienst, 2013). Mit kommerziellen Freiwilligenarbeitsagenturen gingen 2014 nach Zahlen des Portals *wegweiser-freiwilligenarbeit.com* zwischen 15 000 und 25 000 Deutsche ins Ausland (*wegweiser-freiwilligenarbeit.com*, 2015). Der zahlenmäßige Unterschied geht auf die Größe des Angebots, aber auch die höhere Flexibilität und die fehlende Altersbeschränkung des Entwicklungshilfe-Tourismus zurück. Es wird deutlich, welche Ausmaße der kommerzielle Sektor angenommen hat - was somit die Notwendigkeit betont, sich gerade mit diesem Bereich der Freiwilligenarbeit auseinanderzusetzen.

2.3 Marketing (kommerzieller) Freiwilligenarbeit

Im Zuge des Ausbaus und der Formalisierung des Freiwilligenarbeits-Marktes hat sich der kommerzielle Sektor vor allem auf die Promotion seines Angebots von „individualisiertem kulturellen und gesellschaftlichen Kapital“ (Simpson, 2005, S. 449) fokussiert: Kulturelles Kapital erwerben Volontäre durch einen Zuwachs an Wissen und Erfahrungen. Gesellschaftli-

ches Kapital wird aufgebaut durch „erweiterte Horizonte“, persönliche Entwicklung und den Erwerb von Führungs- und Teamarbeitskompetenzen. Was kommerzielle Freiwilligenarbeitsagenturen verkaufen sind somit Werte wie Reife, Charakter und Entscheidungsfähigkeit als Differenzierungsmerkmale, die sowohl im sozialen Umfeld als auch auf dem Arbeitsmarkt gut ankommen und sozusagen die Spreu vom Weizen trennen sollen.

„Voluntourism“ baut auf einer bestimmten Geographie auf (Simpson, 2005, S. 455-456): Legitimation zieht die Freiwilligenarbeit aus der kolonialen Vergangenheit westlicher Länder, von der sich Freiwilligenarbeitsagenturen jedoch distanzieren – zumindest auf expliziter Ebene. In ihrer Publikation „Dropping Out or Signing Up? The Professionalisation of Youth Travel“ stellt Kate Simpson nach Said (1978) das Erbe des Kolonialismus sowohl als eine Konstruktion von Staatsgebieten als auch eine Konstruktion der Art und Weise, wie die Welt gesehen wird, dar. Gewissermaßen werde von der Freiwilligenarbeitsindustrie ein Bild der „dritten Welt“ aufrechterhalten, das ein distinktes Set von Machtverhältnissen und kulturellen Imperativen reflektiere und von einem Dualismus geprägt sei, der konsistent mit kolonialen Konstruktionen sei (Simpson, 2005, S. 455).

Ein simples, dichotom geprägtes Verständnis von Entwicklungshilfe, die relativ losgelöst von Geschichte und Politik ist, werde zukünftigen Volontären in vielen Werbetexten vermittelt, so Simpson (Simpson, 2004, S. 683): Oftmals ließen sich sehr homogene, idealisierende Beschreibungen von ganzen Gruppen von Menschen oder Kulturen finden, die zur Bildung einfacher Kategorien und universaler Erwartungshaltungen bezüglich der bevorstehenden Erfahrungen beitragen. Ein Dualismus, der die Welt in „wir“ und „die anderen“ aufteilt, vermittele außerdem ein „westernisiertes“ und externalisierendes Verständnis von Entwicklungshilfe. „Die Anderen“ würden in den meisten Texten als „die Bedürftigen“ dargestellt, von denen der Volontär aus dem Westen „gebraucht“ werde (Simpson, 2004, S. 685-686). Vergleicht man die Textbeispiele, die Kate Simpson in ihren Publikationen von 2004 und 2005 anführt, mit aktuellen Werbetexten von Freiwilligenarbeitsagenturen, so fällt eine vergleichsweise vorsichtige Ausdrucksweise auf, was vermuten lässt dass diesbezüglich entweder Unterschiede zwischen der Werbung britischer und deutscher Agenturen bestehen, oder gewisse Einsichten und Veränderungen stattgefunden haben. So vage und trivialisierend die Sprache der Freiwilligenarbeitswerbung sei, schließt Simpson, präsentiere sie jedoch das Angebot einer konsumierbaren Erfahrung des „anderen“ (Simpson, 2004, S. 683).

Entwicklungshilfe wird nach Simpsons Einschätzung als eine einfache Angelegenheit porträtiert, die „angepackt“ werden muss (Simpson, 2004, S. 685). Das Wort „Entwicklungshilfe“ werde von den meisten kommerziellen Agenturen gemieden, stattdessen werde auf die individuelle Möglichkeit des Volontärs, „einen Unterschied zu machen“ oder „für die Zukunft anderer einzustehen“ verwiesen: Die Sprache sei somit die der „persönlichen Entwicklung“ oder des „persönlichen Engagements“ (Simpson, 2004, S. 683) und weist auf die Tendenz einer Zentrierung des Projekts auf die Bedürfnisse und Vorstellungen des Volontärs hin. Dem vereinfachten Entwicklungshilfe-Verständnis zugrunde liege eine Police der „guten Intentionen“ und die Annahme, dass „etwas tun besser ist als nichts tun“ und daher der Einsatz auch ungelernter, junger Hilfskräfte legitim sei (Simpson, 2004, S. 684-685). Statt langfristigen Projekten für die Entwicklungsländer selbst würden viele kommerzielle Freiwilligenarbeitsagenturen ihre individuumszentrierten Werbekampagnen um die Vision herum aufbauen, dass junge Menschen mit Erfahrungen aus der „dritten Welt“ nach ihrer Rückkehr und in ihren späteren Berufen achtsamere und kulturell sensiblere Positionen übernehmen (Simpson, 2005, S. 462).

Wenngleich sich einige dieser Marketingstrategien und Darstellungen auch bei karitativen Organisationen wie *weltwärts* finden, sind diese jedoch ausdrücklicher auf langfristige Entwicklungsprojekte bedacht, was sich u.a. in weniger ausgeschmückten und romantisierenden Projektbeschreibungen widerspiegelt. *Weltwärts* beschreibt seine Projektarbeiten z.B. eher danach, was die Organisation vor Ort tut und sich zum Ziel gemacht hat, während *Travel-Works* sehr bildlich und narrativ versucht darzustellen, was der Volontär selbst in dem Projekt tun wird³. Die Vermittlung einer gewissen Weltsicht ist allerdings auch bei *weltwärts* ein Thema.

Alles in allem werden fragwürdige Marketingstrategien und zu kritisierende Selbstverständnisse von Freiwilligenarbeit wohl hauptsächlich, aber nicht ausschließlich von kommerziellen Organisationen vertreten.

3 Die Akteure

Das Konzept der Freiwilligenarbeit wird von vielen Seiten kritisiert. Gegenstand der Kritik am Einsatz von Volontären sind, von der Uneigennützigkeit der Helfer bis hin zur Vermittlung einer problematischen Weltsicht an junge Menschen (Gieler, 2011), viele komplexe As-

³ vergleiche z.B. Bildungsprojekte in Südafrika: <http://www.weltwaerts.de/de/ep-detail.html?id=200585> und <https://www.travelworks.de/freiwilligenarbeit-suedafrika/freiwilligendienst-suedafrika.html>

pekte. Von Befürwortern wird der Aspekt der Wissensvermittlung und Sensibilisierung der Volontäre betont (Rhode, 2013). Kritiker führen das Argument der Eigennützigkeit solcher Reisen vonseiten der Volontäre und Organisationen ins Feld (Wilhelm, 2011). Einige bezeichnen auch karitative Freiwilligenarbeit als „über Steuergelder finanziertes Tourismusprogramm für junge Leute“ (Horbach, n.d.). Im Folgenden sollen Effekte und Nutzen von Freiwilligenarbeit für Volontäre beleuchtet werden. Zuvor werden zugrunde liegende Motivationen von Volontären dargestellt.

3.1 Die Volontäre: Motivationen

Zunächst stellt sich den meisten die Frage nach der Motivation von jungen Menschen, sich über einen längeren oder kürzeren Zeitraum in einem Entwicklungsland zu engagieren. Die Beweggründe sind vielfältig (Gieler, 2011): neben altruistischen Visionen von Weltverbesserung sowie Neugier lassen sich auch durchaus eigennützige Motive wie Selbstverwirklichung und Selbstentwicklung oder karriereorientierte Lebenslauf-Aufbesserung finden. Einige treibt der Wunsch an, von Zuhause auszubrechen/einfach mal „weg“ zu sein. Andere wollen reisen, aber kein Tourist sein sondern etwas Außergewöhnliches und „Intensiveres“ erleben. Tatsächlich scheint die Bezeichnung „Tourist“ manchmal von jungen Reisenden als etwas Negatives aufgefasst zu werden, da es etwas Unerfahrenes, Oberflächliches implizieren kann. Ein Artikel zum Thema des Reisetrends bei jungen Menschen im Online-Magazins *zeitjung.de* meint dazu: „Wir wollen sehen, was so in den Favelas von Brasilien geht und wie es sich eigentlich in so einer Township in Südafrika lebt. Dabei ist es uns besonders wichtig, kein Tourist zu sein. Mit einem Touristen verwechselt zu werden, ist eine Beleidigung für jeden Backpacker [...]“ (Betzl, n.d.) Viel beliebter und gebräuchlicher ist also der Begriff des „Backpackers“ – möglicherweise, weil er ein Ausdruck von Abenteuer ist: Auch Abenteuerlust ist ein wichtiger Antrieb für Volontäre, sich auf Freiwilligenarbeit einzulassen. Damit hängt eine von Kate Simpson ausgeführte Paradoxie des Verkaufs von sowohl Gefahr als auch Sicherheit durch Freiwilligenagenturen zusammen: Wahrgenommene Gefahren als Teil einer Reise habe einen bestimmten Reiz für viele Volontäre, da die Bewältigung von Risiken und Ängsten ein essentieller Teil des Erwerbs von kulturellem Kapital darstelle und somit über Gefahr die erstrebte Authentizität einer Reise vermittelt werde. Vor dem Hintergrund der Sorgen von Eltern und Teilnehmern könne bei wahrgenommener Gefahr wiederum wahrgenommene Sicherheit als Produkt und Qualitätsmerkmal verkauft werden (Simpson, 2005, S. 457-460).

Egal ob Selbstfindung, Lebenslauf-Aufbesserung oder Abenteuerlust – Motivationen können, wie von Kritikern oft angemerkt, durchaus eigennützig sein. Volontäre suchen häufig etwas Außergewöhnlicheres als bloßes Reisen. Freiwilligenarbeit als außer-touristische Erfahrung findet großen Anklang und wird vor allem im kommerziellen Sektor häufig von jungen Menschen mit weiteren Reisen, Work & Travel oder ähnlichem kombiniert⁴. Aber auch die altruistische Motivation, deren maßgebliches Ziel die Mitarbeit in der Entwicklungshilfe ist, gibt es. Und sicher hat ein Volontär oftmals nicht nur eine, sondern viele mehr oder weniger stark ausgeprägte Motivationen. Die Freiwilligenarbeitsagenturen sind sich der Beweggründe der Volontäre durchaus bewusst und greifen diese in ihrem Marketing für die Projekte gezielt auf (das betrifft v.a. die kommerziellen Organisationen). So wirbt zum Beispiel die Freiwilligenarbeitsagentur *Stepin* unter der Überschrift „Freiwilligenarbeit: Urlaub abseits der Masse“:

Du möchtest dich noch Jahre später an deinen Urlaub erinnern und deine Zeit sinnvoll nutzen? Eine außergewöhnliche Zeit verbringen abseits von Massentourismus und Mainstream? Du möchtest Gutes tun und lernen, die Welt mit anderen Augen zu betrachten? Durch Freiwilligenarbeit lernst du, in einfachen Verhältnissen zu leben, schließt neue Freundschaften mit Einheimischen und internationalen Helfern und tauchst für einige Monate in eine ganz andere Welt ein – eine Welt, die dir als Tourist verschlossen bliebe. Ob du in Namibia Zebrababys pflegst, in Thailand Lehmhütten baust oder in Brasilien Waisenkinder unterrichtest: Als freiwilliger Helfer (Volontär) leistest du einen wichtigen Beitrag für dein Gastland. Ganz nebenbei sammelst du wertvolle Erfahrungen, die dich auch auf deinem beruflichen Weg weiterbringen. Du stärkst deine Soft Skills und zeigst Motivation und Engagement – dies schätzt jeder Personalchef. (Stepin - Student Travel & Education Programs International, 2016)

3.2 Die Volontäre: Effekte und Nutzen

Wie bereits erwähnt, kann ein Freiwilligendienst „interessanter“ machen: sei es auf dem Lebenslauf als Differenzierungsmerkmal zu anderen Bewerbern, oder im sozialen Bereich, wenn man neue Leute kennenlernt: Wer von Freiwilligenarbeit berichten kann, wirkt möglicherweise reifer (gesellschaftliches Kapital) und auch kulturell reicher (kulturelles Kapital). Die Kehrseite ist allerdings, dass Menschen, die keine Freiwilligenarbeit geleistet haben, Gefahr laufen deswegen im Vergleich schlechter abzuschneiden (Simpson, 2005, S. 450). Die Autorin des bereits im vorherigen Abschnitt zitierten kritischen Artikels des Online-Magazins *ZEITJUNG* schreibt dazu: „Wir reisen, weil wir irgendwie das Gefühl haben, reisen zu müssen. Weil es gut für den Lebenslauf ist, gut fürs Facebook-Profil und vor allem: gut für unseren Status. Was der Generation unserer Eltern der Porsche war, ist uns die Weltkarte im Zimmer, mit Pinnadeln auf jedem Kontinent.“ (Betzl, n.d.) Wenngleich die Objektivität und Differenziertheit des Artikel in Frage gestellt werden kann, manifestiert sich hier eine Prob-

⁴ siehe z.B. „Megatrip“-Angebot von *TravelWorks*: <https://www.travelworks.de/weltreise.html>

lematik, die in der Debatte um den Trend, sich durch einen Auslandsaufenthalt interessanter zu machen, thematisiert werden könnte: Vermittelt die Möglichkeit zu reisen, die zeitlichen und finanziellen Ressourcen zu haben um Freiwilligenarbeit zu leisten, eine neue Art von Ungleichheit zwischen jungen Menschen? Oft kritisiert wird jedenfalls, dass die Zielgruppe von Freiwilligenarbeitsprogrammen sehr homogen ist: Teilnehmer sind meistens Abiturienten; Haupt- oder Realschüler mit Berufsausbildung sind eher selten vertreten (Horbach, n.d.).

Ein weiterer möglicher Gewinn für Volontäre besteht darin, dass in den meisten Programmen keinerlei Qualifikationen gefordert werden. Sie können sich somit in Tätigkeiten, wie Lehrer oder Arzthelfer, ausprobieren, zu denen sie in ihrer Heimat ohne Qualifikation keinerlei Zugang hätten (Simpson, 2005, S. 464). Die Kehrseite der Möglichkeit, in eventuelle zukünftige Berufsfelder qualifikationslos „hineinzuschnuppern“, ist die eventuelle Reduktion ihrer Tätigkeit auf diesen Aspekt bis hin zu der Etablierung ausnutzender Beziehungen zwischen Reisendem und Gastgesellschaft (Simpson, 2005, S. 464) (siehe auch Abschnitt 3.3).

Problematisch könnte zudem sein, dass dem Volontär durch seine Stellung eine Expertenrolle zugeschrieben wird. Dies kann einerseits ein unvorteilhaftes soziales Machtverhältnis in der Beziehung zwischen Volontär und Gastgeber hervorbringen, die ohnehin durch die Ungleichheiten mittels derer Tourismus in der dritten Welt häufig operiert nicht zwangsläufig auf sicheren Beinen steht (Simpson, 2005, S. 464). Andererseits gefährdet eine zugeschriebene Expertenrolle die Einnahme der Rolle eines Lernenden und blockiert somit die wünschenswerte Offenheit im Umgang mit einer fremden Kultur. Beide Aspekte behindern einen kulturellen Austausch auf Augenhöhe und somit ein interkulturelles Verständnis.

Eine ganz besondere Gefahr birgt die Art und Weise, wie Freiwilligenarbeit im Vorhinein durch die Organisation dargestellt wird. Wie bereits beschrieben, ist das Bild der Kultur, die der Volontär kennenlernen wird, in Werbetexten von einem dualistischen „wir und die anderen“-Konzept geprägt⁵. Es wird mit vereinfachten und verallgemeinernden Kategorien gearbeitet, um dem Volontär einen möglichst attraktiven, unkomplizierten ersten Eindruck des Projekts zu vermitteln. Es kommt hinzu, dass in den meisten Projektbeschreibungen bereits deutlich suggeriert wird, wie ein erfolgreicher Konsum der Freiwilligenarbeit aussieht (Simpson, 2005, S. 457). So heißt es in einem Werbetext für Freiwilligenarbeit in Sambia bei *TravelWorks*:

⁵ z.B. Freiwilligenarbeit in Indien bei *praktikawelten*: „Wenn du nach einem aufregenden Land und einer völlig anderen Kultur im Gegensatz zu Europa suchst, dann ist Indien, das **Land der bunten Farben**, genau das richtige für deine Freiwilligenarbeit oder Sprachreise.“ (<http://www.praktikawelten.de/freiwilligenarbeit/indien.html>)

In einfachen Räumlichkeiten sitzt Du einer Frau gegenüber und informierst sie über die Risiken von HIV, teilst ihr mit, wie man sich schützen kann und wie gefährlich das Virus ist. Interessiert stellt sie viele Fragen, ist dankbar, dass sie einen Ansprechpartner hat. In diesem Moment wird Dir bewusst, wie wenig die Menschen in Sambia über diese Krankheit wissen, die bei ihnen so verbreitet ist. (TravelWorks, 2016)

Die Organisationen geben den zukünftigen Volontären somit von der Geburtsstunde ihres Engagements an Annahmen über die Gastkultur und eine bestimmte Erwartungshaltung vor – vor allem kommerzielle Anbieter praktizieren dies in großem Stil. Die Gefahr liegt nun in der Kombination der Formung solcher Kategorien und Erwartungshaltungen mit einem pädagogischen Konzept, das ebenfalls in erster Linie bei kommerziellen Freiwilligenarbeitsanbietern vertreten ist: Dem Konzept des „Lernens durch bloßen Kontakt“ (Simpson, 2005, S. 460-463). Es werde angenommen, dass Menschen durch den bloßen Kontakt mit einer Kultur lernen und diese kennenlernen. Weiterhin werde somit vorausgesetzt, dass die Erfahrung des Lebens in einer fremden Kultur an sich Vorurteile und Stereotype über diese abbaue. Simpson nennt diese pädagogische Überzeugung „bestenfalls naiv“ (Simpson, 2005, S. 461) und kommentiert, der Aufbau eines pädagogischen Konzepts auf bloßem Kontakt weise auf das grundsätzliche Fehlen eines wirklichen pädagogischen Konzepts hin. Unkritischer, unreflektierter Kontakt mit einer Kultur, über die man im Vorhinein schon Annahmen und Erwartungen gebildet hat, bewirke nämlich das genaue Gegenteil: Eine Verfestigung vorgeformter Annahmen und eine Bestätigung von Stereotypen. So reproduzierten viele der Volontäre, die Simpson interviewte, das vorgegebene Gefühl der Trennung und Distanzierung von der Gastkultur („den Anderen“) – z.B., was die Erfahrung von Armut einerseits in ihrem Heimatland, andererseits in ihrem Gastland angeht (Simpson, 2004, S. 687-688): Armut werde in vielen Werbetecken als ein absolutes Charakteristikum der „anderen“ Kultur betont⁶ und könne in der Wahrnehmung der Volontäre dadurch, dass sie vom „fremden Anderen“ erlitten werde nicht dieselbe Armut sein wie die, die man von Zuhause kennt. Die Volontäre suchen somit in der fremden Kultur gezielt nach Unterschieden statt nach Gemeinsamkeiten in Erfahrungen wie Armut. In der Marketing-Sprache von Freiwilligenarbeitsagenturen werde zudem häufig Kultur, oft auch sehr verallgemeinernd als „afrikanische“ Kultur, als einfache Erklärung für die gesuchten und gefundenen Unterschiede bereitgelegt.

⁶ z.B. bei *TravelWorks* – Freiwilligenarbeit in Sambia: „So reich Sambia an Flora und Fauna ist, so arm ist es, wenn man den Entwicklungs- und Verschuldungsgrad des Landes betrachtet. Auch auf dem Human Development Index rangiert es auf den letzten Plätzen.“ (<https://www.travelworks.de/freiwilligenarbeit-sambia.html>)

Von Simpson befragte Volontäre hatten unbewusst und ungeprüft Überzeugungen über ihre Gastgesellschaft geformt, die zweierlei Auswirkungen auf deren Umgang mit erlebten sozialen Ungleichheiten hatten: Einerseits wurden mittels „poor-but-happy“-Darstellungen, die unterstellten die Menschen im Gastland bräuchten nicht dasselbe Maß an materiellem Wohlstand, um glücklich zu sein, unreflektiert Rechtfertigungen für materielle Ungleichheiten zurechtgelegt (Simpson, 2004, S. 688). Andererseits wurden problematische Erklärungen für die Armut im Gastland verglichen mit dem eigenen Wohlstand der Volontäre geformt: Die Volontäre gaben an gelernt zu haben, was für ein Glück sie selbst hätten. Diese „lotto-logic“, die soziale Gerechtigkeit zu einer Frage von Glück und Zufall mache und somit Armut und Reichtum als Faktoren unzusammenhängender Prozesse porträtiere, senke das Gefühl der persönlichen Verwicklung in das ursächliche System und somit auch das Gefühl der eigenen sozialen Verantwortung. Durch die aufgrund von fehlender Reflektion erfahrene Bestätigung des Getrennt-Seins von der „anderen“ Kultur lernt ein Volontär vielleicht für sich selbst, seinen materiellen Wohlstand mehr zu schätzen; dies geschieht allerdings auf Kosten von kollektiver Veränderung, die durch das Gefühl, außerhalb der verursachenden Prozesse zu stehen, blockiert wird. (Simpson, 2004, S. 689-690)

Die Notwendigkeit eines kritischen Diskurses über einerseits die Art und Weise des Freiwilligenarbeits-Marketings, und andererseits über pädagogische Konzepte zur Hinterfragung und Aufarbeitung mitgebrachter Vorurteile von Volontären, wird anhand der geschilderten Problematik sehr deutlich. Die Bedeutung darin zu verhindern, dass Volontäre mit gestärkten Vorurteilen aus einem „dritte-Welt-Land“ nach Hause kommen, liegt nicht zuletzt auch darin begründet, dass die Volontäre diese nach ihrer Rückkehr mit der „Autorität der Erfahrung“ (Simpson, 2004, S. 688) vertreten dürfen.

Neben den aufgeführten Risiken und Problematiken des Freiwilligenarbeitskonzepts und des Marketings für Volontäre ist zu bemerken, dass Freiwilligenarbeit natürlich auch eine reale Chance für interkulturellen Austausch und Verständnis bereithält, wenn sie auf Augenhöhe und von einem reflektierten kritischen Standpunkt aus betrieben wird. Die Vision von einer Generation kultursensiblerer Menschen, die durch ihre Auslandserfahrungen lernen sich als Teil einer globalen Gesellschaft zu fühlen da sie Gemeinsamkeiten und Bereicherungen in zuvor fremden Kulturen erfahren haben, ist vielleicht nicht ganz so utopisch, wie sie manchmal dargestellt wird – es müssen nur an den richtigen Ansatzpunkten gute Voraussetzungen geschaffen werden.

3.3 Die Gastgesellschaft: Effekte und Nutzen

Der Nutzen für das Gastland ist im Grunde die zentrale Idee hinter dem Konzept von „Freiwilligenarbeit“. Hierzu sind jedoch verschiedene Aspekte zu betrachten. So verschieden die Projekte, in denen Freiwilligenarbeit stattfindet, und so verschieden die Umsetzung der Freiwilligenarbeit durch Organisationen ist, so schwierig ist es auf einer allgemeinen Ebene über die Konsequenzen für die Zielländer zu sprechen.

Das zuvor angesprochene, von vielen Freiwilligenarbeitsagenturen vermittelte externalisierende Entwicklungsmodell von Kulturen, das die westliche Kultur als „Modell“ und Volontäre als deren Vertreter darstellt, ist sicher problematisch für die Verbesserung der Verhältnisse vor Ort (Simpson, 2004, S. 685). Statt ein partizipatorisches Entwicklungskonzept sowohl Volontären als auch den Menschen der Gastkultur nahezubringen, werden asymmetrische Beziehungen mittels der Zuschreibung einer Experten- und Beispielrolle an die Volontäre gefördert. Die Darstellung von Freiwilligenarbeit durch die entsprechenden Organisationen kann zudem zu einem Missverstehen der Gastkultur führen: Neben Verfestigung von Vorurteilen den Menschen gegenüber und einer Abgrenzung durch einen „wir und die anderen“-Dualismus laufen Gastkulturen Gefahr, durch die Rhetorik vor allem kommerzieller Agenturen auf eine „single story“ der Bedürftigkeit reduziert zu werden (Simpson, 2004, S. 685-686). Hinzu kommt die Möglichkeit der Etablierung einer ausnutzenden Beziehung zwischen Volontär und Gastgeber, wenn der Volontär seine Prioritäten auf das „sich Ausprobieren“ in einem Tätigkeitsfeld setzt (Simpson, 2005, S. 464). Insgesamt lässt sich somit die gescheiterte Realisierung einer Begegnung auf Augenhöhe als potenzieller Schaden oder zumindest Verhinderung des Nutzens von Freiwilligenarbeit für Entwicklungsländer beschreiben.

Freiwilligenarbeit hat das Potenzial, neben einer Stimulation des lokalen Tourismus Bildung im Gastland zu verbessern, interkulturelles Verständnis zu fördern, sowie Arbeitskräftemangel auszugleichen (Bargemann, Richards, & Govers, 2016). Letzteres wird von Kritikern jedoch auch häufig stark in Zweifel gezogen, die darauf hinweisen, dass unqualifizierte Volontäre unter Umständen qualifizierten Fachkräften vor Ort die Arbeitsplätze wegnehmen würden (Bargemann, Richards, & Govers, 2016, S. 9). Zudem wird auch kritisiert, dass Volontäre durch ihre Nachfrage nach Freiwilligenarbeits-Angeboten zur Bildung von Waisenhäusern beitragen (Bargemann, Richards, & Govers, 2016, S. 3).

Die Spenden, die Volontäre mit in ihr Gastland bringen, werden von den Menschen vor Ort teilweise als wichtigster Beitrag bewertet (Bargemann, Richards, & Govers, 2016, S. 12).

Sind die Verhältnisse vor Ort durch Spenden allerdings verbessert, sehen Volontäre möglicherweise keine Notwendigkeit mehr ihre Spenden dort zu investieren, was wiederum negative Auswirkungen auf die Situation vor Ort haben kann, wenn die aufgebaute Abhängigkeit von Spenden von Seiten der Institutionen (wie z.B. Schulen) unterschätzt wird (Bargemann, Richards, & Govers, 2016, S. 13).

Ein typisches Freiwilligenarbeits-Projekt ist das Unterrichten in Schulen. Dabei können Volontäre sowohl Schülern als auch Lehrern außercurriculares Wissen vermitteln und durch aus ihrer Kultur „mitgebrachte“ Praktiken wie mildere Formen von Bestrafung und einen liebevolleren Umgang mit den Kindern neue Ideen in der Gastkultur anstoßen (Bargemann, Richards, & Govers, 2016, S. 8, 11). Daraus resultierende Diskussionen können außerdem kulturelles Verständnis fördern. Andererseits führt die Tatsache, dass Volontäre oft nicht mit den Lehrplänen des Gastlandes vertraut sind und lieber eigene Themen unterrichten möglicherweise dazu, dass nach ihrer Abreise die Kinder im Stoff zurückliegen und die Lehrer einiges nachholen müssen (Bargemann, Richards, & Govers, 2016, S. 7). Zudem haben sie möglicherweise durch ihre Arbeitsweisen die Kinder nicht im selben Maß unter Kontrolle wie einheimische Lehrer, und sind sehen sich zudem häufig mit einer Sprachbarriere konfrontiert, wenn sie die einheimische Unterrichtssprache nicht beherrschen (Bargemann, Richards, & Govers, 2016, S. 8).

Vor allem bei sehr kurzzeitigen Aufenthalten bestehe zudem der Nachteil, dass sich Kinder ständig an neue Menschen gewöhnen müssten und Betreuer immer wieder unerfahrenen Volontären die gleichen einführenden Dinge erklären müssten (Bargemann, Richards, & Govers, 2016, S. 9), was eine ungünstige Ausgangslage für die Beziehung zwischen Volontären und Betreuern vor Ort zur Folge haben kann.

Die Diskrepanz zwischen Erwartungen, die auch von den Werbetexten der Freiwilligenagenturen aufgebaut werden, und der Realität – dass man z.B. gar nicht so „gebraucht“ wird wie man dachte – führt auf Seiten der Volontäre zu Enttäuschungen und möglicherweise Frustration gegenüber des Projekts. Dies wiederum könnte einen negativen Einfluss auf zukünftiges Engagement im Bereich der Entwicklungshilfe haben.

Alles in allem ist die Debatte um den „Nutzen“ oder „Schaden“ von Freiwilligenarbeit für die Gastgesellschaft sehr komplex und nicht eindeutig aufzulösen – nicht zuletzt deswegen, weil positive Auswirkungen zu negativen führen können und umgekehrt (siehe Beispiel: Spendenzuwendung) (Bargemann, Richards, & Govers, 2016, S. 13).

4 Anregungen zur Verbesserung durch *weltwärts*

Aus den vorherigen Abschnitten lässt sich schließen, dass angefangen bei der Präsentation des Konzeptes „Freiwilligenarbeit“ bis hin zur Umsetzung und pädagogischen Begleitung von Volontären viele Ansatzpunkte für Verbesserungen zu finden sind. Vorneweg ist zu sagen, dass es bezüglich potenzieller sowie bereits umgesetzter Veränderungen mehr Perspektiven und Möglichkeiten bei der karitativen als bei der kommerziellen Freiwilligenarbeit gibt. Gründe dafür sind einerseits die staatliche Förderung und Qualitätskontrolle karitativer Organisationen. Auf der anderen Seite steht die Marktorientierung kommerzieller Organisationen, die im Profitstreben leicht manipulatorische Werbung betreibt. Man kann sich vorstellen, dass realistische, projektzentrierte und relativierende Projektbeschreibungen sowie aufwändigere Vorbereitungen bei vielen „Voluntourists“ nicht auf so ein großes Interesse stoßen würden. Zudem würde die Etablierung eines pädagogischen Konzepts die Organisationen mehr Geld kosten und Projekte würden für Käufer eventuell teurer werden. Es lässt sich darüber spekulieren, ob im kommerziellen Sektor ohne gesetzlich/politisches Eingreifen oder große öffentliche Aufklärungskampagnen ein Aufgreifen der folgenden Verbesserungsvorschläge realistisch ist.

Auf einer Fachtagung von *weltwärts* 2011 wurden im Rahmen verschiedener Arbeitsgruppen viele Aspekte des pädagogischen Konzepts und seiner Umsetzung in den Freiwilligenarbeitsprojekten definiert. Die Konzeption basiert auf 9-tägigen Seminaren zur Vorbereitung der Volontäre (Grundmann & Overwien, 2011, S. 15).

Die Lerninhalte, die grob als die Reflexion globaler Zusammenhänge betitelt werden können, sollen bei dem Standpunkt des individuellen Volontärs anknüpfen (Grundmann & Overwien, 2011, S. 17-19): So soll im Zuge der Seminare eine kritische Bewusstwerdung und Auseinandersetzung mit der eigenen Rolle, den eigenen Verstrickungen in globale Zusammenhänge und den eigenen Motivationen bezüglich des Engagements erfolgen. Darüber hinaus wird in der Broschüre dazu angeregt, sich explizit auch mit der Kritik an *weltwärts* zu beschäftigen. Dies alles soll dazu beitragen, dass Volontäre durch die Beschäftigung mit der Vielschichtigkeit von Facetten und Ursachen globaler Themen eine höhere Ambiguitätstoleranz entwickeln. Zusätzlich sollen Möglichkeiten des eigenen Handelns aufgezeigt und kritisch hinterfragt werden, wie z.B. das Führen eines Blogs aus dem Gastland und die Beschäftigung mit der dabei verwendeten Sprache und dem Bild, das man von seinem Einsatz und der Gastkultur vermittelt.

Da sich *weltwärts* an junge Menschen richtet, wurde während der Fachtagung ebenfalls besprochen, welche Besonderheiten des Erlebens und Verhaltens in einer „anderen“ Kultur das Jugend- bzw. junge Erwachsenenalter mit sich bringt (Grundmann & Overwien, 2011, S. 20-23). Da dieser Lebensabschnitt von Suchen, Selbstständigkeit entwickeln und einem „Ringens zwischen Abgrenzung und Zugehörigkeit schaffen“ (Grundmann & Overwien, 2011, S. 21) geprägt ist, sei es einerseits wichtig darauf zu achten, junge Menschen für Vielfalt zu sensibilisieren und somit zu verhindern, dass von zuhause mitgebrachte Kategorien und Stereotype verfestigt werden; diese können durchaus in einer neuen, unklaren Umgebung Sicherheit und Ordnung vermitteln, und ihre Hinterfragung bedeutet zunächst eine unangenehme Verunsicherung für die Volontäre. Daher sei es andererseits wichtig, eine Gemeinschaft unter Volontären und auch Betreuern aufzubauen, um diese durch offenen Austausch und Unterstützung sowohl als Schutz- als auch als Experimentierraum nutzen zu können (Grundmann & Overwien, 2011, S. 22).

Verschiedene Problematiken und Kontexte sollen in den Seminaren thematisiert werden. Neben kritischer Auseinandersetzung mit Rassismus und strukturellen bzw. gesellschaftlichen Ungleichheiten (Grundmann & Overwien, 2011, S. 24-31) wurden Themen wie die Beschäftigung mit Normvorstellungen bezüglich Gender und mit Religion vorgeschlagen (Grundmann & Overwien, 2011). Praktisch soll eine Vorbereitung auf mögliche Belastungen und Krisen erfolgen sowie ein Verhaltenskodex zum Schutz von Kindern vermittelt werden. Auch der Umgang mit kulturellen Missverständnissen soll reflektiert werden, indem Volontäre dazu angeregt werden, automatisierte Wahrnehmungen und Handlungen sowie den eigenen kulturellen Rahmen zu hinterfragen. Kulturen könne man nicht wie Manuale, sondern immer nur aus der eigenen Weltsicht heraus lernen (Grundmann & Overwien, 2011, S. 54).

Weltwärts strebt eine holistische Herangehensweise bei der Vorbereitung auf die Freiwilligenarbeit an: einerseits was die Inhalte der Seminare angeht, andererseits auch im Hinblick auf multimodale, partizipatorische Methoden. Die Unterbringung in Gastfamilien sowie eine der Freiwilligenarbeit vorausgehende Orientierungsphase werden ebenfalls nahegelegt (Grundmann & Overwien, 2011, S. 63), um ein „globales Lernen“ der Volontäre zu ermöglichen.

Abgesehen von angestrebten Verbesserungen des pädagogischen Konzepts hat *weltwärts* sich auch der Kritik bezüglich seiner einheitlichen Zielgruppe angenommen und ist bemüht, Freiwilligenarbeit auch für junge Menschen mit Berufsausbildung attraktiv zu machen⁷.

Hinterfragen, Bewusstmachen komplexer Aspekte in der Interaktion mit einer anderen Kultur, sowie das Aufzeigen alternativer Handlungsmöglichkeiten sind das, was *weltwärts* im Gegensatz zu kommerziellen Anbietern versucht, den Volontären umfassend vor ihrem Einsatz zu vermitteln. Der Kreislauf von kritischer Reflexion und Handeln, der Erfahrung eigentlich ausmache, sei bei kommerziellen Anbietern schmerzlich zu vermissen, so Simpson (Simpson, 2005, S. 463).

5 Fazit und eigene Erfahrungen

Die Unterscheidung zwischen kommerzieller und karitativer Freiwilligenarbeit ist wichtig, da sich ihr Konzepte, wie zuvor beschrieben, sehr stark voneinander abheben. Eine umfassendere Aufklärung von interessierten zukünftigen Volontären über diesen Unterschied scheint unbedingt nötig. Wie im vorherigen Kapitel beschrieben, erscheint das Veränderungspotenzial kommerzieller Anbieter aufgrund von fehlender Qualitätskontrollen und Profitstreben allerdings begrenzt. Durch Druck von außen, durch Politik oder öffentliche Informationskampagnen, wäre unter Umständen ein Umdenken zu erreichen. Auch die Einrichtung von Qualitätskontrollen wie *Quifd* für kommerzielle Anbieter wäre aus meiner Sicht ein guter Schritt.

Ich habe selbst 2012 über einen kommerziellen Anbieter für 6 Wochen Freiwilligenarbeit in Nepal geleistet. Ich war dort in einem Heim für Straßenkinder und einem Kindergarten beschäftigt. Das Marketing der von mir gewählten Organisation war typisch für kommerzielle Anbieter wie zuvor beschrieben, mir wurde aber erst durch die Recherchen für diese Hausarbeit die unangemessene Darstellungsweise bewusst. Für mich ist das auch noch einmal eine deutliche Demonstration, wie wichtig eine kritische Auseinandersetzung mit Freiwilligenarbeit ist. Ich nehme an, dass sehr viele junge Menschen wie ich damals unreflektiert und mit dem Autoritätsglauben, dass die Organisationen schon wissen werden, wovon sie reden, an die Planung ihres Auslandsaufenthaltes herangehen. Abgesehen davon war mir damals der große Unterschied zwischen kommerziellen und karitativen Anbietern nicht bekannt, die Betonung dieses Unterschiedes auf Messen und Informationsplattformen erscheint mir daher sehr wichtig.

⁷ Siehe <http://weltwaerts.de/de/id-23-02-2016-ausbildung-im-gepaeck.html>

Ein Vorbereitungsseminar gab es nicht – auch dessen entscheidende Vorteile sind mir nun durch die kritische Auseinandersetzung mit dem Themenkomplex „Kultur und Entwicklung“ bewusst geworden. Die Betreuung vor Ort war oberflächlich nicht zu beklagen – wir hatten jederzeit kompetente Ansprechpartner, die selbst bereits länger in den Projekten mitarbeiteten, aber ich hätte nicht wirklich gewusst, welche Fragen ich stellen sollte und konnte. Die Zuweisung der in den vorherigen Kapiteln erwähnten „Expertenrolle“ an Volontäre war für mich spürbar und hat dazu beigetragen, dass ich nicht komplett offen als Lernender war und mich nicht getraut habe, Unsicherheiten anzusprechen – wie zum Beispiel die Erfahrung, das erste Mal einer äußerlich auffallenden Minderheit anzugehören und als solche behandelt und „angestarrt“ zu werden. Ich denke, dass ich von einer vorherigen grundsätzlichen Auseinandersetzung mit der Begegnung mit „anderen“ Kulturen hätte profitieren können. Diskussionsrunden, in denen man dazu ermutigt wird, offen auch Kontroverses anzusprechen, und in denen man sich auch gezielt mit „Tabu-Themen“ beschäftigt, leisten sicher einen wertvollen Beitrag dazu, dass Volontäre sich von einem sichereren und angemessenen Standpunkt aus mit neuen Kulturen auseinandersetzen können.

Ich habe von meinen Erfahrungen profitiert – was meine Selbstständigkeit angeht, und ich erlebe auch häufig, dass sich ein solcher Aufenthalt gut im Lebenslauf macht. Allerdings denke ich, dass ich vor allem bezüglich der Entwicklung persönlicher Kompetenzen im Hinblick auf eine globale Weltsicht und Reflexion mehr hätte profitieren können, wenn ich auf theoretischer Ebene mehr Anregungen und Inspirationen von Seiten der Organisation bekommen hätte.

Es ist mir daher ein Anliegen noch einmal hervorzuheben, dass Aufklärung und gewissermaßen eine „Ausbildung“ der Volontäre zu (kultur-) sensiblen, kritischen und sich ihrer Wurzeln und Standpunkte bewussten Menschen ein sehr wichtiger, notwendiger Teil von Freiwilligenarbeit sein sollte.

6 Literaturverzeichnis

Bargemann, B., Richards, G., & Govers, E. (2016). Volunteer tourism impacts in Ghana: a practice approach. *Current Issues in Tourism*, S. 1-16.

Betzl, L.-M. (n.d.). Warum Reisen nicht zwangsläufig zur Selbstfindung führt. Abgerufen am 4. März 2016 von ZEITJUNG: <http://zeitjung.de/reisen-wanderlust-generation-y-selbstfindung/>

Freiwilligenarbeit.de. (2016). *Volunteer-Reisen & Volunteer-Tourismus*. Abgerufen am 4. März 2016 von Freiwilligenarbeit.de: <http://www.freiwilligenarbeit.de/volunteer-reisen.html>

- Gieler, W. (12. Juli 2011). Abenteuer, Karrieristen und Ausweichler. (F. Meyer, Interviewer) Deutschlandradio Kultur.
- Grundmann, D., & Overwien, B. (2011). weltwärts pädagogisch begleiten - Erfahrungen aus der Arbeit mit Freiwilligen und Anregungen durch die Fachtagung in Bonn (18.-20. April 2011). In D. Grundmann, & B. Overwien (Hrsg.). Kassel: kassel university press GmbH.
- Horbach, K. (n.d.). Abgerufen am 4. März 2016 von frei-raus: http://frei-raus.de/?page_id=91
- Rhode, C. (4. September 2013). Nur mal kurz die Welt retten. (J. Scholl, Interviewer) Deutschlandradio Kultur.
- Said, E. (1978). *Orientalism: Western Conceptions of the Orient*. London: Penguin Books.
- Simpson, K. (2004). 'Doing Development': The Gap Year, Volunteer-Tourists and a Popular Practice of Development. *Journal of International Development*, 16, S. 681-692.
- Simpson, K. (2005). Dropping Out or Signing Up? The Professionalisation of Youth Travel. *Antipode*, 37(3), S. 446-469.
- Stepin - Student Travel & Education Programs International. (2016). *Freiwilligenarbeit im Ausland*. Abgerufen am 4. März 2016 von Stepin: <https://www.stepin.de/freiwilligenarbeit/>
- TravelWorks. (2016). *TravelWorks - Arbeiten und Reisen im Ausland*. Abgerufen am 4. März 2016 von <https://www.travelworks.de/freiwilligenarbeit-sambia.html>
- wegweiser-freiwilligenarbeit.com. (2015). *Freiwilligendienst Ausland (Afrika, Asien, Südamerika, Europa)*. Abgerufen am 4. März 2016 von <http://www.wegweiser-freiwilligenarbeit.com/freiwilligendienst-ausland/>
- weltwärts - Der entwicklungspolitische Freiwilligendienst. (2013). *Historie*. Abgerufen am 4. März 2016 von [weltwärts: http://www.weltwaerts.de/de/historie.html](http://www.weltwaerts.de/de/historie.html)
- Wilhelm, J. (15. Juli 2011). Freiwillige sind natürlich keine Fachkräfte. (A. Mangel, Interviewer) Deutschlandradio Kultur.