

Executive Summary

Diese Arbeit beschäftigt sich mit der AKTIVOLI-FreiwilligenAkademie, eine Organisation, die zum AKTIVOLI-Landesnetzwerk gehört. Sie befasst sich mit Weiterbildungen für freiwillig Engagierte und betreibt ein Kursportal sowie eine Mediathek. Auf dem Kursportal werden Weiterbildungen von verschiedenen Anbietenden zu diversen Themen des freiwilligen Engagements zusammengestellt, in der Mediathek ist „on-demand-content“ in Form von Artikeln, Videos und Podcasts zu finden. Ein großer Teil des Angebots ist kostenlos.

Gemeinsam mit der AKTIVOLI-FreiwilligenAkademie versuchen wir zu verstehen, welche Bedürfnisse bei freiwillig Engagierten in Bezug auf Weiterbildungsangebote bestehen und wie die Nachfrage nach den Angeboten der FreiwilligenAkademie zustande kommt. Dafür arbeiten wir mit der Forschungsfrage: *„Welche Faktoren bedingen die Nachfrage der freiwillig Engagierten nach Angeboten der AKTIVOLI-FreiwilligenAkademie?“*.

Um der Beantwortung dieser Frage näher zu kommen, wurde ein online Fragebogen erstellt, dessen Auswertung zu ersten Ergebnissen geführt hat.

So hat sich herausgestellt, dass das Kursportal deutlich häufiger genutzt wird als die Mediathek. 44 % der Befragten, die schon auf Angebote der FreiwilligenAkademie zurückgegriffen haben, geben an, ausschließlich das Kursportal genutzt zu haben, 10 % geben an beide Angebote genutzt zu haben und nur zwei Personen geben an ausschließlich auf die Mediathek zurück gegriffen zu haben. Unter anderem könnte dies mit der Bekanntheit zusammenhängen, denn das Kursportal ist um 24 Prozentpunkte bekannter als die Mediathek. Allerdings geben nur 9% an, die Angebote der FreiwilligenAkademie aufgrund von Empfehlungen in Anspruch genommen zu haben, während 15% wegen Erfahrung mit dem Angebot und 63% wegen des Angebots auf das Kursportal oder die Mediathek zurückgriffen. 23% Prozent der Befragten kannten weder die AKTIVOLI-FreiwilligenAkademie noch die Möglichkeit an Weiterbildungen für freiwillige Engagierte teilzunehmen. Von der AKTIVOLI-FreiwilligenAkademie selbst erfuhren die Befragten überwiegend über Kontakte im freiwilligen Engagement (50%). Die Website wird von den meisten Befragten als gut bis sehr gut verständlich bewertet. Auffällig ist, dass niemand über Werbung von der FreiwilligenAkademie erfahren hat. Es wird also deutlich, dass Bekanntheit scheinbar besonders gut durch „Mund-zu-Mund-Propaganda“ erreicht wird. Die Bereitschaft der Befragten sich theoretisch weiterzubilden ist hoch, nur 9% geben an, dass eine Weiterbildung für sie nicht in Frage kommt. Wenn allerdings nach konkreter Umsetzungsplanung gefragt wird, geben nur 36% an sich in den nächsten sechs Monaten fortbilden zu wollen. Der größere Teil

der Befragten engagiert sich in Bildung und Erziehung (22%), Soziales und Wohlfahrt (22%), Integration und Migration (16%), Kultur, Kunst und Musik (10%) sowie Gesundheit und Pflege (7%). Davon können sich die meisten Menschen vorstellen, auch in einem anderen Bereich aktiv zu werden, besonders viele können sich das im Tätigkeitsfeld Klima-, Umwelt- und Tierschutz vorstellen. Das könnte ein Hinweis darauf sein, dass zu diesem Thema in Zukunft ein größeres Bedürfnis nach Weiterbildungen besteht, und in diesem Bereich die Nachfrage steigt. Des Weiteren wurde deutlich, dass die Befragten nicht durch innere Hemmungen vom Besuch einer Weiterbildung abgehalten werden. Diejenigen, die sich weiterbilden möchten, hoffen vor allem auf mehr theoretisches Wissen, mehr praktische Kompetenz und Vernetzung. Kursangebote in Präsenz waren mit 79% am beliebtesten. Auch terminliche Präferenzen wurden aus der Umfrage deutlich, der Sonntag ist besonders unbeliebt, die anderen Wochentage wurden jedoch alle ähnlich bewertet. Die Bevorzugte Uhrzeit ist 16-20 Uhr, gefolgt von 12-16 Uhr und 8-12 Uhr, Kurse nach 20 Uhr werden kaum ausgewählt. In der Mediathek sind Videos am beliebtesten, dicht gefolgt von Artikeln aber auch Podcasts werden zum Teil gerne gehört. Inhalte von einer Länge bis zu 30 Minuten werden präferiert, länger als eine Stunde sollten Inhalte jedoch nicht sein.

Die Online-Umfrage wurde mit LimeSurvey vom 16.06. bis zum 23.07.2023 durchgeführt. Die Auswertung erfolgte mit der Statistiksoftware STATA. Die Befragten wurden zu einem Großteil über Mailverteiler von AKTIVOLI und der AKTIVOLI-FreiwilligenAkademie erreicht. Deswegen sind unter anderem Aussagen zur Bekanntheit der Organisation nur eingeschränkt möglich. Insgesamt haben 166 Personen den Fragebogen aufgerufen. Von diesen gehören 107 zu unserer interessierenden Grundgesamtheit der freiwillig Engagierten. Das Alter der Befragten beträgt im Median 61,5 Jahre und im Durchschnitt 56 Jahre und bewegt sich zwischen 18 und 87 Jahren. Unsere befragte Stichprobe ist also älter als die Grundgesamtheit (vgl. Holtmann 2023, S.181). 54% der Befragten sind weiblich, 25% sind männlich und 21% machen keine Angabe. Die meisten Befragten (60%) haben einen Hochschulabschluss. Andere Abschlüsse sind seltener. Rentner*innen sind mit 36 % die größte Gruppe der Befragten, gefolgt von Teilzeitbeschäftigten (20%) und Vollzeitbeschäftigten (13%).