„Wissenschaft transformiert: verantwortliches Handeln - Leuphana Semester 2021/22

Seminar: Ehrenamt in Lüneburg entdecken & vernetzen

Lüneburger Ehrenamt im digitalen Wandel - Fortbildungsbedarf bei digitalen Themen

*Welche Fortbildungsangebote bei digitalen Themen wünschen sich ehrenamtlich Engagierte bei und hauptberuflich Beschäftigte von Ehrenamtsträger*innen in Lüneburg, um ihre Arbeit zu verbessern oder zu vereinfachen?*

Kontakt zur Projektgruppe über eva.kern@leuphana.de

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung und Überblick: Zum Hintergrund des Projekts 3

2 Forschungsinteresse und aktuelle Diskussion 4

3 Darstellung des Projektvorhabens 6

3.1 Forschungsfrage und Zielsetzung 6

3.2 Methodisches Vorgehen 7

3.2.1 Operationalisierung 7

3.2.2 Wahl der Forschungsmethode 8

3.2.3 Datenanalyse und Dateninterpretation 13

4 Ergebnisse und Argumentation 14

4.1 Kategorische Darstellung der Ergebnisse 14

4.1.1 Soziodemokratische Angaben zu den Befragten und ihrer Organisation 14

4.1.2. Aktuelle Nutzung von digitalen Endgeräten 15

4.1.3 Einsatz von digitalen Kommunikationsanwendungen 18

4.1.4 Aktuelle Nutzung von digitalen Kanälen 20

4.1.5 Themenbereiche für Fortbildungen 23

4.2 Diskussion der Ergebnisse 28

5 Fazit und Reflexion 31

5.1 Fazit und inhaltliche Reflexion 31

5.2 Reflexion des Lernprozesses 34

6 Quellenverzeichnis 36

7 Abbildungsverzeichnis 38

8 Anhang 39

8.1 Projektskizze 39

8.2 Regieplan für die Präsentation auf der Konferenzwoche 42

8.3 Fragebogen 43

9 Schriftliche Erklärung 58

1 Einleitung und Überblick: Zum Hintergrund des Projekts

Spätestens seit der Coronapandemie, in der sich die Gesellschaft seit Anfang 2020 befindet, beschäftigt uns der digitale Wandel mehr denn je. Laut der Studie des D21-Digital-Index zum digitalen Nutzungsverhalten der deutschen Bevölkerung, nutzen immer mehr Menschen das Internet und die digitalen Kompetenzen nehmen weiter zu.

Dabei findet die Nutzung nicht nur im Privaten, sondern auch im beruflichen Umfeld statt. Die Statistik sagt aus, dass sich das digitale Arbeiten, das heißt Homeoffice sowie mobiles und flexibles Arbeiten, seit Beginn der Coronapandemie auf einem Höchststand befindet. Die Wirtschaft sowie die Gesellschaft unterliegen vielseitigen Veränderungsprozessen, die durch die Entstehung von immer leistungsfähigeren digitalen Techniken ausgelöst werden.

Digitale Themen wie die Nutzung von digitalen Endgeräten wie Computer, Laptop oder iPad, sozialen Kommunikationsanwendungen wie beispielsweise E-Mail oder Messengerdienste oder digitale Services erlangen eine immer höhere Bedeutung und haben einen starken Einfluss auf den Alltag der Gesellschaft. Dies führt dazu, dass die Bevölkerung völlig neue Kompetenzen bei digitalen Themen erwerben muss oder bestehende Kompetenzen weiter vertiefen muss, um am gesellschaftlichen Leben teilnehmen zu können oder digitale Strukturen nutzen zu können.

Mittlerweile engagieren sich in Deutschland über 30 Millionen Bürger*innen und sind somit im Ehrenamt tätig (vgl. Bundesregierung, 2021). Aus diesem Grund ist das Ehrenamt ein wichtiger Bestandteil der Gesellschaft, denn „dieses Engagement hat eine große Bedeutung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt ebenso wie für die Stärkung demokratischer Werte und Haltungen“ (Bundesministerium des Inneren, 2022).

Dadurch, dass der digitale Wandel sämtliche Bereiche, wie die Arbeit und den privaten Alltag der Gesellschaft verändert, macht er auch vor dem Ehrenamt keinen Halt. Doch wie steht es mit digitalen Themen im zivilgesellschaftlichen Sektor? Auf diese Frage wird im Forschungsinteresse näher Bezug genommen.

Der Projektbericht ist das Ergebnis des Seminars Ehrenamt in Lüneburg entdecken und vernetzen. Nachdem das Forschungsinteresse den Zusammenhang zwischen dem digitalen Wandel und dem Ehrenamt erläutert, wird anschließend die Forschungsfrage des Projektes vorgestellt und die angewandte Methodik beschrieben. Darauf aufbauend werden die Ergebnisse der Online-Umfrage dargestellt und diskutiert. Abschließend wird ein Fazit gezogen und die Projektarbeit wird durch verschiedene Perspektiven reflektiert.

2 Forschungsinteresse und aktuelle Diskussion

Begriffe wie Online-Petition, digitales Ehrenamt und Crowdsourcing weisen darauf hin, dass der Digitale Wandel auch in der deutschen Engagements- und Ehrenamtslandschaft angekommen ist. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, inwiefern dieser Wandel die mehr als 600.000 gemeinnützigen Organisationen in Deutschland prägt (vgl. Hinz et al., 2014).

Die Forschung zu dieser Frage ist noch recht jung und hat häufig einen eher explorativen Charakter (vgl. Krimmer, 2020). So gibt es einige empirische Studien und Forschungsansätze, die sich dem Spannungsfeld zwischen Digitalem Wandel und gemeinnützigen Organisationen aus verschiedenen Perspektiven annähern. Allerdings erlauben gegenwärtig nur einzelne Veröffentlichungen einen tieferen Einblick in Anforderungen, Chancen, Herausforderungen und Auswirkungen des Digitalen Wandels auf die deutsche Engagements- und Ehrenamtslandschaft (vgl. Krimmer, 2020).

Einen ersten Ausgangspunkt mag hier der Deutsche Freiwilligensurvey 2014 bilden (vgl. Simonson et al., 2014). In dieser Studie wurden über 12.400 engagierte Bürger*innen in Deutschland unter anderem zur Nutzung des Internets und zur Nutzung Sozialer Netzwerke für ihre freiwillige Tätigkeit befragt. Die Mehrheit der Befragten (58,4 %) gab an das Internet zu nutzen, wobei dies bei Personen im Alter von 30 bis 64 Jahren mit 64 % leicht stärker der Fall war als bei jüngeren (53 %) und als bei älteren engagierten Bürger*innen (46,7 %). Rund 31 % der Befragten, die das Internet bereits nutzten, taten dies auch interaktiv, beispielsweise durch das Betreiben von Blogs oder Aktivitäten in den sozialen Netzwerken. Im Regelfall ergänzte die Nutzung des Internets und die der Sozialen Netzwerke ihre freiwillige Tätigkeit und ersetzte diese – beispielsweise ein analoges Engagement in Form von Demonstrationsteilnahmen – nur im Ausnahmefall (vgl. Simonson et al., 2014).

Einen weitergehenden Einblick, insbesondere zu der Frage, wie gemeinnützige Organisationen die Chancen und Risiken der durch den Digitalen Wandel angestoßenen Veränderungsprozesse einschätzen, bietet die Studie „Digitalisierung in Non-Profit-Organisationen: Strategie, Kultur und Kompetenzen im digitalen Wandel“ (vgl. Berndt et al., 2018). Hier wurden im Rahmen einer Befragung Gespräche mit mehr als 160 Mitarbeiter*innen von gemeinnützigen Organisationen geführt. Als Ergebnis weist die Studie aus, dass Themenfelder wie die Nutzung Sozialer Medien (80 %) oder Cloud-Systeme (75 %) 2018 bereits breit erschlossen waren. Gleichzeitig gab es zu diesem Zeitpunkt in anderen Bereichen, beispielsweise der Koordination von Ehrenamtlichen über digitale Kanäle oder der Nutzung neuer Fundraising-Kanäle, großen Nachholbedarf. Im Hinblick auf die Zukunftserwartung teilte ein Großteil der Befragten die Einschätzung, dass der Digitale Wandel die eigene Organisation zukünftig stark oder sehr stark beeinflussen wird. Gleichzeitig fühlten sich nur etwa 25 % der Befragten gut auf diesen Wandel vorbereitet (vgl. Berndt et al., 2018).

Das sich durch diese Studienergebnisse ergebende Bild deckt sich mit aktuellen Veröffentlichungen, beispielsweise dem Dritten Engagementbericht (vgl. Hofmann et al., 2020). Als eine der Kernaussagen dieses Berichts heißt es dort: „[Der digitale Wandel] bietet große Potenziale, die die Arbeit der Engagement-Organisationen erleichtern können, beispielsweise in der Öffentlichkeitsarbeit, der Personal- und Programmentwicklung, der Gewinnung von Engagierten oder bei der Finanzierung. Aufgrund von fehlenden Ressourcen und Kompetenzen wird die Digitalisierung allerdings für einige Organisationen zur zusätzlichen Herausforderung und birgt die Gefahr, diese Potenziale nicht nutzen zu können oder den Anschluss zu verlieren.“ (vgl. Hofmann et al., 2020).

Aus den Ergebnissen der drei Studien geht hervor, dass der Digitale Wandel gemeinnützige Organisationen grundlegend beeinflussen wird und ihnen eine Vielzahl an Potenzialen bietet. Dabei gibt es neben vielen anderen Herausforderungen insbesondere die an vielen Stellen fehlende Kompetenz als Gefahr für gemeinnützige Organisationen, Potenziale nicht nutzen zu können oder den Anschluss zu verlieren.

Am Aspekt der fehlenden Kompetenz bei digitalen Themen setzt dieses Forschungsprojekt an. Forschungsinteresse und Ziel ist es, eine Methode zur Ermittlung der Fortbildungsbedarfe zu ausgewählten relevanten digitalen Aspekten im Ehrenamt zu entwickeln. Diese soll anschließend genutzt werden, um die Fortbildungswünsche von ehrenamtlich Engagierten sowie Mitarbeiter*innen bei gemeinnützigen Organisationen in Lüneburg und näherer Umgebung bei digitalen Themen zu ermitteln. Dazu wird im nächsten Kapitel zunächst die Forschungsfrage und die Zielsetzung konkretisiert und darauffolgend das methodische Vorgehen des Forschungsprojektes dargelegt.

3 Darstellung des Projektvorhabens

3.1 Forschungsfrage und Zielsetzung

Aus dem Forschungsinteresse heraus wurde folgende Forschungsfrage entwickelt: Welche Fortbildungsangebote bei digitalen Themen wünschen sich ehrenamtlich Engagierte bei und hauptberuflich Beschäftigte von Ehrenamtsträger*innen in Lüneburg, um ihre Arbeit zu verbessern oder zu vereinfachen?

Im Rahmen des Projektes wurde sich nur auf den Aspekt Fortbildungsbedarf bei digitalen Themen fokussiert, um den Umfang des Seminars nicht zu überschreiten und diesen Aspekt tiefgreifender zu erforschen. Zum besseren Verständnis werden im Folgenden zwei Teile der Forschungsfrage definiert.

Ehrenamtliches, gemeinnütziges oder bürgerliches Engagement wird dabei häufig als „freiwillig, nicht auf materiellen Gewinn gerichtet, gemeinwohlorientiert, öffentlich und [...] gemeinschaftlich bzw. kooperativ“ (vgl. Gensicke et al., 2006) definiert. Allerdings gibt es keine gesetzlich festgelegte Definition.

Unter digitalen Themen wird im Rahmen der Projektgruppe das Verwenden von digitalen Endgeräten, die Nutzung von digitalen Kommunikationsanwendungen mit dem Fokus auf die Zusammenarbeit und die Verwendung von digitalen Services wie beispielsweise Internetseiten oder Spenden-/ Crowdfunding Plattformen verstanden.

Das Ziel der Projektgruppe ist es herauszufinden bei welchen digitalen Themen Lüneburger Ehrenamtliche Fortbildung benötigen und welche Rahmenbedingungen für sie ein interessantes Fortbildungsangebot ausmachen. Zudem soll erfasst werden in welchen digitalen Bereichen die Ehrenamtlichen bereits gut zu Recht kommen und inwiefern sie in ihren Vereinen und Initiativen bereits digital arbeiten.

Mit den Ergebnissen der durchgeführten Umfrage und mit Hilfe der gesamten Forschung soll erreicht werden, dass Lüneburger Ehrenamtliche in Zukunft spezifischere und auf ihren Bedarf zugeschnittene Fortbildungsangebote wahrnehmen können. In Zusammenarbeit mit Kathrin Wolter von der Servicestelle Ehrenamt in Lüneburg und mit der Volkshochschule Lüneburg sollen in der Zukunft bestehende Fortbildungsangebote an die Wünsche und Bedürfnisse der Ehrenamtlichen angepasst werden können und neue Fortbildungsangebote für digitale Themen entwickelt werden können, um das Spektrum der Angebote für digitale Themen zu erweitern.

Die Projektgruppe möchte erreichen, dass Lüneburger Ehrenamtliche in Zukunft bedürfnis-orientiertere Fortbildungsangebote im Bereich digitale Themen wahrnehmen können, um somit ihre

persönliche Arbeit zu verbessern und zu vereinfachen. Zudem soll durch ein spezifischeres Angebot an Fortbildung bei digitalen Themen eine effizientere Zusammenarbeit zwischen und innerhalb der Vereine und Initiativen in Lüneburg ermöglicht werden.

Die Forschung ist von besonderer Bedeutung für die Akteur*innen der Fortbildungsangebote sowie für die Teilnehmenden, da beispielsweise die Volkshochschule Lüneburg ihre Angebote auf Grundlage der Umfrageergebnisse verbessern kann und Erkenntnisse darüber hat, welche Rahmenbedingungen für eine Fortbildung für die Ehrenamtlichen von hoher Bedeutung sind.

3.2 Methodisches Vorgehen

Das methodische Vorgehen des Forschungsprojektes wird in den drei nachfolgend abgebildeten Schritten erläutert.

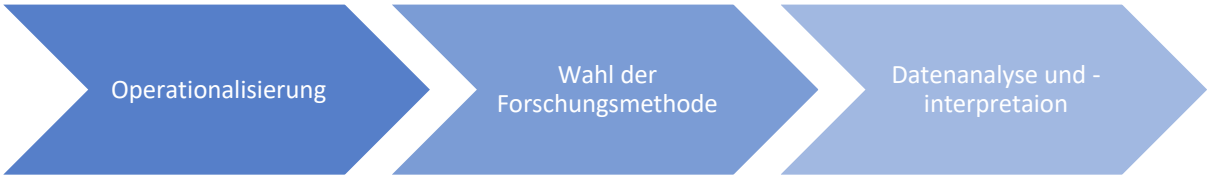

Abbildung 1: Methodisches Vorgehen des Forschungsprojektes

Im ersten Schritt wird beschrieben, wie sich der Weg vom Forschungsinteresse (vgl. Seite 4) hin zur konkreten Fragestellung und Definition der genannten Themenbereiche (vgl. Seite 6) ergab. Daraufhin wird im zweiten Schritt die Wahl der Forschungsmethode erläutert, bevor im dritten Schritt die Methodik zur Datenanalyse und Dateninterpretation vorgestellt wird.

3.2.1 Operationalisierung

Auf Basis des groben inhaltlichen Rahmens („fehlende Kompetenz bei digitalen Themen“) sowie der Zielsetzung des Forschungsprojektes stellte sich die Frage, welche Bereiche des digitalen Wandels im Hinblick auf einen möglichen Fortbildungsbedarf konkret untersucht werden sollten.

Als eine konzeptionelle Grundlage für eine Entscheidung dienten verschiedene Reifegradmodelle zum Digitalisierungsstand in Organisationen, insbesondere das Reifegradmodell zu Gestaltungsbereichen der Digitalen Transformation von Sabine Berghaus und Andrea Back (2016). Dieses Reifegradmodell

besteht aus neun Dimensionen, welche in einem Kriterienkatalog mit 59 Indikatoren präzisiert werden, um den aktuellen Stand der digitalen Reife von Organisationen zu bestimmen. Es eignet sich für das Forschungsprojekt besonders gut, da es einerseits hier auch um eine Statusbestimmung geht und andererseits, da es eine Vielzahl an Bereichen von Organisationen umfasst, welche auf den gemeinnützigen Sektor übertragbar sind.

Die konzeptionelle Grundlage ergänzend wurden bestehende Fortbildungsprogramme zu digitalen Themen ausgewertet. Zentrale Basis war hier das Projekt „Digitale Nachbarschaft“ von Deutschland sicher im Netz e.V., über das verschiedene Informations- und Fortbildungsangebote, beispielweise zur Online-Kommunikation oder zum datenschutzrechtlichen Umgang mit Mitgliederdaten, angeboten werden.

Zusätzlich wurde schließlich noch Kontakt zu Kathrin Wolter von der Servicestelle Ehrenamt Lüneburg als Expertin mit langjähriger Erfahrung zum gesellschaftlichen Engagement Freiwilliger und zur Arbeitsweise gemeinnütziger Organisationen aufgenommen. Sie stand dem Projektteam im Hinblick auf Fragen zur konzeptionellen Gestaltung beratend zur Seite.

Auf Basis des Reifegradmodells zu den Gestaltungsbereichen der Digitalen Transformation von Berghaus und Back, der Auswertung der Fortbildungsprogramme sowie der Expertinnenhinweise von Kathrin Wolter wurden folgende Schwerpunkte für die Untersuchung bestimmt:

1. „Nutzung von digitalen Endgeräten“,
2. „Nutzung digitaler Kommunikationsanwendungen“ und
3. „Nutzung digitaler Kanäle“

Für jeden der drei Schwerpunkte galt es im Folgenden messbare Indikatoren zu finden. Beispielsweise wurde die „Erstellung zielgruppenspezifischer Inhalte für den Onlineauftritt“ als Indikator für den Schwerpunkt „Nutzung digitaler Kanäle“ entwickelt.

3.2.2 Wahl der Forschungsmethode

Auf Grundlage der identifizierten Schwerpunkte und gebildeten Indikatoren stellte sich im nächsten Schritt die Frage nach dem besten Vorgehen, um die Indikatoren messen zu können und dabei gleichzeitig sicherzustellen, valide und zuverlässige Ergebnisse zu erhalten.

Hier wurde nach Auseinandersetzung mit verschiedenen methodischen Forschungsansätzen im Rahmen der Primärforschung eine Online-Befragung mit größtenteils quantitativen Fragestellungen gewählt. Für die spezielle Projektfragestellung standen nach einer Literaturrecherche weder Studienergebnisse noch stand Expert*innenwissen zur Verfügung. Weitere methodische Ansätze der

Primärforschung wie beispielsweise die persönliche Befragung oder auch die Beobachtung schieden unter anderem aufgrund des begrenzten zeitlichen Rahmens aus.

Inhaltlich wurde der Fragebogen der Online-Befragung anhand der zuvor identifizierten Schwerpunkte und Indikatoren erstellt und konzeptionell nach den Kriterien zur Erstellung repräsentativer Umfragen (vgl. Schuhmann, 2018) aufgebaut.

Strukturell ist der Fragebogen in vier Bereiche unterteilt (vgl. Abbildung 2):

Abbildung 2: Struktureller Aufbau des Fragebogens

Im ersten Bereich des Fragebogens (vgl. Seite 43) geht es darum, den aktuellen Nutzungsstand von digitalen Endgeräten (Computer, Laptop, andere), Kommunikationsanwendungen (E-Mail, Videokonferenzen, andere) und digitalen Kanälen (Internetseite, Soziale Medien, andere) zu erfragen.

Beginnend wird zunächst jeweils eine Filterfrage genutzt, um zu bestimmen, welche Rolle die Nutzung der jeweiligen Bereiche für den oder die Befragten bzw. für deren Organisation spielen. Werden beispielsweise (noch) keine digitalen Kanäle durch die Organisation genutzt, werden die dazugehörigen weiteren zwei Fragengruppen übersprungen, da diese nur relevant für Organisationen sind, die digitale Kanäle bereits nutzen.

Spielt der jeweilige Bereich bereits eine Rolle, folgt auf die Filterfrage als zweite Fragengruppe eine Matrixfrage, in der verschiedene Nutzungsbereiche mit unterschiedlichen Anwendungen kombiniert werden, um einen Überblick über die Verteilung in beiden Bereichen zu erhalten. Befragte hatten hier auch die Möglichkeit, in einem Textfeld weitere Nutzungsbereiche und Anwendungen anzugeben.

Am Beispiel der digitalen Kanäle werden hier die Nutzungsbereiche „Öffentlichkeitsarbeit“, „Gewinnung von Spenden“, „Gewinnung neuer Ehrenamtlicher“, „Interaktion mit Interessenten“ und „Feedback / Anregungen“ mit den Tools „Internetseite“, „Newsletter“, „Soziale Netzwerke“ und „Spenden- und Crowdfundingplattformen“ verbunden.

In der letzten Fragengruppe dieses Bereichs werden die Befragten gebeten, anzugeben, inwieweit sie verschiedenen Aussagen zustimmen. Hier wird eine fünf-stufige Likert-Skala (von „stimme überhaupt

nicht zu“ bis „stimme stark zu“) genutzt. Das Ziel dieser Fragengruppe ist es, tiefere Einblicke in die Nutzung der verschiedenen Bereiche zu erhalten.

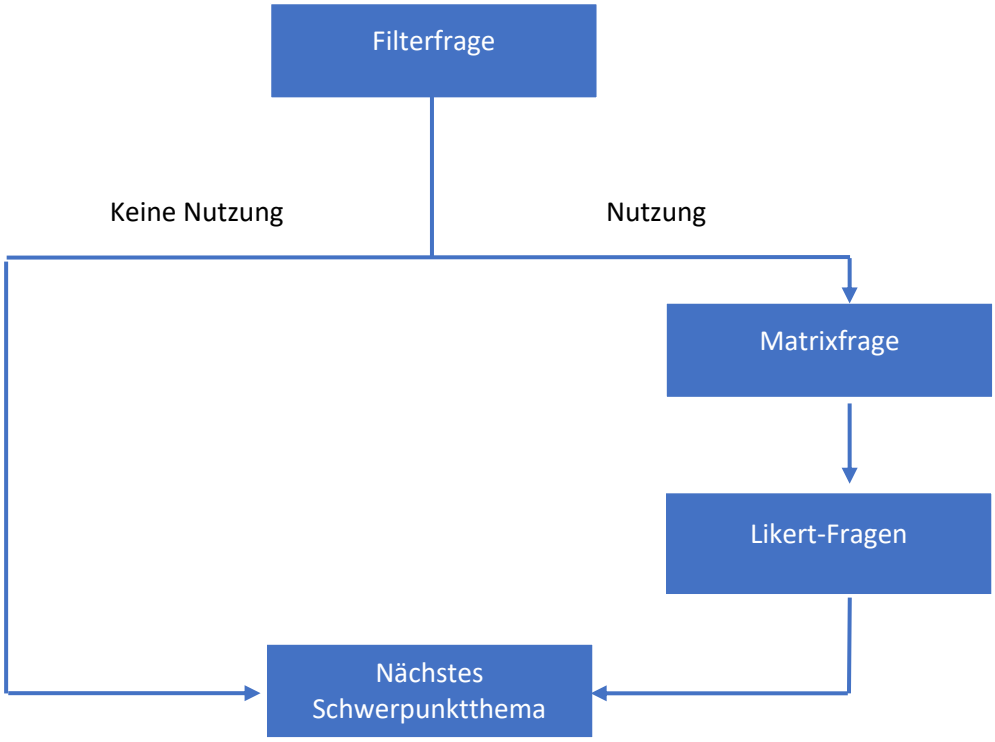

Abbildung 3: Beispiel zur Fragenbogenlogik

Der zweite Bereich des Fragebogens (vgl. Seite 51) widmet sich dem Fortbildungsbedarf der Befragten und dient zur Ermittlung der inhaltlichen und strukturellen Wünsche. Hierzu wird zunächst nach dem Interesse an verschiedenen Themenfeldern aus den drei Untersuchungsschwerpunkten (vgl. Seite 8) gefragt und dieses mithilfe einer fünf-stufigen Likert-Skala (von „überhaupt kein Interesse“ bis „sehr starkes Interesse“) bestimmt. Anschließend werden verschiedene Gründe, warum die Befragten bisher noch nicht an Fortbildungsangeboten teilgenommen haben, sowie strukturelle Wünsche bei Fortbildungsangeboten erfragt.

Im dritten Bereich des Fragebogens (vgl. Seite 53) werden verschiedene soziodemographische Daten erhoben: Zum einen Fragen zu der Person der oder des Befragten (Alter, Geschlecht, weitere) und zum anderen Fragen zur Organisation (Betätigungsfelder, Personenanzahl, Altersdurchschnitt, weitere). Diese werden genutzt, um Aussagen über die Validität der Befragung treffen zu können und um eventuelle Unterschiede im Hinblick auf Fortbildungsbedarfe in verschiedenen Gruppen zu ermitteln.

Der vierte und letzte Teil des Fragebogens (vgl. Seite 56) dient seiner Evaluation. Hier werden die Befragten gebeten, mithilfe einer fünf-stufigen Likert-Skala einzuschätzen, inwieweit beispielsweise die Fragen und Antwortmöglichkeiten des Fragebogens für sie verständlich formuliert waren. Näheres zu den Fragen und deren Zweck wird im direkt anschließenden Abschnitt erläutert (s.u.). Zudem konnten die Befragten in diesem Abschnitt ihre Kontaktdaten angeben, um die Ergebnisse der Befragung zu erhalten. Auf Bitte der Servicestelle Ehrenamt gab es unabhängig von den Untersuchungsschwerpunkten dieser Projektarbeit zudem die Möglichkeit für die Befragten, weitere Fortbildungsthemen anzugeben.

Um valide und zuverlässige Ergebnisse zu erhalten, welche die notwendige Grundlage zur Beantwortung der Forschungsfrage bilden, wurden bei der Konzipierung der Befragung Hinweise zur Erstellung repräsentativer Umfragen (vgl. Schumann, 2018) berücksichtigt, die nachfolgend erläutert werden.

Split-Half-Reliabilität

Im ersten und vierten Bereich des Fragebogens, bei der Nutzungsabfrage sowie bei der Evaluation (vgl. Abbildung 2, Seite 9), wurden die Aussagen zu den untersuchten Indikatoren, welche die Befragten mithilfe von Likert-Skalen bewerten konnten, aus verschiedenen „Blickwinkeln“ formuliert. Zum Beispiel:

- „Ich bin mit der Nutzung von grundlegenden Computeranwendungen (Textverarbeitung, Internetbrowser, andere) vertraut.“
- „Die Nutzung digitaler Endgeräte vereinfacht meine Tätigkeit.“

Das Kernziel dieser Gestaltung ist prüfen zu können, ob die Aussagen für die Befragten verständlich formuliert waren, die Antworten kohärent sind und um eventuelle Ausreißer zu identifizieren.

Evaluation des Fragebogens

Im letzten Teil des Fragebogens wurden die Befragten gebeten, mithilfe einer fünf-stufigen Likert-Skala einzuschätzen, inwieweit sie den folgenden Aussagen zustimmen:

- „Die Fragen waren verständlich formuliert.“
- „Die Antwortoptionen waren eindeutig.“
- „Der zeitliche Rahmen der Umfrage war angemessen.“
- „Ich konnte die Fragen gut beantworten.“

- „Ich war sehr motiviert, an der Umfrage teilzunehmen.“

Diese Evaluation soll darüber Aufschluss geben, ob die Befragten den Fragebogen gut ausfüllen konnten und somit eventuelle konzeptuelle Fehler aufdecken. Gleichzeitig soll die Evaluation genutzt werden, um mögliche Ausreißer zu identifizieren, die beispielsweise durch fehlende Motivation oder Verständnisschwierigkeiten wahllos Antwortoptionen auswählen und somit die Interpretation der Ergebnisse verzerren.

Der so konzipierte Fragenbogen wurde technisch mithilfe von LimeSurvey umgesetzt und anschließend auf mögliche technische Probleme überprüft. Eingerahmt wurde dieser von einer Startseite, auf der das Forschungsprojekt, das Forschungsziel sowie Hinweise zur anonymen Teilnahme und zur Nutzung der Daten vorgestellt wurden, und einer nach dem Absenden des Fragebogens angezeigten Danksagung. Anschließend wurde der Online-Fragebogen zwei Pretests unterzogen:

Pretest - Expertinnengespräche

Nachdem der erste Entwurf für den Fragebogen erstellt war, wurden zwei Gespräche mit Experteninnen geführt. Im Gespräch mit Dr. Eva Kern, Dozentin an der Leuphana Universität Lüneburg und Seminarleiterin, wurden einzelne Aspekte des Fragebogens wie beispielsweise die Auswahl der Nutzungsbereiche digitaler Kommunikationsanwendungen diskutiert. Im Gespräch mit Kathrin Wolter von der Servicestelle Ehrenamt wurde der Entwurf des Fragebogens schrittweise durchgegangen und gemeinsam auf Verständlichkeit, Logik sowie Relevanz im Hinblick auf das Forschungsziel überprüft. Aus beiden Gesprächen ergaben sich inhaltliche sowie strukturelle Anpassungen, die vom Projektteam umgesetzt wurden.

Pretest - Testgruppe

Der angepasste Fragebogen wurde anschließend mithilfe einer Testgruppe erprobt. Fünf ehrenamtlich engagierte Personen im Alter zwischen 19 und 61 Jahren füllten den Fragebogen aus und gaben Feedback im Hinblick auf Verständlichkeit, Logik, Angemessenheit des Zeitumfangs und mögliche technische Probleme. Auf Basis der Ergebnisse des Pretests erfolgten letzte, wenige Anpassungen, beispielsweise von Formulierungen.

Durchführung der Online-Befragung

Im nächsten Schritt erfolgte die Veröffentlichung der Online-Befragung. Dies geschah mithilfe des E-Mail-Verteilers der Servicestelle Ehrenamt und des Kreissportbund Lüneburg e.V. am 25. Januar 2022. Insgesamt wurde die Online-Befragung auf diese Weise an über 400 gemeinnützige Organisationen in Lüneburg und näherer Umgebung versendet. Der Befragungszeitraum erstreckte sich über knapp zwei Wochen vom 25. Januar 2022 bis zum 6. Februar 2022. Auf eine Erinnerung zur Teilnahme wurde nach ersten guten Rückläufen verzichtet. Diese hätte aufgrund der Anonymität der Befragung notwendigerweise an alle Adressat*innen verschickt werden müssen.

3.2.3 Datenanalyse und Dateninterpretation

Nach Ablauf des Befragungszeitraumes wurden die beschriebenen Kriterien zur Sicherstellung von Validität und Reliabilität (s.o.) angewendet, um mögliche konzeptionelle Fehler aufzudecken. Bei der Untersuchung des Datensatzes mithilfe von Microsoft Excel wurden keine Auffälligkeiten festgestellt. Weiter wurden die Kriterien genutzt, um Ausreißer zu identifizieren. Hierbei wurde eine Person festgestellt, die weder die Fragen noch die Antwortoptionen verständlich fand und die auch nicht motiviert war, an der Umfrage teilzunehmen. Die weiteren Antworten dieser Person zeigten jedoch keine Anzeichen „wahlloser“ Antworten, sodass dieser Datenpunkt nicht gelöscht wurde.

Die weitere Datenanalyse und auch die Datenvisualisierung erfolgten in Microsoft Excel. Hierzu dienten die Kriterien für wissenschaftliche Datenvisualisierungen von Timotheos Frey (2007) als Grundlage.

4 Ergebnisse und Argumentation

Im Folgenden wurde sich mit der Auswertung und der visuellen Darstellung sowie mit der zielführenden Interpretation der erhobenen Daten beschäftigt. Dazu wurden die angegebenen Antworten der befragten Lüneburger Organisationen in Excel gesammelt, kategorisiert und die Resultate als Ergebnisse visuell als Diagramm fixiert. Zur simplifizierten Erfassung wurde jede Frage der erstellten Themenblöcke durch ein Diagramm oder ein Ranking dargestellt. Für die weitere Analyse des Projektes werden jedoch nur die wichtigsten Diagramme aufgewiesen und weitere Ergebnisse schriftlich erwähnt.

Die einzelnen Unterpunkte sind thematisch gebündelt. Manche Blöcke lassen sich mit sog. „offenen Antworten“ von den zu Befragten untermalen oder ergänzen und ermöglichen somit einen qualitativen Einblick in die Wünsche der Lüneburger ehrenamtlich Engagierten für Fortbildungsbedarf bei digitalen Themen.

4.1 Kategorische Darstellung der Ergebnisse

4.1.1 Soziodemokratische Angaben zu den Befragten und ihrer Organisation

Durch eine Eingrenzung und Beschreibung, wer die Befragten sind und in welchem Verhältnis sie zu den ehrenamtlich engagierten Organisationen stehen, in welchem Tätigkeitsfeld sie agieren und für welchen Sektor sich ihre Organisation spezifisch einsetzt, spielt für die Auswertung der erhobenen Daten eine Rolle und kann sich bei der Ausgestaltung künftiger Fortbildungsangebote wiederfinden.

An der Online-Befragung nahmen insgesamt 156 Personen teil, von denen 51 % angeben, zwischen 50 und 59 Jahre alt zu sein. Weitere 29 % äußern sich, zwischen 60 und 69 Jahren zu sein. Mit anschließenden 14 %, die sich im Alter über 70 Jahren positionierten, lässt sich sagen, dass die deutliche Mehrheit von 94 % zwischen 50 und 70 Jahren liegt.

Ein weiterer interessanter Fakt ist, dass sich 86 % dieser befragten Personen ehrenamtlich, also unentgeltlich engagieren. Geringe 10 % äußern sich hauptberuflich im engagierten Bereich zu arbeiten. Das Gesamtbild der befragten Personen und ihren Organisationen wird durch ihren angegebenen Tätigkeitsgrad und Sektor beleuchtet. Diesbezüglich geben 64 % an, gleichzeitig administrativ und praktisch zu agieren, während sich jeweils ca. 18 % separiert den beiden Bereichen zuordnen. Ihre Organisationen sind vorrangig im „sozialen“ Sektor tätig (40 %), gefolgt von ehrenamtlichen Tätigkeiten in der Kategorie „Sport“ (24 %) und „Bildung“ (17 %). Jeweils 10 % und 9 % engagieren sich im Sektor „Erziehung und Bildung“ und „Umwelt und Natur“.

4.1.2. Aktuelle Nutzung von digitalen Endgeräten

Um den digitalen Fortbildungsbedarf der Engagierten in Lüneburg qualitativ zu erfassen, macht es Sinn den aktuellen Nutzen von den bisher verwendeten Endgeräten zu erfassen und individuelle Wünsche diesbezüglich festzuhalten.

Hier geben 39 % der Befragten an, digitale Endgeräte wie z.B. Laptops, Computer, Smartphones, Tablets o.ä. derzeit für ihre Tätigkeiten zu nutzen. Ergänzend dazu zählen 52,1 % der Befragten, die angeben, dass der Nutzen dieser digitalen Endgeräte ein zentraler Bestandteil ihrer Tätigkeiten sei. 4,2 % setzen sich mit der Funktion und dem Nutzen dieser aktuell auseinander und lediglich 8,4 % geben an, noch keine digitalen Endgeräte zu nutzen.

Daraus lässt sich schließen, dass über 90 % der Befragten aktuell digitale Endgeräte verwenden und diese zum größten Teil, wie in der folgenden Grafik zu erkennen ist, ein zentraler Bestandteil ihrer Tätigkeiten sind.

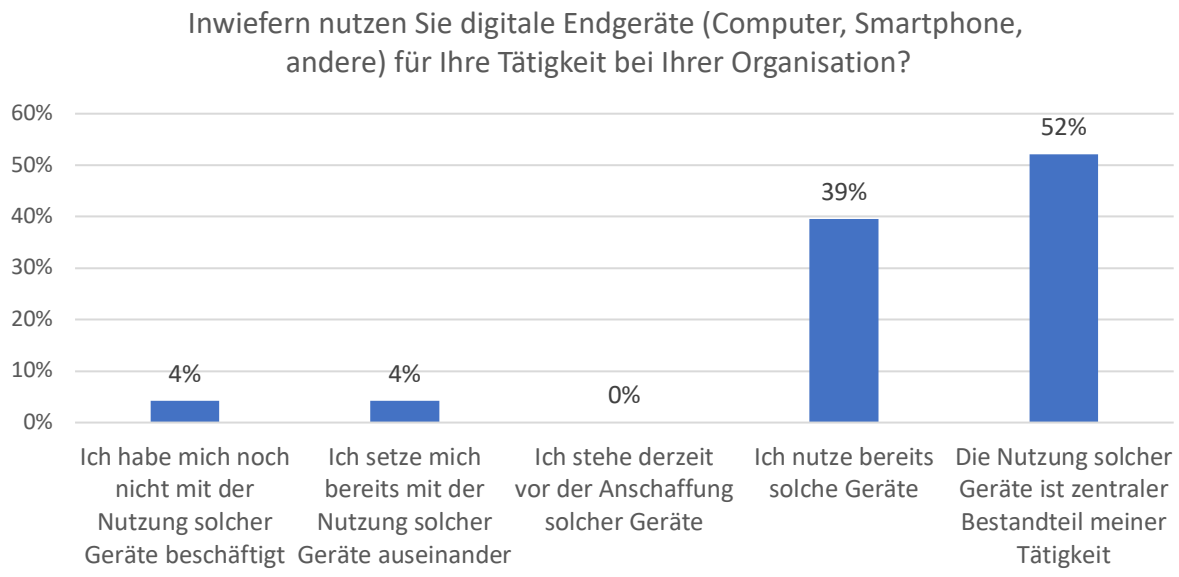

Abbildung 4: Nutzung von digitalen Endgeräten für Tätigkeit

In der folgenden Matrix ist deutlich zu erkennen, dass die Mehrheit der Befragten vorrangig mit dem Computer oder dem Laptop arbeitet. Smartphones oder Tablets werden zwar auch, aber erkennbar weniger genutzt.

Auf die Frage, in welchem Tätigkeitsbereich die gewählten digitalen Endgeräte verwendet werden, geben die befragten Personen an, diese vorwiegend in der Projektgestaltung zu nutzen. Auch der Bereich der Mitgliederverwaltung bildet einen wichtigen Bereich im Anwendungsfeld. Zwei weitere, nicht so stark genutzte Bereiche bilden die Buchhaltung sowie die Öffentlichkeitsarbeit. Das Smartphone am häufigsten in dem Bereich Finanzen und Buchhaltung genutzt.

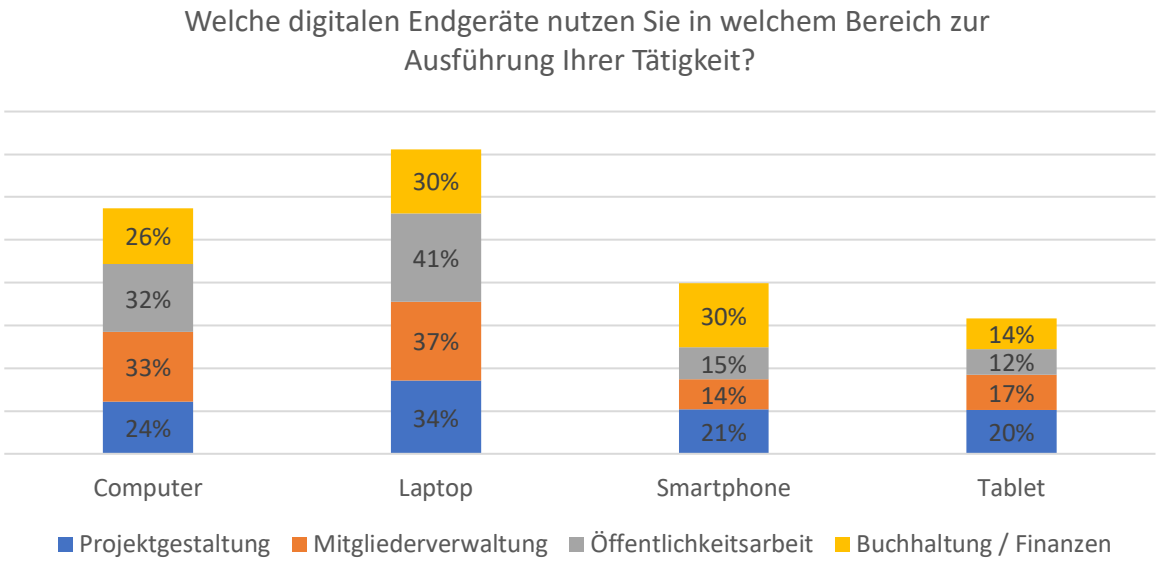

Abbildung 5: Nutzungsbereiche digitaler Endgeräte

Im Verlauf der Online-Befragung konnten alle Teilnehmer*innen ihre Stimme zu bestimmten Aussagen von „stimme zu“, „stimme stark zu“, „stimme weniger zu“, „stimme überhaupt nicht zu“ und „weder noch“ positionieren. Dies wird wie folgt komprimiert dargestellt:

„Die Nutzung Digitaler Endgeräte vereinfacht meine Tätigkeit.“

Es stellt sich die Frage, ob der Nutzen von digitalen Endgeräten die Tätigkeiten der engagierten Personen simplifiziert. Hierzu stimmt die Mehrheit von 74 % stark dafür. Knapp 22 % stimmen lediglich zu und geringe 4 % stimmen nicht zu und/oder enthielten sich.

„Digitale Fähigkeiten spielen in meinen Tätigkeitsbereich eine wichtige Rolle?“

Ein zu betrachtender Aspekt spielt der Bedarf bzw. die Voraussetzung von digitalen Kompetenzen im ehrenamtlichen Tätigkeitsbereich. Dazu äußerten sich 51 %, dass dies stark zutrifft. Weitere 40 % stimmen lediglich zu. Somit geben 91 % an, dass digitale Fähigkeiten eine wichtige Rolle innerhalb ihrer Tätigkeiten spielen.

„Es gibt passende Unterstützungs- und Fortbildungsangebote, um digitale Endgeräte effektiv zu nutzen.“

Die aktuelle Situation für digitale Hilfsangebote für engagierte Organisationen und Vereine ist in Lüneburg durchwachsen. Die Befragten geben nach der Frage aufpassende Unterstützungs- und Fortbildungsangebote für den Nutzen von digitalen Endgeräten ausgewogene Antworten an. 37 % stimmen zu, dass es passende Angebote gibt, 11 % stimmen sogar stark zu. 21 % stimmen dieser Aussage nicht und 14 % überhaupt nicht zu. Ganze 16 % enthalten sich.

„Ich bin mit den Themen Datenschutz und Datensicherheit sehr vertraut.“

Digitale Anwendungen gehen oftmals mit Datenschutz und -Sicherheit einher. Nicht nur persönliche Daten, sondern auch Organisationsbezogene Informationen sollten geschützt sein. Durch die erhobenen Daten lässt sich festhalten, dass 17 % stak vertraut und 52 % vertraut damit sind. 14 % stimmen nicht zu, 4,5 % stimmen überhaupt nicht zu und 12,5 % enthalten sich dazu.

„Ich bin mit der Nutzung von grundlegender Computeranwendung (Textverarbeitung, Internetbrowser, andere) vertraut.“

Die Grundkenntnisse von digitalen Anwendungen und Einstellungen, wie z.B. Textverarbeitungen, das Erstellen von Tabellen, die Verwendung vom Internet, etc. lassen sich zwar definieren, können jedoch individuell verstanden werden. 55 % der Befragten stimmen stark zu, dass sie mit den computerbasierten Grundlagen vertraut sind. 44 % positionieren sich ergänzend hinzu. Lediglich 1 % stimmen nicht zu und scheinen sich unsicher zu fühlen.

4.1.3 Einsatz von digitalen Kommunikationsanwendungen

Das Einsatzgebiet von digitalen Kommunikationsanwendungen bildet im Hinblick auf die Forschungsfrage den zweiten Schwerpunkt im Bereich der digitalen Themen.

Dabei geben 60 % der Befragten an, dass die Nutzung digitaler Kommunikationsanwendungen ein ausschlaggebender Bestandteil ihres Tätigkeitsfeldes ist. 34 % nutzen digitale Kommunikationsanwendungen wie z.B. E-Mail, Kurznachrichtendienste, Videokonferenzen o.ä. Nur 4 % geben an, sich mit solchen Tools zu Kommunikationszwecken zwar auseinanderzusetzen.

Durch die erfassten Daten lässt sich ein Ranking erstellen, welches die am meisten genutzten digitalen Kommunikationsanwendungen sind:

Am häufigsten wird der Nutzen von E-Mails angegeben, gefolgt von den Videokonferenzen, die in der Vergangenheit durch die Pandemie immer häufiger in unserer Gesellschaft eingesetzt werden. Am dritthäufigsten werden Kurznachrichtendienste in Form von Messengern bzw. Kurznachrichtendienste fixiert. Des Weiteren wird der Nutzen von Onlineportalen sowie als Schlusslicht die sozialen Plattformen genannt.

Die Form, in der die genannten Kommunikationsanwendungen genutzt werden, lässt sich ebenso strukturiert platzieren. Durch die Angaben der Befragten, lässt sich festhalten, dass die meisten digitalen Kommunikationsanwendungen für den internen Austausch sowie die interne Zusammenarbeit (auf dem zweiten Platz) genutzt werden. An dritter und vierter Stelle befinden sich der externe Informationsaustausch sowie die externe Zusammenarbeit. Danach wird die Nutzung internen und/oder externen Weiterbildungsangeboten genannt.

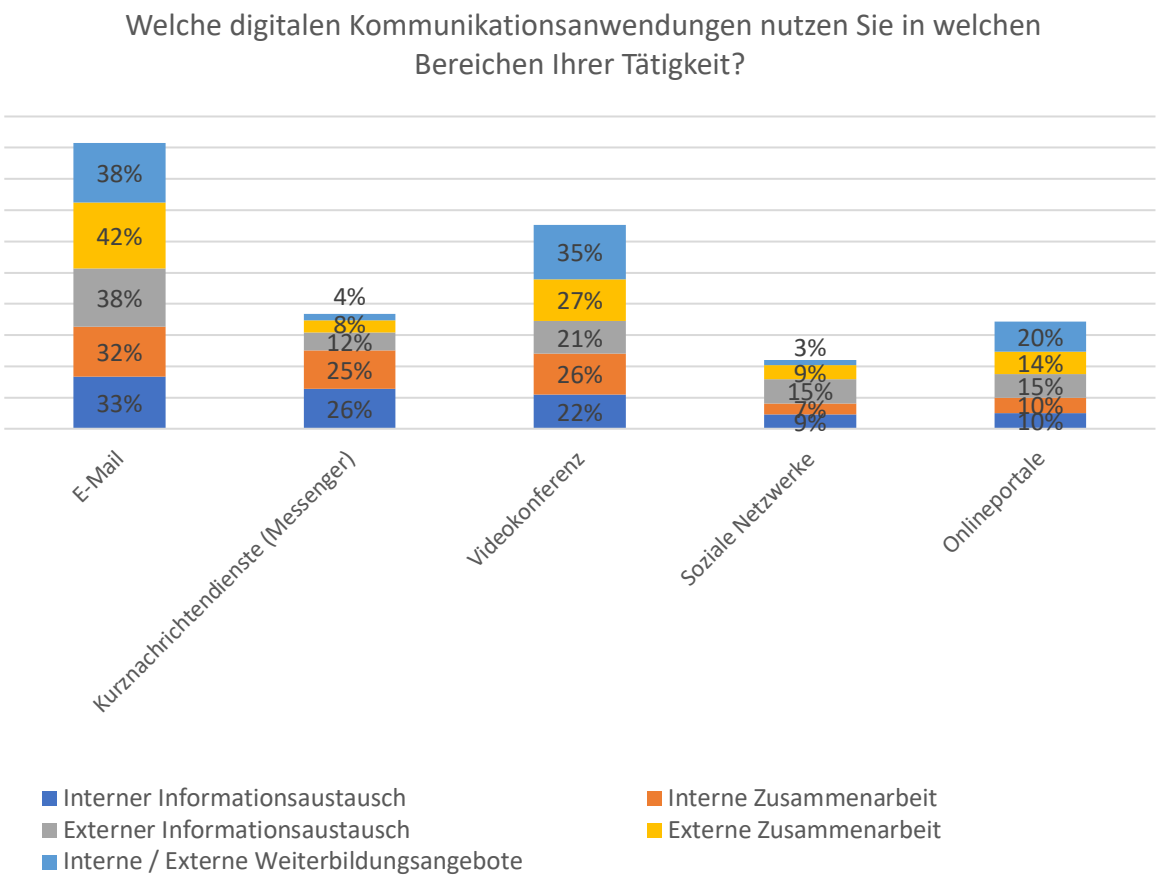

Abbildung 6: Nutzung digitaler Kommunikationsanwendungen für Tätigkeit

Statistisch lässt sich festhalten, dass 63 % der Befragten stark zustimmen, dass der Einsatz von digitalen Kommunikationsanwendungen die Zusammenarbeit zwischen Personen und/oder Organisationen vereinfacht. 36 % stimmen dieser Aussage zu, während 3 % nicht zustimmen oder sich enthalten.

In der Kategorie Zeitersparnis stimmen 50 % der Befragten stark dafür, dass der Einsatz von digitalen Tools effizient Zeit erspart. Weitere 37 % stimmen zu, während sich die übrigen 13 % nicht konkret positionierten.

Ob die Nutzung der digitalen Anwendungen favorisiert oder abgelehnt wird, spielt für die Schaffung entsprechender Fortbildungsangebote eine wichtige Rolle. Auf die Frage, ob diese Anwendungen gerne genutzt werden, stimmen 43 % stark und 38,5 % leicht zu. 7 % der Teilnehmer*innen gaben an, dass sie diese nicht gerne benutzen. 11 % enthielten sich.

Die digitalen Möglichkeiten können für Personen, die nicht als Fachperson entsprechend tätig sind, komplex sein. In ehrenamtlichen und engagierten Organisationen sowie in anderen Bereichen, wäre es daher wichtig, eine*n Ansprechpartner*in zu haben, die/der bei Problemen oder Fragen Hilfestellung leisten kann. Auf die Frage, ob es im Tätigkeitsfeld der befragten Personen als

Ansprechpartner*innen für digitale Probleme oder Fragen gibt, stimmen zusammengerechnet 25 % nicht zu, während gebündelte 56 % der Frage zustimmen. Hierbei enthalten 18 % ihre Meinung.

Ein ausschlaggebender Aspekt in unserem mobilen und digitalen Zeitalter, sind die individuellen Möglichkeiten und Grenzen von zuhause und unterwegs mit vollem Datenzugriff arbeiten zu können. Hierzu positionieren sich 46 %, dass ihnen dies im vollen Umfang möglich ist. 48 % stimmen zu, dies überwiegend tun zu können. Der Rest der Befragten enthält sich oder stimmt nicht zu.

4.1.4 Aktuelle Nutzung von digitalen Kanälen

Digitale Kanäle sind vielfältig, ebenso wie ihre Verwendungsmöglichkeiten. Manche dienen zur privaten Kommunikation, manche lassen sich hervorragend für Arbeitszwecke verwenden. Im Sinne der Forschungsfrage, welchen digitalen Fortbildungsbedarf im Rahmen ehrenamtlicher Arbeit benötigt wird, spielt es eine ausschlaggebende Rolle, inwieweit Organisationen bereits digitale Kanäle wie z.B. Internetseiten, soziale Medien u.a. für ihr Ehrenamt nutzen. Hierzu äußeren sich 36 % der Befragten, dass dies bereits ein wichtiger Bestandteil ihrer täglichen Tätigkeitsroutine sei. 53 % geben an, dass sie die digitalen Kanäle oft für ihre Arbeit verwenden.

Eine aktuelle Auseinandersetzung mit diesem Thema führen derzeit 7 % der Organisationen. Weitere 3,5 % der Befragten äußeren, dass der Nutzen von digitalen Kanälen für sie keine Rolle spielt.

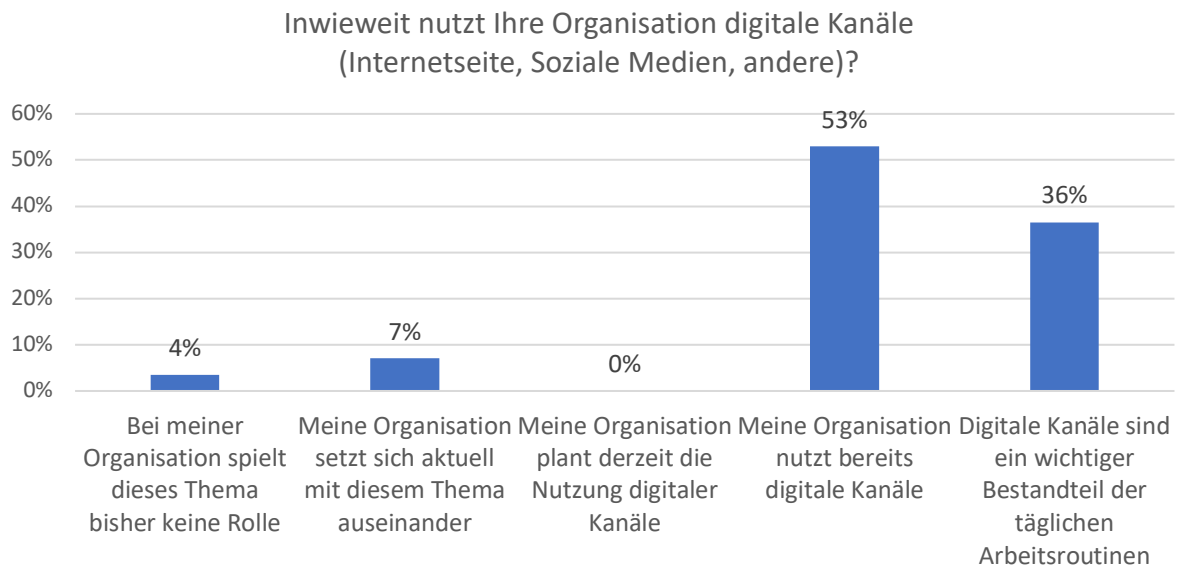

Abbildung 7: Nutzung digitaler Kanäle

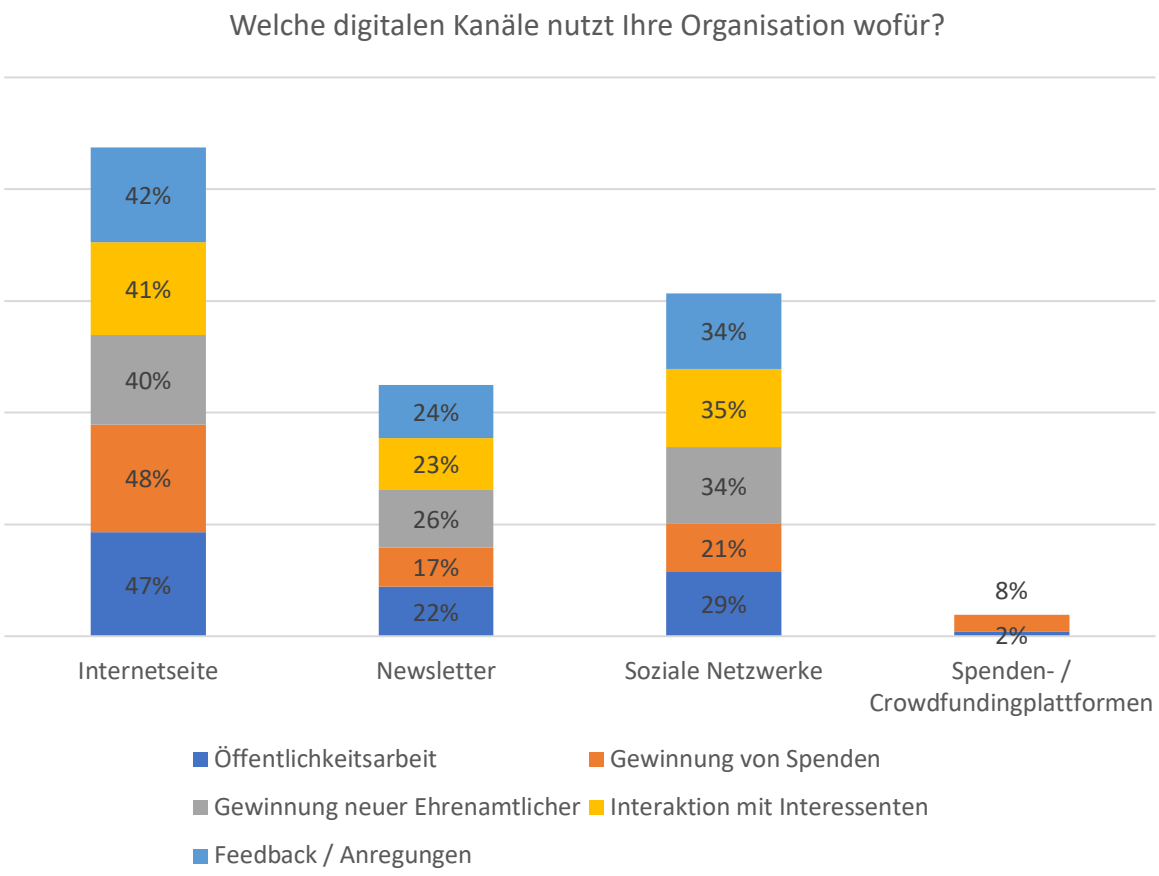

Abbildung 8: Nutzungszwecke digitaler Kanäle

Ergänzend zum aktuellen Nutzen der digitalen Kanäle, konnte anhand der Angaben ein Ranking dieser erstellt werden. Auf dem ersten Platz ist und bleibt die klassische Internetseite, gefolgt von den beliebten sozialen Netzwerken. Der dritte Platz erhält der digitale Newsletter. Die weniger genutzten Anwendungen bilden die Spenden- und Crowdfundingplattformen auf dem letzten Platz.

Des Weiteren lässt sich aus den Angaben erkennen, dass die digitalen Kanäle der Befragten hauptsächlich für Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden. Interaktionen mit Interessent*innen bilden dicht danach einen wichtigen Bereich für die engagierten Organisationen und Personen. Platz drei ist die Gewinnung von neuen Mitgliedern im ehrenamtlich engagierten Bereich. Als letztere Gründe wird einerseits der Erhalt von Feedback- und Anregungen genannt sowie der Nutzen für eine Gewinnung durch Spenden zu erlangen gewählt.

Ergänzend geben die Befragten in den offenen Antworten hierzu an, dass Newsletter oft nur organisationsintern verschickt werden. Weiterhin wird die Internetseite zur Veröffentlichung von Artikeln sowie den Ticket-Verkauf genutzt.

Wie bereits bei den digitalen Kommunikationsanwendungen genannt, werden die Sozialen Netzwerke ebenfalls zur Platzierung von Werbung für Artikel genutzt. Als weiterer Kanal für die Interaktion mit Interessenten werden Messenger-Dienste genannt.

Im Folgenden ist die Beurteilung der Teilnehmer*innen, über digitalen Kanälen in unterschiedlichen Kategorien zusammengefasst:

Dass Informationen und Angebote, bezogen auf die Tätigkeitsfelder von ehrenamtlichem Engagement, über die verschiedenen digitalen Kanäle gleichermaßen gut zugänglich ist, stimmen 47 % der Befragten zu. Zusätzliche 13 % positionieren ihre Stimme stark hinzu. Es sind 19 % die sich im „weder noch“ Antworten Bereich äußern und 20 % der Befragten stimmen nicht zu.

Die Möglichkeit, digitale Inhalte für verschiedene Zielgruppen der engagierten Organisationen zu entwickeln, nehmen überwiegend 65,5 % der Befragten wahr. 31 % enthalten sich, 9 % stimmen nicht zu und 4,5 % stimmen in diesem Aspekt überhaupt nicht zu.

Wenn die entsprechende Organisation die Möglichkeiten der digitalen Kanäle nutzt, stellt sich die Frage nach dessen Optimierung im Bereich Kommunikation und Services und nimmt eine nicht zu verachtende Rolle ein. 56 % stimmen zu, dass sich ihre Organisation in diesem Bereich um Optimierung kümmert. 19 % enthalten sich dieser Bewertung, 21 % stimmen nicht zu und 4 % stimmen überhaupt nicht zu.

Tools oder digitale Kanäle, die den Organisationen zur Analyse und Auswertung zur Mitgliedergewinnung verhelfen, werden nach den Befragten zu 32 % bereits genutzt. 17 % enthalten sich und weitere 22,5 % stimmen nicht, 28,5 % sogar überhaupt nicht zu.

Im Letzten Fragenblock ging es darum, ob in den vergangenen fünf Jahren neue digitale Wege für Spenden- und Projektmittelakqusition von den Organisationen erfolgreich eingesetzt wurden. 40 % der Organisationen sollen demnach neue digitale Möglichkeiten impliziert haben. 25 % stimmen ganz klar überhaupt nicht zu, woran sich weitere 17,5 % abgeschwächt anschließen. 17,5 % äußern sich im „weder noch“ Bereich.

4.1.5 Themenbereiche für Fortbildungen

Im Rahmen der Fragen zur Ermittlung des Fortbildungsbedarfs wurden die Befragten nach ihrem Interesse an Fortbildungsangeboten aus verschiedenen Themenbereichen gefragt. Die nachfolgende Abbildung stellt die kumulierten Prozentangaben für „sehr starkes Interesse“ und „starkes Interesse“ für die verschiedenen Themen dar:

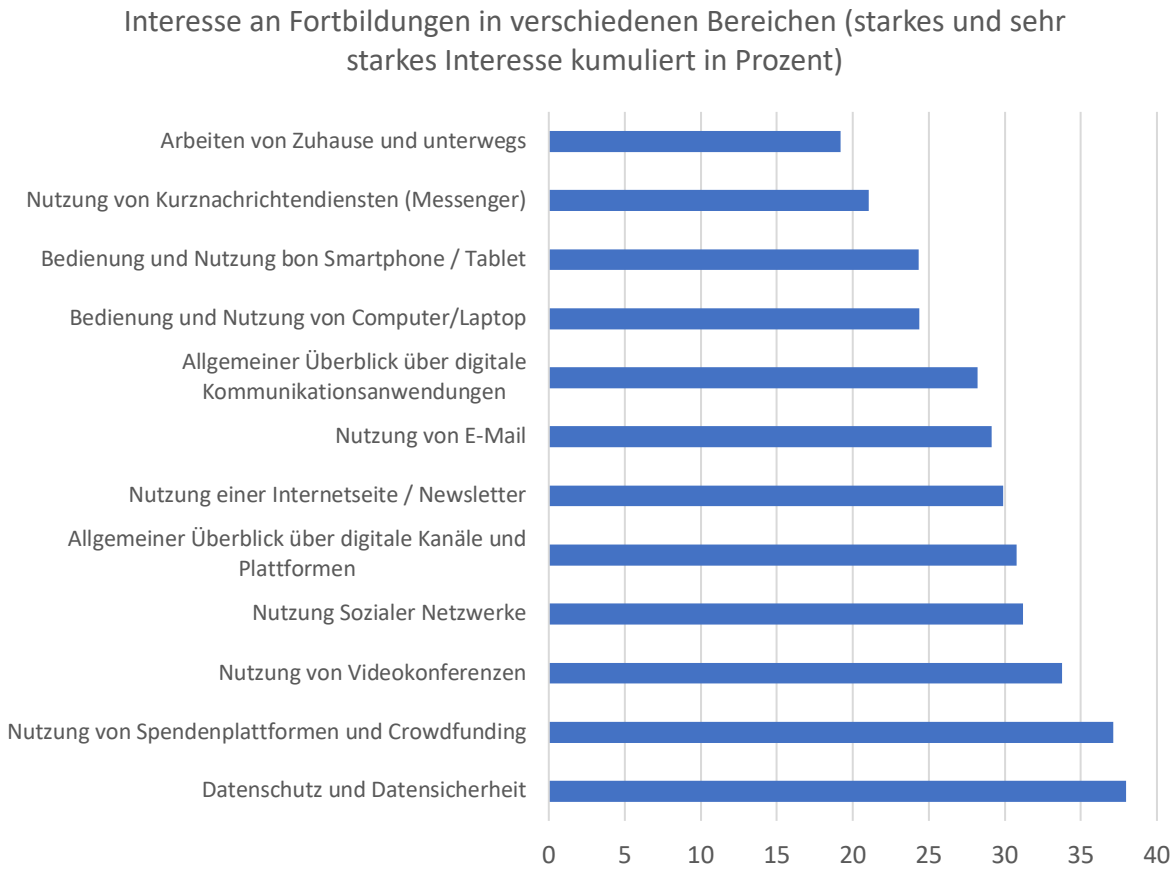

Abbildung 9: Interesse an Fortbildungen in verschiedenen Bereichen

Die fünf Bereiche, welche das größte Interesse der Befragten auf sich ziehen konnten, sind Datenschutz und Datensicherheit (37,9 %), Nutzung von Spendenplattformen und Crowdfunding (37,2 %), Nutzung von Videokonferenzen (33,7 %), Nutzung Sozialer Netzwerke (31,1 %) sowie einen allgemeinen Überblick über digitale Kanäle und Plattformen (30,7 %).

Weitere Bereiche, in denen sich die Befragten über die offenen Antworten Fortbildungsangebote wünschen sind die Gewinnung von Ehrenamtlichen, fachspezifische Fortbildungen, Motivation im

Team, Gruppenorganisation und Projektarbeit sowie rechtliche Rahmenbedingungen. Hierzu ist anzumerken, dass hier alle Bereiche abseits der Forschungsfrage möglich waren.

Im nächsten Schritt der Thematik Fortbildungsangebote wurde nach Gründen gefragt, welche die Befragten bisher von Teilnahmen an Fortbildungen im Bereich unserer Befragung abgehalten haben. Hierfür wurden möglichen Gründe vorgegeben, eine Mehrfachauswahl war möglich. Abweichende Antworten konnten über die offenen Antworten genannt werden.

Am meisten genannt wurde die bisher fehlende Information über Angebote (25 %), an zweiter Stelle wurde schlichtweg kein Bedarf genannt (21 %). Platz drei belegt die Auswahlmöglichkeit, dass es keine thematisch passenden Angebote gäbe (15 %), hier folgt dicht die Antwort keiner zeitlich passender Angebote (14 %). Weiterhin wählen die Befragten die Antwort mangelnder Vorkenntnisse sowie hoher Preise als Grund gegen die Teilnahme an einer Fortbildung mit je 8 %. Die Entfernung als Grund geben 6 % an, am wenigsten genannt wird eine fehlende Ausstattung als Teilnahmegrund (3 %).

Zuletzt wurden die Teilnehmende der Umfrage hinsichtlich der Wichtigkeit verschiedener Aspekte von Fortbildungsangeboten um ihre Meinung gefragt.

„Präsenzveranstaltung“

Der Aspekt Präsenzveranstaltung ist für 5 % überhaupt nicht wichtig, für weitere 17 % nicht wichtig. Ebenso äußern sich 17 % neutral. Ganze 41,5 % sehen dies als wichtig an, 19,5 % als überaus wichtig.

„Raum für individuelle Fragen“

Für 0 % ist dies überhaupt nicht wichtig, für 15 % nicht wichtig. Ca. 3 % äußern sich neutral, mehr als die Hälfte der Befragten ist dieser Aspekt wiederum wichtig. Überaus wichtig bewerten mehr als ein Viertel der Befragten diesen Bereich.

„Gute Erreichbarkeit des Fortbildungsortes“

Dieser Aspekt ist für etwa 8 % überhaupt nicht oder nicht wichtig, 6,5 % der Befragten äußern sich neutral. Für mehr als die Hälfte ist dies wiederum wichtig und fast ein Drittel sieht dies als sehr wichtig.

„Abschlusszertifikat“

Der Erhalt eines Abschlusszertifikates ist für mehr als die Hälfte der Befragten überhaupt nicht wichtig oder nicht wichtig, neutral äußern sich zu diesem Aspekt 20,5 %. Fast ein Viertel empfindet dies als wichtig, als überaus wichtig jedoch nur etwas über 1 % der Befragten.

„Abendveranstaltung“

Für 13 % der Befragten ist der Aspekt einer Abendveranstaltung überhaupt nicht wichtig, für ca. 30 % wiederum nicht wichtig. Etwas mehr als ein Viertel bewerten den Aspekt jeweils als neutral und wichtig; Überaus wichtig geben ca. 5 % der Befragten an.

„Wochenendveranstaltung“

Über die Hälfte der Befragten empfinden diesen Aspekt als überhaupt nicht wichtig oder nicht wichtig, etwa ein Viertel äußert sich neutral. Ca. 17 % findet diesen Aspekt wichtig, 3 % überaus wichtig.

„Keine Kosten für Teilnehmende“

Dieser Aspekt ist für ca. 4 % der Befragten überhaupt nicht wichtig, für wiederum 17 % nicht wichtig und nicht ganz 30 % geben weder noch bei der Wichtigkeit an. Ebenso empfinden ca. 30 % diesen Aspekt als wichtig und 17 % als überaus wichtig.

Diese bewerteten Aspekte wurden der Übersichtlichkeit sowie Aussagekraft halber ebenfalls in eine Rangfolge gebracht, für welche die Antworten „Wichtig“ sowie „Überaus wichtig“ zu den Aspekten addiert haben, um die wichtigsten Aspekte für die Befragten herauszustellen. Am wichtigsten für die Befragten ist die gute Erreichbarkeit des Fortbildungsortes (86 %), dicht gefolgt vom Raum für individuelle Fragen (81 %). Der Aspekt einer Präsenzveranstaltung (61 %) folgt auf dem dritten Platz, keine Kosten für Teilnehmende (47 % liegt in der Mitte der Rangfolge. Mit etwas größerem Abstand folgen die Aspekte einer Abendveranstaltung (31 %), der Erhalt eines Abschlusszertifikates (24 %) sowie einer Wochenendveranstaltung (20 %).

Betrachtung der Themen für Fortbildungsbedarfe nach Altersstruktur der Organisationen

Neben der eingangs angeführten Altersangabe der Befragten wurde in der Umfrage ebenfalls nach dem geschätzten Altersdurchschnitt in der Organisation der befragten Person gefragt. Diese wurde in den Schritten „20 oder jünger“, „20 – 29“, „30 – 39“, „40 – 49“, „50 – 59“, „älter als 60“ ermöglicht.

Die Einschätzung der Befragten fiel wie folgt aus:

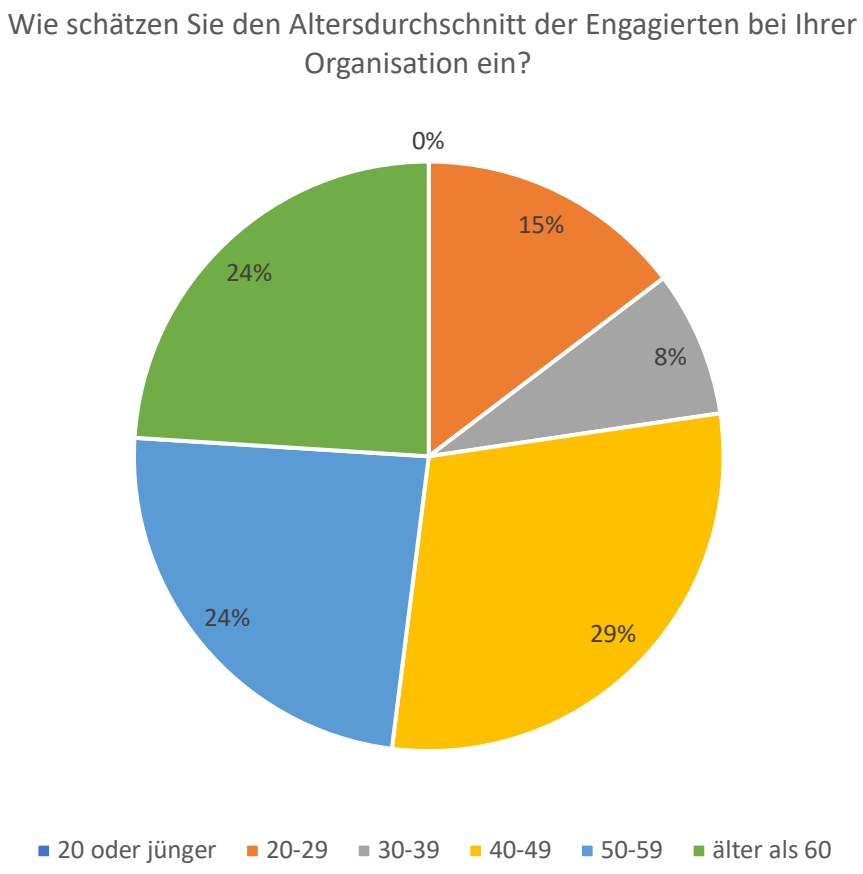

Abbildung 10: Altersverteilung innerhalb der gemeinnützigen Organisationen

Anders als bei dem hohen Altersdurchschnitt der Befragten selbst ist in dieser Grafik zu sehen, dass die Altersstruktur der Organisationen etwas ausgeglichener ausfällt. Allerdings fällt sofort auf, dass der Großteil mit je mehr als einem Viertel auf die Altersdurchschnitte ab Ü40 zurückfallen.

Aufbauend auf diesen Angaben wurden die Ergebnisse der Umfrage aus dem Bereich der Themen für Fortbildungen hinsichtlich der angegebenen geschätzten Altersdurchschnitte ausgewertet. Es sollte betrachtet werden, ob sich der Altersdurchschnitt der Organisation auf das Interesse der Befragten an den vorgeschlagenen Themen auswirkt, da bspw. „jüngere“ Organisationen durch die Technikaffinität

und Medienkompetenz von jüngeren Menschen aus der Generation der „Digital Natives“ profitieren und andere Bedarfe sehen als Organisationen mit einem höheren Altersdurchschnitt.

Nachfolgend wurden hierfür die Themen für Fortbildungen in einem angegebenen Altersdurchschnitt anhand des starken und sehr starken Interesses der Befragten in eine Rangfolge gebracht. Das starke/sehr starke Interesse (in Prozent der Stimmen in diesem geschätzten Altersdurchschnitt) wurde hierfür addiert.

Altersdurchschnitt „20 oder jünger“

Keiner der Befragten gibt diese Option als geschätzten Altersdurchschnitt der Organisation an. Daher lässt sich hier hinsichtlich der Themen für Fortbildungen keine Aussage treffen.

Altersdurchschnitt „20-29“

Das TOP-Thema ist mit 63,6 % in diesem Altersdurchschnitt ist Datenschutz- und Datensicherheit, gefolgt von der Nutzung sozialer Netzwerke mit 45,5 %. Platz drei belegt die Nutzung von Spendenplattformen und Crowdfunding (40 %).

Altersdurchschnitt „30-39“

Aufgrund dessen, dass lediglich sechs Personen diese Option als Altersdurchschnitt für ihre Organisation schätzen und das Interesse an den einzelnen Themen fast zur Gänze gleich ausfällt, lässt sich keine Rangfolge der Themen bilden. Zehn der zwölf Themen wird ein addiertes Interesse von 50 % zugeschrieben, lediglich die Nutzung von E-Mail (33,3 %) sowie die Nutzung von Kurznachrichtendiensten (Messenger) mit keiner einzigen Stimme reißen hier aus.

Altersdurchschnitt „40-49“

Das größte Interesse äußern die Befragten zum Thema der Nutzung von Spendenplattformen und Crowdfunding (36,4 %), gefolgt von der Nutzung von Videokonferenzen (28,6 %). Hierauf folgt die Nutzung Sozialer Netzwerke (27,3 %), wobei anzumerken ist, dass die weiteren Themen prozentual nahe beieinander liegen.

Altersdurchschnitt „50-59“

Für Organisationen mit diesem geschätzten Altersdurchschnitt wird das größte Interesse an Fortbildungen zum Thema Arbeiten von zuhause und unterwegs (41,2 %) geäußert. Hiernach folgen die Themen des allgemeinen Überblicks über digitale Kanäle und Plattformen, die Nutzung einer Internetseite bzw. Newsletters sowie die Nutzung von E-Mail mit jeweils 33,3 %.

Altersdurchschnitt „älter als 60“

Mit 55,6 % liegt hier das größte Interesse im Themenbereich des Überblicks über digitale Kommunikationsanwendungen, gefolgt von Arbeiten von zuhause und unterwegs sowie der Nutzung von Computer / Laptop mit jeweils 50 %.

Die Betrachtung der Ergebnisse hinsichtlich der Altersstruktur der Organisationen zeigt Unterschiede in dem Interesse der Befragten an den genannten Themen für Fortbildungen. Inwieweit diese Unterschiede bei der Konzipierung von Angeboten berücksichtigt werden sollten, ist jedoch eine nachgestellte Aufgabe. Außerdem wird an dieser Stelle noch außer Acht gelassen, dass neben der Altersstruktur der Organisationen abgewogen werden muss, an welche Personen sich die Fortbildungsangebote letztendlich richten sollen, da der Altersdurchschnitt der befragten Personen recht hoch war. Neben der begrenzten Datenqualität sowie der offenen Punkte ist dies jedoch ein wichtiger Schritt zur weiteren Verarbeitung der Umfrageergebnisse.

4.2 Diskussion der Ergebnisse

Aufbauend auf den Ergebnissen unserer Umfrage zogen wir aus diesen Kernerkenntnisse zum digitalen Ist-Stand im Lüneburger Ehrenamt. Hiernach wurde betrachtet, inwieweit man weiterführend mit den Ergebnissen arbeiten kann und welche limitierenden Faktoren in der Ergebnisbetrachtung eine Rolle spielen.

Insgesamt lässt sich sagen, dass die Mehrheit der Befragten Interesse an Fortbildungsangeboten bei digitalen Themen hat. Nur Wenige hatten kein Interesse. Zur Aussagekraft der Antworten muss man vorab jedoch relativierend anmerken, dass ein Viertel der Befragten sich bisher noch nicht über Fortbildungsangebote informiert hat.

Fasst man die Angaben der Befragten thematisch zusammen, lassen sich mittels der Orientierung nach den kumulierten Interessen und Wichtigkeiten folgende inhaltlichen sowie strukturellen Wünsche

bzw. Ansprüche an Fortbildungsangebote herausstellen: Inhaltlich sind als TOP-Themen Datenschutz und Datensicherheit, die Nutzung von Spendenplattformen und Crowdfunding sowie die Nutzung von Videokonferenzen aufzuführen. Strukturell belegen die TOP-Plätze eine gute Erreichbarkeit des Ausbildungsortes, Raum für individuelle Fragen sowie der Aspekt einer Präsenzveranstaltung.

Hinsichtlich der Validität unserer Umfrageergebnisse lässt sich feststellen, dass die demografischen Angaben der Befragten eine besondere Rolle spielen; 75 % der Befragten sind laut Altersangabe über 60 Jahre alt. Außerdem muss angemerkt werden, dass durch die Durchführung der Umfrage einzig auf dem digitalen Weg eine eventuelle analoge Schnittmenge nicht erreicht werden konnte.

Die Rückmeldung zum Fragebogen war ein weiterer Baustein der Umfragekonzipierung und stellte sich aus Auswahl- sowie offene Antwortmöglichkeiten zusammen. Diese möchten wir an dieser Stelle zur Bewertung der Ergebnisse anführen.

„Die Fragen waren verständlich formuliert“

0 % stimmen hier überhaupt nicht zu, 1 % stimmen nicht zu. 6,5 % äußern sich neutral und ganze zwei Drittel stimmen zu. Das restliche Viertel stimmt stark zu.

„Die Antwortoptionen waren eindeutig“

Wiederum 0 % wählten hier die Option überhaupt nicht zuzustimmen, 6 % gaben an nicht zuzustimmen. Rund 11 % äußern sich neutral, mehr als die Hälfte stimmt zu und fast ein Viertel stimmt stark zu.

„Der zeitliche Rahmen der Umfrage war angemessen“

Die Befragten wählten erneut nicht die Aussage stimme überhaupt nicht zu, 2 % stimmen nicht zu. Neutral äußern sich 4 %, ganze 70 % stimmen zu. Nicht ganz ein Viertel stimmt stark zu.

„Ich konnte die Fragen gut beantworten“

Keine der befragten Personen gab Option eins an, überhaupt nicht zuzustimmen. Weder noch gaben 6 % der Befragten aus, rund zwei Drittel stimmen zu. 21 % stimmen stark zu.

„Ich war sehr motiviert, an der Umfrage teilzunehmen“

0 % der Befragten stimmen überhaupt nicht zu, ca. 4 % stimmen nicht zu. Ca. ein Viertel der Befragten äußern sich neutral, mehr als Hälfte stimmt dieser Aussage zu. 19 % stimmen gar stark zu.

Es ist zu erkennen, dass ein Großteil der Befragten unseren Aussagen zur Umfrage zustimmt, der Part an denjenigen, die nicht zustimmen, fällt äußert gering aus. Hierdurch können wir ausschließen, dass unverständlich formulierte Aussagen in unserer Umfrage zu einer Verfälschung der Ergebnisse oder Falschergebnissen führten.

Im offenen Antwortbereich ließen sich vielfältige Kommentare der Befragten lesen. Beispielsweise regte eine befragte Person an, es sei schwierig ehrenamtlich Tätige zusätzlich zu ihrer Tätigkeit zeitlich in Fortbildungen einzubinden. Außerdem sehe diese Person die Pflicht bei den Ehrenamtlichen, sich die nötigen Kompetenzen eigenständig anzueignen. Interessant war hier nachgestellt der Vorschlag, Studierende in die Organisationen für ihre Expertise bei digitalen Themen einzubeziehen und eine Art Mentoring durch Kooperationen der Universität mit Vereinen etc. zu ermöglichen. Eine andere Person zog den Fokus weg von digitalen Themen und sprach sich für eine größere Notwendigkeit von Fortbildungsangeboten bei fachlichen sowie rechtlichen Themen aus. Außerdem wurde angemerkt, dass die bestehenden Angebote eher auf größere und „Massenvereine“ zugeschnitten wären, kleine Vereine oder Randvereine wie bspw. ein Seniorenbeirat würden hier durch das Raster fallen.

Insgesamt wurden zahlreiche weitere Bereiche für Fortbildungsangebote genannt, welche bereits in den Umfrageergebnissen abgebildet wurden.

Zuletzt wurde ebenfalls auf die Diskrepanz aufmerksam gemacht, welche sich durch die gesamte Umfrage zieht und bereits in der Diskussion der Ergebnisse aufkam: Die Umfrage wurde vollständig online durchgeführt. Hinsichtlich der Ergebnisbewertung muss dies ebenso berücksichtigt werden wie auch bezüglich der Inhalte der Umfrage, da die Umfrage zwar digital durchgeführt und digitale Themen abgefragt wurden, sich das Ehrenamt allerdings zum größten Teil analog abspielt. Dies wird jedoch im Kapitel Fazit und Reflexion näher betrachtet.

Abschließend lässt sich festhalten, dass die Rückmeldungen der Befragten konstruktiv und befürwortend mit einigen kritischen Stimmen ausfielen. Die qualitativ ergänzenden offenen Antworten bilden einen Mehrwert, welcher nur mit den quantitativen Antworten nicht abbildbar gewesen wäre. Sie verfeinern das Ergebnis und lassen neue Ansätze zur weiteren Verarbeitung der Ergebnisse erkennen, dazukommend dienen sie uns zur Definition von Handlungsempfehlungen.

5 Fazit und Reflexion

5.1 Fazit und inhaltliche Reflexion

Abschließend wird nun ein Fazit gebildet und die Projektarbeit wird inhaltlich reflektiert. Zudem soll noch einmal auf die am Anfang hergeleitete Forschungsfrage eingegangen werden:

Welche Fortbildungsangebote bei digitalen Themen wünschen sich ehrenamtlich Engagierte bei und hauptberuflich Beschäftigte von Ehrenamtsträger*innen in Lüneburg, um ihre Arbeit zu verbessern oder zu vereinfachen?

Dabei gilt es zu hinterfragen, ob und inwieweit diese Frage im Rahmen der Projektarbeit beantwortet wird und wie das methodische Vorgehen zur Ergebniserzielung bewertet werden kann. Des Weiteren soll ein Ausblick gegeben werden inwieweit die Forschungsergebnisse in der Praxis angewendet werden können und an welchen Stellen nun weitere Forschungen anknüpfen könnten. Abschließend wird das Projekt noch in den Kontext des Moduls Wissenschaft trägt Verantwortung und der dazugehörigen Vorlesung Verantwortliches Handeln im 21. Jahrhundert eingeordnet.

Um die Forschungsfrage zu beantworten, wurde sich für eine Online-Umfrage entschieden. Anders als in der Projektskizze geplant wurde diese nicht zusätzlich auch noch analog durchgeführt. Obwohl das anfängliche Argument, dass durch eine zusätzliche analoge Umfrage ein besserer Querschnitt der Ehrenamtlichen abgebildet wird und eine Umfrage zu digitalen Themen grundlegende digitale Kompetenzen voraussetzt, überzeugt hat, sprachen nach langer Abwägung mehrere Gründe dagegen. Diese setzen sich aus der zusätzlich entstehenden Zeit die Fragebögen zu verteilen und auszuwerten, den anfallenden Portokosten und dem Problem bei analogen Fragebogen keine Filterfragen einzubauen zusammen. Für die Verteilung der Online-Umfrage wurde in der Projektskizze geplant, in Absprache mit Kathrin Wolter auf den E-Mail-Verteiler der Servicestelle Ehrenamt zuzugreifen. Dies wurde noch durch einen Kontakt zum Kreissportbund Lüneburg ergänzt, welcher die Online-Umfrage ebenfalls an Vereine und Initiativen weitergeleitet hat. Insgesamt konnte die Online-Umfrage so an etwa über 400 Organisationen verteilt werden.

In Abschnitt 3.2 wird bereits die verwendete Forschungsmethode erläutert. Die Projektgruppe hat sich für eine Online-Befragung mit größtenteils quantitativen und einzelnen qualitativen Fragen entschieden. Diese Methodik lässt sich im Nachhinein als passende Methodik für das Projekt bewerten, da dadurch die in der Projektskizze aufgestellten Hypothesen überprüft werden konnten, allgemeingültige Aussagen zum Fortbildungsbedarf abgeleitet werden konnten, statistische Zusammenhänge erschlossen, sowie Entwicklungen abgelesen werden konnten.

Als eine alternative methodische Vorgehensweise hätte sich noch ein zusätzliches qualitatives Interview mit einzelnen Vereinen angeboten. Bei dieser Methode werden offene Fragen gestellt und die Interviewpartner*innen können darauf offene Antworten geben. Mit dieser Methodik hätten ausgewählte Vereine, die beispielsweise noch viel analog arbeiten, gezielt nach ihrem Fortbildungsbedarf befragt werden können. Allerdings sind in der Online-Umfrage bereits qualitative Elemente mit eingebaut, wodurch den Befragten zusätzliche offene Antworten ermöglicht werden. Auch hat die Konzipierung des Fragebogens viel Zeit in Anspruch genommen, wodurch zusätzliche qualitative Interviews zeitlich nicht umsetzbar waren.

Insgesamt konnte die Forschungsfrage im Rahmen des Gruppenprojektes erfolgreich beantwortet werden. Wie schon in Kapitel 3.1 wurde die anfängliche Forschungsfrage aus der Projektskizze nochmals angepasst, indem der Begriff „Digitalisierung“ eingegrenzt wurde, da er zu viele Themen umfasst, die die Umfrage im zeitlichen Rahmen des Seminars nicht vollständig abfragen kann. Zusammenfassend zeigen die Ergebnisse der durchgeführten Umfrage, dass das Lüneburger Ehrenamt überwiegend digital arbeitet und kommuniziert. Digitale Themen spielen für einen Großteil der Ehrenamtlichen und hauptberuflich Beschäftigten im Ehrenamt eine wichtige Rolle und vereinfachen ihre Tätigkeiten. Die einzelnen Vereine und Initiativen benutzen bereits flächendeckend ein breites Spektrum an digitalen Anwendungen, wobei einige Bereiche stärker genutzt werden als andere. Während beispielsweise E-Mail und Videokonferenzen zum Alltag der Engagierten gehören, ist die Nutzung von Crowdfunding und Analysetools eher die Ausnahme. Aus den Ergebnissen lässt sich insgesamt mitnehmen, dass digitale Fähigkeiten im Lüneburger Ehrenamt also nicht mehr wegzudenken und notwendig sind.

Die Forschungsfrage lässt sich dahingehend beantworten, dass die Lüneburger Ehrenamtlichen und hauptberuflich Beschäftigten im Ehrenamt grundsätzlich Interesse und Bedarf an Fortbildungsangeboten bei digitalen Themen haben. Dabei wünschen sie sich in verschiedenen digitalen Bereichen Fortbildungsangebote, vor allem aber in folgenden Bereichen:

1. Datenschutz und Datensicherheit
2. Nutzung von Spendenplattformen und Crowdfunding
3. Nutzung von Videokonferenzen
4. Nutzung Sozialer Netzwerke
5. Allgemeiner Überblick über digitale Kanäle und Plattformen

Durch die Analyse der erhobenen Daten wurde herausgefunden in welchen digitalen Bereichen sich das Lüneburger Ehrenamt Fortbildungsangebote wünscht, wodurch die Fortbildungsangebote der Volkshochschule Lüneburg in Zukunft zielgerichteter an die Bedürfnisse angepasst werden können. Auch die Servicestelle Ehrenamt in Lüneburg kann die Ergebnisse verwenden, um den Vereinen und

Initiativen weiterzuhelfen, indem sie beispielsweise passende Fortbildungsangebote vermittelt oder darüber informiert, wie digitale Kommunikationsanwendungen oder digitale Endgeräte die Arbeit innerhalb eines Vereines vereinfachen können und sie in ihrem Engagement voranbringen.

Im Hinblick auf die Frage, welche Rahmenbedingungen für die Fortbildungsangebote von Bedeutung sind, lässt sich zunächst sagen, dass viele mit den bereits angebotenen Fortbildungsangeboten ausreichend bedient sind, andere hingegen finden allerdings keine für sich passenden Angebote. Die Gründe gegen eine Teilnahme an Fortbildungsangeboten sind dabei vielfältig. Die meisten haben keine eigene Informationssuche über Angebote betrieben, keinen Bedarf oder keine thematisch oder zeitlich passenden Angebote gefunden.

Verschiedene Faktoren sind für die Befragten dabei von hoher Wichtigkeit.

Fortbildungsangebote sollten vor allem

1. gut erreichbar sein,
2. Raum für individuelle Fragen geben und
3. in Präsenz durchgeführt werden.

Auf Grundlage dieser Ergebnisse hat die Volkshochschule Lüneburg die Möglichkeit ihre Angebote nicht nur inhaltlich anzupassen, sondern auch formal. Hierzu wurden zwei zentrale Handlungsempfehlungen ausgearbeitet:

1. Die Informationen über Fortbildungsangebote sollten einfach und unkompliziert zugänglich gemacht werden
2. Es ist wichtig, dass Angebote auf die inhaltlichen und strukturellen Bedürfnisse sowie den bisherigen Kenntnisstand der Ehrenamtlichen zugeschnitten werden

Allerdings bleiben auch einige Punkte offen. Zum einen sind 75 % der Befragten über 60 Jahre alt. Hier lässt sich anmerken, dass diese Zahl die Projektgruppe sehr überrascht hat, da dadurch nur ihr Fortbildungsbedarf bei digitalen Themen widergespiegelt wird und die Bedürfnisse der jüngeren Generationen sind nicht eindeutig beziehungsweise nicht vollständig repräsentativ.

Hier besteht die Möglichkeit weitere Forschungen anzuknüpfen. Es könnte sich zum einen mit den Forschungsergebnissen der Umfrage beschäftigt werden und die erweiternde Frage gestellt werden Inwieweit die Ergebnisse unserer Befragung repräsentativ für alle Ehrenamtlichen in Lüneburg sind. Da im Rahmen des Forschungsprojektes nur ein Teil der Engagierten und hauptberuflich Beschäftigten im Ehrenamt befragt wurde, besteht die Möglichkeit das Projekt zu erweitern und zu überprüfen, ob die vielen Nichtbefragten mit den Forschungsergebnissen übereinstimmen. Bei unserer Umfrage haben größtenteils Ehrenamtliche über 50 Jahren mitgemacht und somit geäußert in welchen

Bereichen sie Fortbildung benötigen. Weiterhin besteht die Möglichkeit noch über den Tellerrand hinaus zu blicken und sich die Frage zu stellen, wie der Fortbildungsbedarf bei weiteren digitalen Themen im Lüneburger Ehrenamt aussieht.

Zum Schluss werden die erhobenen Ergebnisse in den größeren Zusammenhang des Seminars „Ehrenamt In Lüneburg entdecken und vernetzen“ und der dazugehörigen Vorlesung „Verantwortung im 21. Jahrhundert“ eingeordnet.

Wie eingangs dargestellt unterliegt auch die Engagements- und Ehrenamtslandschaft dem digitalen Wandel. Dadurch verändern sich Strukturen und Prozesse sowohl innerhalb als auch zwischen Vereinen und Initiativen. Im Kontext des Seminars sollen gemeinsam mit ehrenamtlich Engagierten neue Ideen entwickelt werden, die das Lüneburger Ehrenamt unterstützen und transparent(er) gestalten. Dieses Ziel greift unser Projekt auf, indem es den aktuellen digitalen Stand bei der ehrenamtlichen Arbeit in Lüneburg aufzeigt und Handlungsempfehlungen zu Fortbildungsangeboten bei digitalen Themen ausspricht. Die Vorlesung thematisiert unter anderem auch die Transformationen vor dem Hintergrund der Digitalisierung und die damit zusammenhängende Verantwortung der Wissenschaft.

Im Rahmen unseres Forschungsprojektes trägt Wissenschaft Verantwortung, indem sie Schwächen und Wünsche von ehrenamtlich Engagierten aufzeigt, die durch das voranschreitende Zeitalter der Digitalisierung entstehen. Die Wissenschaft trägt im 21. Jahrhundert im Rahmen unseres Forschungsprojektes die Verantwortung die Forschungsergebnisse und die erarbeiteten Erkenntnisse der Servicestelle Ehrenamt oder der Volkshochschule Lüneburg zur Verfügung zu stellen, damit diese sie nutzen können und praktische Fortbildungsangebote bei digitalen Themen zielgerichteter gestalten können.

5.2 Reflexion des Lernprozesses

Im Folgenden wird der Lernprozess der Projektgruppe in Hinblick auf die Zusammenarbeit, den Lernerfolg und das Erwerben von Kompetenzen reflektiert.

Die gemeinsame Gruppenarbeit im Rahmen des Projektes ist insgesamt erfolgreich verlaufen. Durch die kleine Gruppengröße von nur vier Mitglieder*innen musste jeder einzelne zwar mehrere Aufgaben übernehmen, allerdings fiel dadurch die Kommunikation innerhalb der Gruppe auch leichter und verlief insgesamt schneller und flüssiger. Die gesamte Gruppe hat stetig gemeinsam aktiv und produktiv zusammengearbeitet. Meinungsverschiedenheiten wurden diskutiert und Entscheidungen immer gemeinsam getroffen. Es herrschte durchgängig eine gute und angenehme Arbeitsatmosphäre,

eine faire Arbeitsverteilung, ein respektvoller Umgang innerhalb der Gruppe und ein regelmäßiger Austausch über bisherige Arbeitsergebnisse.

Auch die Gruppe hat sich im Laufe des Projektes fortgebildet. So wurden neue Kompetenzen erworben und bestehende weiter vertieft. Gruppenmitglieder haben den Umgang mit dem Projektmanagementtool Trello erlernt, die Konzipierung einer Online-Umfrage mit LimeSurvey und die Auswertung von Daten mithilfe von Excel.

Die Auseinandersetzung mit dem wissenschaftlichen Projekt hat auch Kompetenzen gefördert. Die Kompetenz der korrekten Quellenrecherche wurde erweitert und gelernt, der Umgang mit dem Konzept Forschendes Lernen und die Kompetenz des wissenschaftlichen Schreibens wurde weiter vertieft. Zudem wurde die Kreativität gefördert, beispielsweise bei der Erstellung und Vorstellung von der Präsentation für die Konferenzwoche.

Das Projektmanagementtool Trello hat der Projektgruppe dabei geholfen, befürchtete zeitliche Hürden, die in der Projektskizze erwartet wurden, zu umgehen. Durch Terminierungen von Aufgaben konnte der geplante Zeitplan bis auf eine kleine Verschiebung eingehalten werden. Zudem hatte jedes Gruppenmitglied zu jeder Zeit einen Überblick über anstehende Aufgaben sowie über bereits erledigte Teilziele. Dennoch hat die gesamte Gruppe gelernt wie wichtig ein durchdachtes Zeitmanagement ist, da Kommunikation und Terminfindungen innerhalb der Gruppe viel Zeit in Anspruch nehmen. An dieser Stelle lässt sich anmerken, dass ein regelmäßig stattfindender Termin einmal die Woche hilfreich gewesen wäre, sodass die Gruppe sich nicht immer neu auf einen Termin einigen muss.

Innerhalb der Gruppe sind keine Schwierigkeiten aufgetreten, allerdings hat die Gruppe gelernt, wie wichtig eine klare und deutliche Kommunikation mit Außenstehenden ist. Hier gab es teilweise Missverständnisse bei der Verteilung des Fragebogens, wodurch sich der Zeitplan leicht verzögert hat. Dies hatte aber keine gravierenden Auswirkungen auf die gesamte Durchführung des Projektes.

6 Quellenverzeichnis

Aldehoff, Larissa; Morcos, Sarah (2017): Chancen der Digitalisierung für Engagement entdecken. Online unter: http://library.fes.de/pdf-files/akademie/mup/13661-20190225.pdf (Stand: 15.03.2022).

Berghaus, Sabine; Back, Andrea (2016): Gestaltungsbereiche der Digitalen Transformation von Unternehmen: Entwicklung eines Reifegradmodells. In: Die Unternehmung Swiss Journal of Business Research and Practice, Jahrgang 70, Heft 2, Seiten 98-123.

Berndt, Reinhard et al. (2018): Zukunftsorientiertes Stiftungsmanagement: Herausforderungen, Lösungsansätze und Erfolgsbeispiele. Wiesbaden.

Boenigk, Silke (2019): Digitalisierung in Nonprofit-Organisationen. Online unter: https://www.dzi.de/spenderberatung/spenden-siegel/spenden-siegelforum/spenden-siegelforum-2019/ (Stand: 15.03.2022).

Bundesministerium des Inneren (2022): Die Bedeutung von Ehrenamt und bürgerschaftlichem Engagement. Online unter: https://www.bmi.bund.de/DE/themen/heimat-integration/buergerschaftliches-engagement/bedeutung-engagement/engagement-artikel.html (Stand: 15.03.2022).

Bundesregierung (2021): Das Rückgrat der Gesellschaft. Online unter: https://www.bundesregierung.de/breg-de/suche/ehrenamtliches-engagement-1915684 (Stand: 15.03.2022).

Eid, Mario et al. (2017): Statistik und Forschungsmethoden. 5. Auflage. Weinheim.

Frey, Timotheos (2007): Grundlagen der Darstellung von Grafiken, Tabellen und Literaturverweisen in wissenschaftlichen Dokumenten. Online unter: https://timfrey.files.wordpress.com/2008/04/graph.pdf (Stand: 15.03.2022).

Gensicke, Thomas et al. (2006): Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999 - 2004: Ergebnisse der repräsentativen Trenderhebung zu Ehrenamt, Freiwilligenarbeit und bürgerschaftlichem Engagement. Wiesbaden.

Hinz, Ulrike et al. (2014): Digitales Bürgerschaftliches Engagement. Berlin.

Hofmann, Elisabeth M. et al. (2020a): Dein Verein und das Geld. Online-Fundraising: Spenden sammeln, Kampagnen starten, Sponsoren finden, 2. Auflage. Berlin.

Hofmann, Elisabeth M. et al. (2020b): Dein Verein macht sich bekannt. Soziale Netzwerke: Kennenlernen, nutzen und souverän kommunizieren, 2. Auflage. Berlin

Hofmann, Elisabeth M. et al. (2020c): Dein Verein und seine Mitglieder. Mitgliederdaten: Schützen, verwalten und verwenden, 2. Auflage. Berlin.

Hofmann, Elisabeth M. et al. (2021a): Dein Verein tauscht sich aus. Online-Zusammenarbeit: Projekte organisieren und Wissen austauschen, 3. Auflage. Berlin.

Hofmann, Elisabeth M. et al. (2021b): Dein Verein tauscht sich aus. Online-Kommunikation: Mailen, Messenger nutzen und Videoanrufe starten, 3. Auflage. Berlin.

Hofmann, Jeanette et al. (2020): Dritter Engagementbericht. Berlin.

Krimmer, Holger (2020): Engagement im digitalen Wandel. Entwicklung einer Forschungsheuristik und Indikatorik für die quantitative Forschung. Essen.

Rasch, Björn et al.(2021): Quantitative Methoden 1: Einführung in die Statistik für Psychologie, Sozial- & Erziehungswissenschaften. 5. Auflage. Berlin, Heidelberg.

Schumann, Siegfried (2018): Repräsentative Umfrage: Praxisorientierte Einführung in empirische Methoden und statistische Analyseverfahren. 7. Auflage. Berlin.

Simonson, Julia et al. (2014): Freiwilliges Engagement in Deutschland – Der Deutsche Freiwilligensurvey 2014. Berlin.

7 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Methodisches Vorgehen des Forschungsprojektes 7
Abbildung 2: Struktureller Aufbau des Fragebogens 9
Abbildung 3: Beispiel zur Fragenbogenlogik 10
Abbildung 4: Nutzung von digitalen Endgeräten für Tätigkeit 15
Abbildung 5: Nutzungsbereiche digitaler Endgeräte 16
Abbildung 6: Nutzung digitaler Kommunikationsanwendungen für Tätigkeit 19
Abbildung 7: Nutzung digitaler Kanäle 20
Abbildung 8: Nutzungszwecke digitaler Kanäle 21
Abbildung 9: Interesse an Fortbildungen in verschiedenen Bereichen 23
Abbildung 10: Altersverteilung innerhalb der gemeinnützigen Organisationen 26