

STIMMUNGSBILD DIGITALE ERWACHSENENBILDUNG

Ergebnisbericht

Bildungsnetzwerk Steiermark, 2021



INHALTSVERZEICHNIS

1. Allgemeines	2
2. TeilnehmerInnen	2
3. Bisherige Nutzung von (digitalen) Bildungsangeboten für Erwachsene	3
4. Motivation, digitale Angebote in Anspruch zu nehmen	4
4.1. Barrieren und Gründe gegen eine Teilnahme.....	4
4.2. Chancen und Gründe für eine Teilnahme.....	6
5. Zahlungsbereitschaft für digitale Angebote	6
6. Einfluss von soziodemografischen Merkmalen	7
6.1. Bisherige Nutzung von (digitalen) Bildungsangeboten für Erwachsene	7
6.2. Motivation, digitale Angebote in Anspruch zu nehmen.....	8
6.3. Zahlungsbereitschaft für digitale Angebote	8
7. Qualitätsmerkmale für (digitale) Erwachsenenbildung	9
7.1. Erwachsenenbildung (allgemein).....	9
7.1.1. TrainerInnen	9
7.1.2. Didaktik und Methodik	10
7.1.3. Organisation	12
7.1.4. Externe Faktoren	12
7.2. Erwachsenenbildung (digital).....	13
7.2.1. TrainerInnen	14
7.2.2. Didaktik und Methodik	15
7.2.3. Organisation	16
7.2.4. Externe Faktoren	17
8. Zielgruppen für digitale Erwachsenenbildung	18
9. Fazit	20



STIMMUNGSBILD: DIGITALE ERWACHSENENBILDUNG

ERGEBNISSE

1. Allgemeines

Im vergangenen Jahr wurde das Programm an digitalen Bildungsangeboten für Erwachsene enorm ausgebaut: Waren vor einem Jahr noch rund 20 Online-Angebote im [Weiterbildungsnavi Steiermark](#) vertreten, so waren es Ende 2020 bereits über 1.000! Diese Entwicklung wurde durch die Covid-19-bedingten Beschränkungen des Präsenzbetriebes beschleunigt. Fest steht, dass digitale Bildungsangebote auch zukünftig fixer Bestandteil des Angebots in den meisten Bildungseinrichtungen bleiben werden – ergänzend, denn vor allem die persönliche Begegnung von Menschen macht Erwachsenenbildung aus.

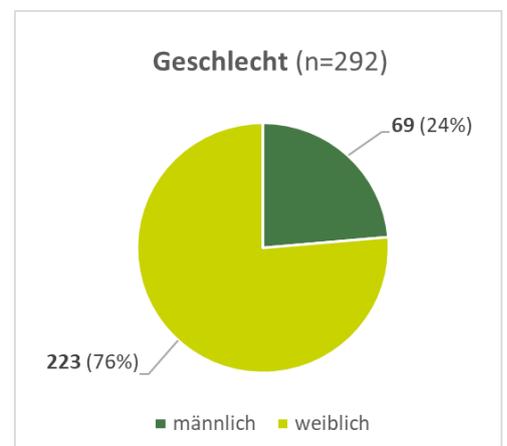
Das Bildungsnetzwerk Steiermark hat zwischen 05.11.2020 und 14.01.2021 eine digitale Umfrage durchgeführt, um ein **Stimmungsbild zu bisherigen Erfahrungen mit digitalen Bildungsangeboten und Erwartungen** zu erheben. Die Erhebung erfolgte in Kooperation mit der *Woche Steiermark* mithilfe eines Online-Fragebogens und richtete sich an die steirische Bevölkerung über 18 Jahre. Die Umfrage wurde zudem über die Kommunikationskanäle des Bildungsnetzwerks und durch NetzwerkpartnerInnen (ARGE Steirische Erwachsenenbildung, Weiterbildungsnavi Steiermark) beworben.

Die folgenden Ergebnisse beziehen sich ausschließlich auf jene Personengruppe, die an der Umfrage teilgenommen hat. Aufgrund der Stichprobengröße sind keine repräsentativen Schlüsse auf die Gesamtbevölkerung möglich. Es zeigte sich jedoch, dass die erfassten Personen nahezu ausschließlich bereits KundInnen der Erwachsenenbildung sind (*3. Bisherige Nutzung von Bildungsangeboten für Erwachsene*) – und gerade praktisches Erfahrungswissen dieser Zielgruppe ist für die Planung zukünftiger Bildungsangebote sehr relevant.

2. TeilnehmerInnen

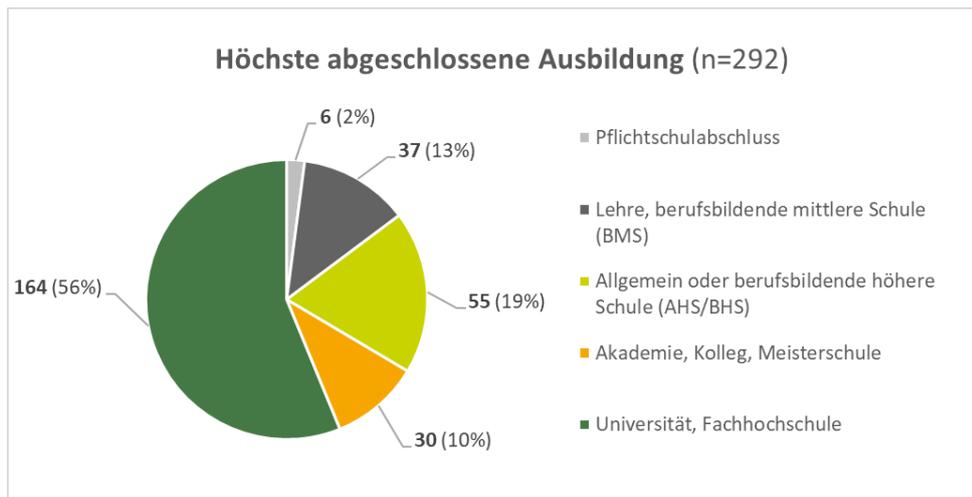
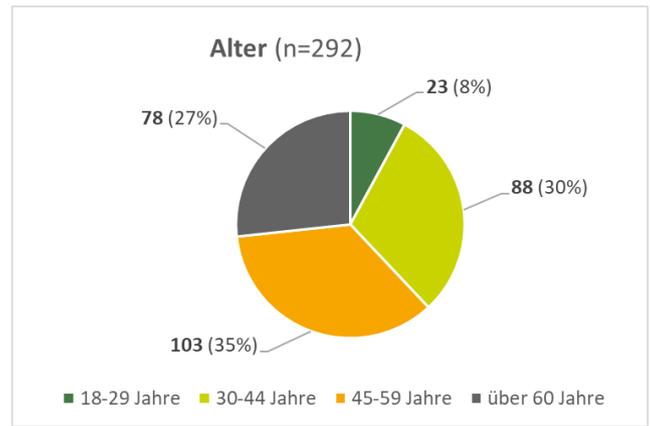
Insgesamt haben **292 Personen** teilgenommen.

Rund drei Viertel der befragten Personengruppe waren **weiblich (76%)**. Damit war der Frauenanteil bei der Befragung höher als jener, den wir unter den Teilnehmenden in der Erwachsenenbildung als „normal verteilt“ bezeichnen würden (63%, siehe [Basisdatenerhebung 2020, Bildungsnetzwerk Steiermark](#)).



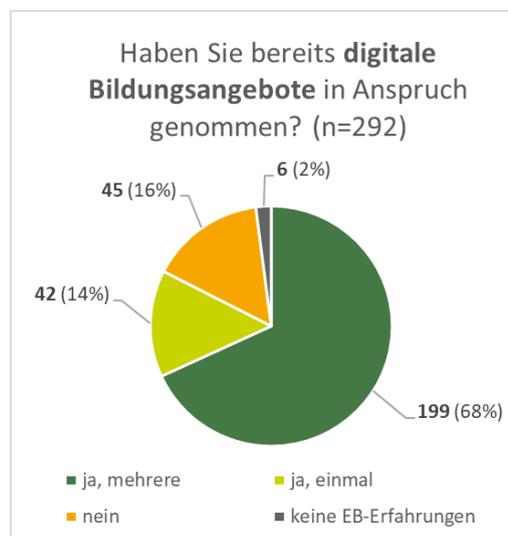
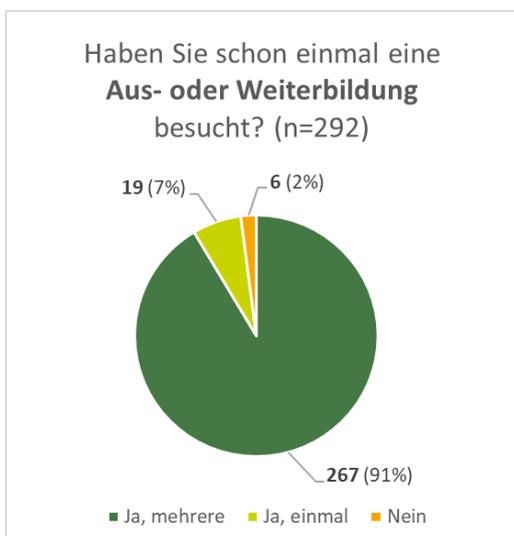
In Bezug auf das **Alter** liegt eine relativ gleichmäßige Verteilung vor. Einzige Ausnahme bilden (potenzielle) TeilnehmerInnen unter 30 Jahre, welche nur 8% der befragten Personen ausmachen. Die größte Kohorte bilden die 45-59-Jährigen (35%).

Die meisten teilnehmenden Personen verfügen über einen **Universitäts- bzw. Fachhochschulabschluss** (56%). Darüber hinaus wurden auch Personen mit kürzerer Teilnahme im formalen Bildungssystem erfasst, wie nachfolgende Grafik zeigt:



3. Bisherige Nutzung von (digitalen) Bildungsangeboten für Erwachsene

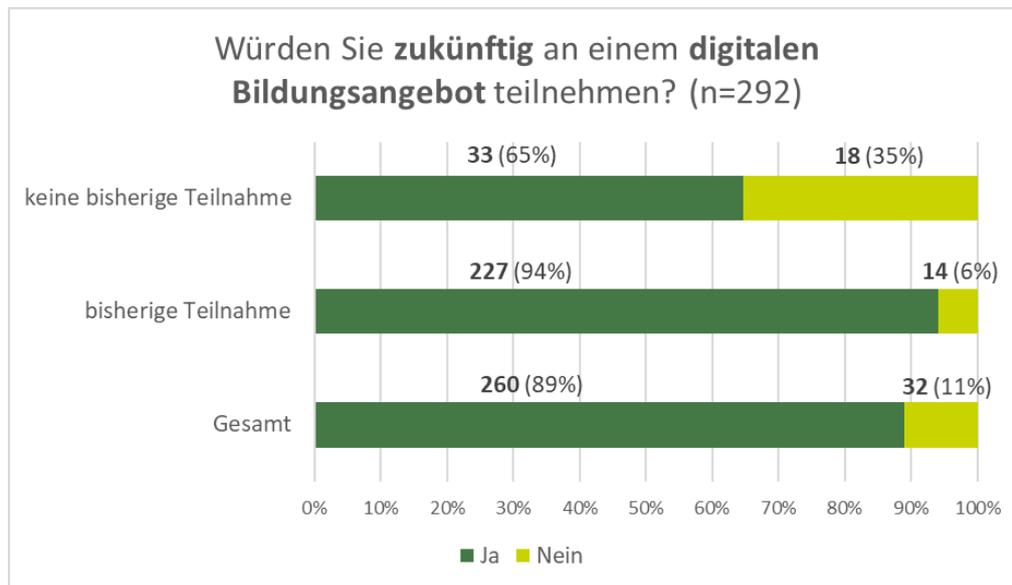
Zunächst wurden die TeilnehmerInnen befragt, ob sie generell schon einmal an einer Aus- oder Weiterbildung teilgenommen hätten. Es zeigte sich, dass die Gruppe der befragten Personen **nahezu vollständig über Erfahrungen in der Erwachsenenbildung** verfügt (98%). An **digitalen Bildungsangeboten** hatten bereits **82%** der Befragten teilgenommen, die meisten schon mehrfach (68%).



Die nachfolgenden Ergebnisse basieren daher überwiegend auf Angaben von Menschen, die bereits über Erfahrungswerte verfügen.

4. Motivation, digitale Angebote in Anspruch zu nehmen

Rund **9 von 10 Personen** würden grundsätzlich auch **digitale Bildungsangebote in Anspruch nehmen**. Auffallend dabei ist, dass die Zustimmung von Personen, die bereits Erfahrungen mit Online-Angeboten haben, mit 94% höher ist als jene von Personen, die noch keine Teilnahmeerfahrungen haben (65%). Grundsätzlich liegt die Bereitschaft jedoch in beiden Gruppen in einem hohen Bereich. Hinzuweisen ist jedoch, dass eine Teilnahmebereitschaft nicht zwingend mit einer gleichwertigen Zahlungsbereitschaft einhergeht, wie in 5. *Zahlungsbereitschaft* und 7. *Zielgruppen* noch näher analysiert wird.



4.1. Barrieren und Gründe gegen eine Teilnahme

11% der befragten Personen haben angegeben, dass sie zukünftig **keine digitalen Bildungsangebote** in Anspruch nehmen wollen. Jene Befragten lassen sich grob in zwei Kategorien teilen: Jene, denen digitale Bildungsangebote generell unsympathisch sind und es daher auch nicht ausprobieren möchten und jene, die schlechte Erfahrungen gemacht haben und keinen Mehrwert für sich erschließen konnten. Im Detail wurden folgende **Gründe für die Ablehnung** mehrfach angegeben:

Persönliche Komponente:

- fehlende persönliche Atmosphäre, fehlender persönlicher Kontakt
- fehlender bzw. mühsamer Austausch
- nicht-sichtbare Reaktionen (v.a. bei ausgeschalteter Kamera)
- Meidung von digitalen Kommunikationskanälen aufgrund der hohen Nutzung im beruflichen Kontext

Technische Komponente:

- Pannenanfälligkeit aufgrund der technischen Abhängigkeit: Verzögerungen, Verständigungsschwierigkeiten, schlechtes Internet, etc. (sowohl bei TrainerInnen als auch bei TeilnehmerInnen)
- Notwendige Infrastruktur fehlt – nicht bereit für Aufrüstung
- Unsicherheiten im Umgang mit den entsprechenden Tools

Didaktische Komponente:

- Teilnahme ist anstrengender
- schnellere Ablenkung
- weniger Mitarbeit der anderen TeilnehmerInnen
- geringerer Output (Mehrwert), schlechtere Lernzielerreichung
- fehlendes Feedback wurde auffallend oft in Zusammenhang mit Sprachkursen angegeben. Die Aussprache war jenen Personen zufolge nicht gut verständlich, wodurch auch die Selbst- bzw. Fremdkorrektur stark erschwert wurde.

Weitere, einzeln genannte Gründe waren:

- generelle Abneigung gegenüber Kommunikation mit Bildschirm
- Befürchtung von längerfristigen Auswirkungen durch zunehmende Reduktion der (persönlichen) Sozialkontakte
- Kompetenz der Vortragenden ist nicht im selben Ausmaß sichtbar bzw. spürbar
- Teilnahme ist langweilig, geringere Motivierung
- Bevorzugung von Lernunterlagen in Papierform
- Termine nicht passend (abends, Wochenende)
- hohe Sättigung des Marktes mit e-learnings, die teilweise günstiger und besser sind

„Es müssen so viele Faktoren stimmen, damit dies gelingen kann – ist jedoch selten der Fall“

„Für mich ist lernen und Bildung eine soziale Aktivität. Das Soziale das Bildung in einer Gruppe, Klasse, kurz vor Ort, ausmacht kann digital nicht entstehen. Diskussionen werden verunmöglicht oder durch Monologe ersetzt. Dialog und Diskussion ist fast nur zu zweit möglich“

Einzelne Personen, die sich gegen eine zukünftige Teilnahme aussprachen, gaben jedoch an, dass sie sich digitale Einheiten **in Kombination mit Präsenz** vorstellen könnten, z.B. für reinen Wissenstransfer oder als Ergänzung.

Trotz der grundsätzlichen Ablehnung von digitalen Bildungsangeboten wurde mehrfach betont, dass diese als Ersatz **in Zeiten von Covid-19-bedingten Einschränkungen ein guter Service der Einrichtungen** sind und als Übergangslösung dankbar angenommen werden.

Auch Personen, die grundsätzlich an digitalen Bildungsangeboten teilnehmen würden, haben im Rahmen von anderen Fragestellungen Barrieren angegeben, die sich weitgehend mit den bereits Beschriebenen decken (siehe 7. *Qualitätsmerkmale*).

4.2. Chancen und Gründe für eine Teilnahme

Folgende Chancen und positive Aspekte von digitalen Bildungsangeboten wurden bei der Abfrage von Qualitäten (siehe 7. *Qualitätsmerkmale*) mehrfach genannt:

- für Vorträge und andere frontale Settings, die u.a. durch unterstützende Funktionen verbessert werden können („*besser als Vortrag im Saal*“)
- Selbststudium: zeitliche Unabhängigkeit, freie Zeiteinteilung
- breites Spektrum an Möglichkeiten durch verschiedene Tools: nicht zwingend ein Vortrag, auch Interaktion und Kollaboration möglich
- örtliche Unabhängigkeit
- Zeitersparnis durch wegfallende Anreise, Parkplatzsuche etc. – dadurch höhere Flexibilität und Erleichterungen für berufsbegleitendes Weiterbilden
- Teilnahme bequem von zu Hause aus, „*abends nicht mehr aus dem Haus gehen zu müssen*“
- Neue Zielgruppen werden erreicht (konkretes Beispiel: mehr Väter bei Elternbildungsangeboten)

In einigen Punkten wurden dieselben Themen wie in Kapitel 4.1. angesprochen, jedoch als positive Ausprägung beschrieben:

- Austausch ist kompakter
- TeilnehmerInnen sind konzentrierter
- oft kleinere Gruppengrößen
- bessere Sichtbarkeit der TeilnehmerInnen

„digitales Beisammensein macht die MitschülerInnen viel persönlicher und interessanter, als wenn man so aufgereiht in einem Unterrichtsraum sitzt.“

Die befragten Personen sind sich weitgehend einig, dass es von der **Qualität der ReferentInnen und des Lernkonzepts** abhängt, ob digitale Bildungsangebote einen Mehrwert zu Präsenzangeboten darstellen können. Einige Personen beschreiben konkrete positive Erfahrungen mit digitalen Bildungsangeboten. Näheres dazu wird in siehe 7. *Qualitätsmerkmale* beschrieben.

5. Zahlungsbereitschaft für digitale Angebote

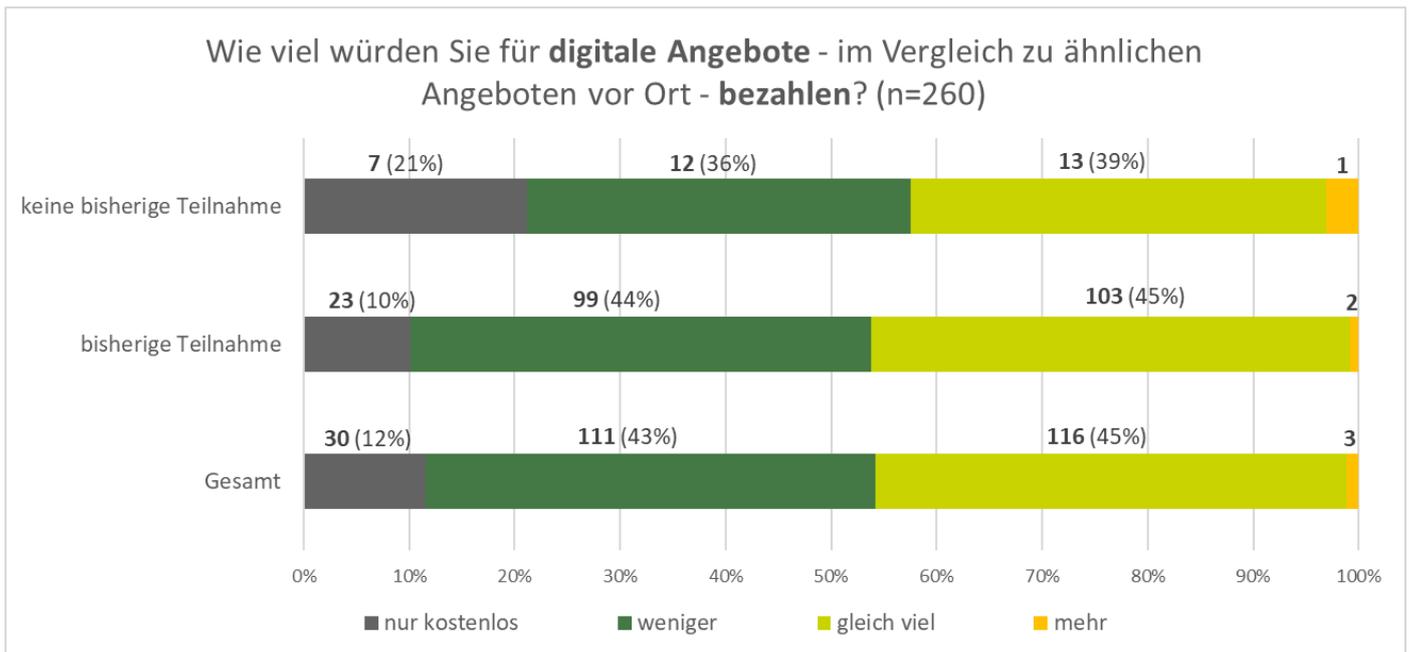
Jene Personen, die grundsätzlich an einem digitalen Bildungsangebot teilnehmen würden, wurden zudem befragt, wie hoch Ihre Zahlungsbereitschaft – im Vergleich zu einem gleichwertigen Präsenzangebot – wäre.

Rund 9 von 10 befragten Personen wären grundsätzlich bereit, für ein digitales Bildungsangebot zu bezahlen. **12%** würden **ausschließlich kostenlose Formate** in Anspruch nehmen.

Der Anteil jener Personen, die **gleich viel bezahlen** würden, liegt bei **45%**, annähernd gleich groß ist der Anteil jener, die sich eine **preisliche Reduktion** wünschen würden mit **43%**.

Nur 3 von 260 Personen wären grundsätzlich bereit, auch eine höhere Teilnahmegebühr zu entrichten. Hintergrund dieser Fragestellung war, dass für die Einrichtungen durch die Entwicklung und Umsetzung von digitalen Formaten **Mehrkosten** entstehen, die jedoch offenbar **nicht durch eine höhere Teilnahmegebühr** ausgeglichen werden können – dafür ist die Zahlungsbereitschaft zu gering.

Folgende Abbildung zeigt, dass die **Präferenz für kostenlose Angebote** bei Personen, die **noch nie an einem digitalen Bildungsangebot teilgenommen** haben, mit 21% deutlich erhöht ist. Daraus kann abgeleitet werden, dass 1 von 5 Personen ohne Teilnahmeerfahrungen ausschließlich durch ein kostenloses Einstiegsangebot angesprochen werden könnte.



6. Einfluss von soziodemografischen Merkmalen

Neben Daten zu bisheriger Teilnahmeerfahrungen sowie der zukünftigen Nutzungs- und Zahlungsmotivation wurden auch grundlegende soziodemografische Merkmale (Geschlecht, Alter, höchste abgeschlossene Ausbildung) erhoben. Diese wurden herangezogen, um **mögliche Unterschiede oder Besonderheiten** bestimmter Ausprägungen zu erkennen.

6.1. Bisherige Nutzung von (digitalen) Bildungsangeboten für Erwachsene

In Bezug auf das **Geschlecht** konnten keine Unterschiede im bisherigen Nutzungsverhalten festgestellt werden.

Nahezu alle Befragten haben bereits an einem oder mehreren Aus- und Weiterbildungen teilgenommen, unabhängig vom **Alter**. Bei digitalen Bildungsangeboten trifft dies auf 90% der unter 45-jährigen Befragten, jedoch nur auf 77% der über 45-Jährigen zu. Am geringsten ist dieser Wert in der Gruppe der befragten über 60-Jährigen mit 72%.

Mit Blick auf die **höchste abgeschlossene Ausbildung** zeigten sich die deutlichsten Unterschiede:

- Die Hälfte der befragten Personen mit Pflichtschulabschluss gab an, noch nie an einer Aus- oder Weiterbildung teilgenommen zu haben. Auch im Rahmen dieser Umfrage wurden in dieser Gruppe am wenigsten Personen erreicht.
- Es zeigte sich, dass der Anteil jener Personen, die bereits digitale Angebote genutzt haben, bei Akademie- und HochschulabsolventInnen bei 90%, bei AHS- und BHS-AbsolventInnen mit 85% knapp darunter liegt, jedoch bei Personen mit Lehr- oder BMS-Abschluss mit 54% deutlich geringer ist.

6.2. Motivation, digitale Angebote in Anspruch zu nehmen

Mit Blick auf die Ausprägung **Geschlecht** konnte eine geringe Abweichung beobachtet werden: Während 91% der Frauen grundsätzlich auch digitale Bildungsangebote in Anspruch nehmen würden, sind es nur 84% der befragten Männer.

In Bezug auf das **Alter** der Befragten finden sich in allen Gruppen höhere Zustimmungsraten. Diese sind jedoch bei den über 60-Jährigen mit 83% und bei den unter 30-Jährigen mit 87% ein wenig geringer als bei den anderen Gruppen mit 91 bzw. 92%. Die Annahme, wonach vor allem jüngere Zielgruppen digitale Formate präferieren, kann auf Basis des Stimmungsbilds nicht bestätigt werden.

Bei den höchsten abgeschlossenen Ausbildungen zeigen sich keine Auffälligkeiten, mit Ausnahme der Personen mit Pflichtschulabschluss, die nur zu rund einem Drittel bereit wären, an einem digitalen Bildungsangebot teilzunehmen. Hinzuweisen ist hier jedoch auch auf die deutlich geringere Anzahl der befragten Personen (siehe 2. TeilnehmerInnen).

6.3. Zahlungsbereitschaft für digitale Angebote

In Bezug auf das **Geschlecht** konnten keine Unterschiede bei der Zahlungsbereitschaft festgestellt werden.

Bildungsangebote mit höheren Teilnahmegebühren sind bei allen Befragten gleichsam unbeliebt, unabhängig vom **Alter**. Die Präferenz für kostenlose Angebote ist im mittleren Alter (45-59 Jahre) mit 17% überdurchschnittlich hoch. Der Anteil jener, die weniger bezahlen möchten, überwiegt bei den 30-44-Jährigen mit fast zwei Drittel. Die höchsten Werte für „gleich viel bezahlen“ finden sich bei den 18- bis 29-Jährigen mit 65% und den über 60-Jährigen mit 60%.

In Zusammenhang mit der **höchsten abgeschlossenen Ausbildung** zeigt sich, dass kostenlose Angebote mit 24% von Personen mit Lehr- oder BMS-Abschluss überdurchschnittlich präferiert werden, während die Bereitschaft von AkademikerInnen mit 50% am höchsten ist, gleich viel zu bezahlen.

7. Qualitätsmerkmale für (digitale) Erwachsenenbildung

Ein weiteres Thema der Umfrage war die Erhebung von Qualitätsthemen, die (potenziellen) TeilnehmerInnen wichtig sind. Dafür wurden einerseits Qualitätsmerkmale für Erwachsenenbildung generell und andererseits für digitale Bildungsformate erhoben. Die Erfassung erfolgte durch zwei getrennte Fragestellungen, bei denen eine freie Eingabe ohne weitere Vorgaben möglich war.

Die folgenden Auflistungen haben daher keinen Vollständigkeitsanspruch, sie zeigen aber auf, welche Themen den Befragten in erster Linie wichtig sind. Die **Kategorisierung der Meldungen** sowie die **Vereinheitlichung der Formulierungen** (Kategorien, Unterkategorien) erfolgte im Zuge der Datenauswertung durch das Bildungsnetzwerk Steiermark. Grundsätzlich zeichnet sich ein recht stimmiges Bild ab – die Erwartungen scheinen in den meisten Bereichen ähnlich zu sein:

7.1. Erwachsenenbildung (allgemein)

241 von 292 befragten Personen haben Angaben zu ihren persönlichen Qualitätskriterien gemacht. Die meisten Erwartungen (79%) wurden zu den Themen *Didaktik und Methodik* formuliert, gefolgt von Qualitätsthemen, die die *TrainerInnen* als Person betreffen (48%). Nur 17% der Äußerungen bezogen sich auf Kriterien, die in den direkten Wirkungskreis der *Organisation* fallen. 3% der Meldungen nahmen zu *externen Faktoren* Stellung, auf die die Organisation wenig Einfluss nehmen kann.

Anhand dieser Reihung zeigt sich, dass überwiegend **TrainerInnen und die von ihnen gewählten Lernkonzepte** zentral sind, damit KundInnen ein Angebot und weiterführend auch das Programm einer gesamten Organisation als qualitativ hochwertig erleben. In der folgenden Übersicht werden die Erwartungen aufgelistet und innerhalb der Themen auf Basis ihrer Häufigkeit gereiht. Weitere Erläuterungen und konkrete Beispiele werden in Klammer angeführt:

7.1.1. TrainerInnen

- hohe **Fachkompetenz** und -qualifikation, Praxiserfahrungen, ExpertInnenwissen (z.B. Native Speaker)
- hohe **didaktische und methodische Kompetenz**
 - professionelle Planung von Lernkonzepten, Nachvollziehbarkeit der Methodenwahl
 - Präsentation: Struktur, Rhetorik, Gestik
 - breite Methodenkenntnis
 - Moderation, Gruppenleitung
 - Affinität im Umgang mit neuen/digitalen Medien
- hohes Maß an **TeilnehmerInnen-Orientierung**
 - Rücksichtnahme auf unterschiedliche Bedürfnisse, Kenntnisstände, Lerntempo, Ressourcen, Chancen und Grenzen
 - Empathie und Verständnis (Hineinversetzen, Missverständnisse und ihre Ursachen erkennen)

- **Personale Kompetenzen:**

- klare, verständliche Sprache, Eloquenz
- Fähigkeit, eine Beziehung zu Lernenden aufzubauen: Menschlichkeit, Freundlichkeit, Empathie, wertschätzende Kommunikation, „kongruentes Verhalten“
- Begeisterungsfähigkeit, Engagement, Motivation, Leidenschaft
- Pünktlichkeit
- Organisationsfähigkeit
- Gleichstellungsorientierung

- **Rollenerwartungen:**

- fundierte Vorbereitung
- TrainerIn als Coach: Unterstützung, Begleitung, Kommunikation auf Augenhöhe
- für das Thema „brennen“: Freude an Tätigkeit, Interesse und Begeisterung wecken, Inspiration
- persönliche Note
- gute Erreichbarkeit

„Es muss ein deutlicher Mehrwert im Vergleich zum Selbststudium erkennbar sein – hier macht der Vortragende klar den Unterschied aus“

„Gut ausgebildete Trainer, welche gut motiviert mit viel Schwung und interessant vertragen“

„Trainer, die nicht nur von sich erzählen und das gleiche Programm seit 5 Jahren abspulen“

„ (...) die muss mich mit in den Bann ziehen und für das Thema 'brennen'“

7.1.2. Didaktik und Methodik

- Abwechslung zwischen **Input und Interaktion bzw. Austausch**
 - Austausch: moderiert, evtl. in Kleingruppen
- Auswahl der **Lerninhalte:**
 - Qualitativ hochwertige Inhalte: relevant und prägnant, fundiert, aktuell, abwechslungsreich
 - Fokus auf Praxisnähe und Anwendungsorientierung mit Beispielen und Problemlösungen; mit geringerer Häufigkeit auch Theorie gewünscht, aber immer mit Praxisbezug
 - Übungen, klare Aufgabenstellungen
 - Diskussion, Reflexion
 - Platz für individuelle Fragen, Orientierung an Lebenswelt der Teilnehmenden
- **Lernunterlagen:** sorgsam aufbereitet, schlüssig, nützlich, strukturiert, aktuell, Anregungen zum Weiterbeschäftigen (z.B. Literaturtipps)
- Erkennbare **Professionalität** bei Methodenwahl (Nachvollziehbarkeit, „auf Basis neurowissenschaftlicher Erkenntnisse“, gute Präsentation)

- **Lernergebnis- und Zielorientierung**
 - Struktur, Zeitmanagement
 - Überprüfung des Lernfortschritts durch den/die TrainerIn

- **Methodenvielfalt:**
 - moderne Methoden (z.B. Medieneinsatz, Spiele, ...)
 - unterschiedliche Lerntypen berücksichtigen
 - erwachsenengerechte Umsetzung
 - lebendige und kreative Auseinandersetzung
 - selbstorganisiertes Lernen miteinbeziehen (z.B. Themen als Arbeitsauftrag vorbereiten, damit sich in den Kurseinheiten ergiebige Gespräche ergeben)

Zum Themenbereich *Didaktik und Methodik* wurden nicht nur konkrete Anforderungen für die Umsetzung von Bildungsangeboten genannt, sondern auch Bedürfnisse formuliert, auf die durch eine entsprechende didaktische Planung eingegangen werden kann. Die **am häufigsten genannten Bedürfnisse** waren:

- Kontakt (Gespräche, Vernetzung, Interaktion)
- Anregung, Abwechslung
- Präsenz
- Lernen in angenehmer Atmosphäre
- Begleitung, persönliche Betreuung

Weitere Nennungen mit geringerer Häufigkeit waren:

- Gemeinschaft
- Feedback
- Pausen
- Partizipation („sich einbringen“)
- Verständnis
- Zielerreichung – persönliche Weiterentwicklung
- Niederschwelliger Einstieg (z.B. für ältere Personen)
- Spaß, Unterhaltung

„Einen Mehrwert, es soll sich für mich etwas bringen wenn ich die Zeit investiere an einem Angebot teilzunehmen. D.h. ich möchte etwas neues erfahren und dazulernen.“

„(...) dass ich inspiriert und in neue Denkbahnen geleitet werde. Es geht um die gute Vermittlung konkreter Lehrinhalte, aber auch um das "Zwischen den Zeilen" - dass man darüber nachdenken "muss", sich mit Vortragendem/Vortragender und TeilnehmerInnen austauschen kann.“

„z.B. wenn es mehr oder weniger ein Hobby Sprachkurs ist, wo die Teilnehmer neben Beruf und Privatleben wenig Zeit zur Vorbereitung haben, sollte der Inhalt und Fortschritt entsprechend angepasst werden. Hier stehen der Spaß und das Gruppenerlebnis des gemeinsamen Lernens im Vordergrund“

„Nicht reines Runterlesen von einer powerpoint. das kann ich selbst auch“

„Informationen und Achtsamkeit von Teilnehmern die sich nicht so schnell zurechtfinden“

7.1.3. Organisation

- **Bildungsmanagement**
 - aussagekräftige, der Realität entsprechende Angebotsinformationen inkl. Beschreibung der Lernziele
 - Zertifikat, Anschluss- bzw. Anrechnungsmöglichkeit
 - Auswahl der besten ReferentInnen
 - Auswahl interessanter Themen
 - Konzeption interessanter Angebote mit „ausgeklügeltem“ Lernkonzept
 - Qualitätssicherung
 - Kooperationen mit anerkannten Institutionen (öffentlich, privatwirtschaftlich), Referenzen (Einzelmeldung)

- **Kursbetreuung** [Anm.: wird in manchen Organisationen von TrainerIn durchgeführt, von anderen durch Person aus dem Organisationsteam]
 - Vor- und Nachbereitung, durchgehende Kommunikation
 - Vorabinformationen und Kurserinnerung
 - Vorbereitung der Lernumgebung: Arbeitsmaterial, Literatur, Broschüren etc.
 - Regeln und Netiquette für alle TeilnehmerInnen

- gut ausgestattete **Räumlichkeiten**
 - Notwendige Infrastruktur bzw. Rahmenbedingungen
 - Tisch statt Sesselkreis
 - Verpflegung

- schnelle und professionelle Abwicklung bei **Anmeldung und Zahlung**

„Vorteile fürs Berufsleben, Abschluss mittels Zertifikat“

„einfaches Anmeldesystem, Kurserinnerung, kompetent Referenten, Kursbetreuung“

„Guter Ausschreibungstext, Übereinstimmung zwischen angekündigten und tatsächlichen Inhalten.“

7.1.4. Externe Faktoren

Als einziger externer Faktor, welcher jedoch mehrfach genannt wurde, wurde eine **nette TeilnehmerInnen-Gruppe** erhoben. Konkret gewünschte Merkmale waren:

- größtmögliche Homogenität (Interessen, Kenntnisstand)
- Interesse an Austausch
- gegenseitige Wertschätzung und Respekt
- gute Gruppendynamik, Gemeinschaftsgefühl
- Gewinn und Pflege von Freundschaften (Einzelmeldung)

Wie unter 7.1.3. genannt wird von Seiten der Organisation von mehreren Personen erwartet, auf den zwischenmenschlichen Umgang innerhalb der TeilnehmerInnen-Gruppe zu achten und Netiquette-Regeln zu kommunizieren.

„wohlwollender respektvoller Umgang miteinander, gute Gruppendynamik“

„eine homogene interessierte Gruppe zu haben“

7.2. Erwachsenenbildung (digital)

Neben allgemeinen Qualitätskriterien wurden in einer eigenen Fragestellung auch spezielle Qualitätsmerkmale für digitale Erwachsenenbildung erhoben. 234 von 292 Befragte haben nähere Angaben zu dieser Frage gemacht (80%).

Auch hier wurden die meisten Erwartungen (72%) zu den Themen **Didaktik und Methodik** formuliert. Qualitätsthemen, die die *TrainerInnen* als Person betreffen, wurden deutlich weniger oft genannt (29%), nichts desto trotz wurden aber auch hier hohe Anforderungen formuliert, wie aus den Details hervor gehen.

Im Vergleich war der Anteil an Äußerungen zur **Organisation** mit 46% deutlich höher: Vor allem der Bereich Infrastruktur war mit 68 Nennungen deutlich präsenter als bei den allgemeinen Anforderungen mit 10 Nennungen. *Externe Faktoren* wurden zu einem gleich hohen Anteil genannt. Was dabei auffiel: Nicht gruppendynamische Aspekte der TeilnehmerInnengruppe, sondern ihre technische Ausstattung standen im Fokus.

Grundsätzlich teilten sich hier die Meinungen in zwei Gruppen:

- Die einen sind der Überzeugung, dass digitale Erwachsenenbildung nicht qualitativ hochwertig sein kann und formulieren zu einem großen Teil auch keine Qualitätskriterien, auch nicht im Sinne von Verbesserungsvorschlägen.
- Die anderen denken, dass digitale Erwachsenenbildung auch qualitativ hochwertig und einen Mehrwert darstellen kann. Diese Gruppe gibt in hoher Zahl an, dass grundsätzlich die gleichen Qualitätskriterien erwartet werden, wobei zusätzlich eine Anpassung an das digitale Format notwendig ist.

Eine nähere Auseinandersetzung mit den Haltungen der Befragten findet sich in *8. Zielgruppen*. In der folgenden Übersicht werden die konkreten Erwartungen an digitale Bildungsangebote aufgelistet und innerhalb der Themen auf Basis ihrer Häufigkeit gereiht. Es wurde mehrfach darauf hingewiesen, dass diese **als zusätzliche Qualitätsanforderungen zu verstehen** sind:

7.2.1. TrainerInnen

- hohe **Anwendungskompetenz** für das (gewählte) technische Tool
 - Nutzung von nützlichen Funktionen, z.B. Break-Out-Sessions bei Zoom für Gruppenarbeiten
 - allgemeine digitale Kompetenzen
- hohe **Fachkompetenz**
- hohe **didaktische und methodische Kompetenz**
 - professionelle Planung von Lernkonzepten
 - Präsentation: Struktur, Zeitmanagement
 - noch genaueres Erklären, Mitdokumentation von Inhalten
- hohes Maß an **TeilnehmerInnen-Orientierung** – auch bei digitalen Formaten
- **Personale Kompetenzen:**
 - Engagement, Motivation, Begeisterung
 - Präsenz: „muntere Vortragende“, Sichtbarkeit
 - klare, verständliche Sprache, gute Aussprache
 - Fähigkeit, eine Beziehung zu Lernenden aufzubauen: Geduld, Empathie, Freundlichkeit, Menschlichkeit, Herzensqualität
 - Pünktlichkeit
 - Authentizität
- **Rollenerwartungen:**
 - gute Vorbereitung – noch besser als bei Präsenzangeboten
 - TrainerIn als Coach: Begleitung zur Lernzielerreichung, Unterstützung
 - gute Erreichbarkeit, Kontaktmöglichkeit für Fragen
 - Eigeninitiative (positives Erfahrungsbeispiel: regelmäßige Verteilung von Lernmaterial über eine Whatsapp-Gruppe)

„nicht jeder Referierende ist für digitale Angebote geeignet (...) dem Referierenden muss dies bewusst sein, dass er/sie noch präsenter sein muss.“

„Die Qualität hängt sicher vom Einsatz des Lehrenden/ der Lehrerin ab, je begeisterter diese bemüht sind, desto lockerer und angeregter wird der Unterricht“

„ich erwarte, dass Lehrende Fertigkeiten besitzen, mit denen sie im digitalen Raum genauso effektiv unterrichten können, wie im physischen Raum“

„Hier steht die Rolle des "Coach" im Vordergrund. Einerseits durch Unterstützung mittels synchroner Kommunikation (Chat/Video) aber auch andererseits durch klar formulierte Aufträge, an denen ich im Selbststudium arbeite“

„Freundlichkeit, Fragen stellen können, für mein Alter auch Geduld“

7.2.2. Didaktik und Methodik

- **Professionelles didaktisches Konzept** für den digitalen Raum
 - kürzere Einheiten als bei Präsenz
 - Pausen
 - mehr Interaktion, weniger frontal, (Einzelmeldungen: nur für frontale Lernsettings geeignet)
 - falls Selbststudium Teil des Angebots: zeitliche Flexibilität beim Bearbeiten der Inhalte, Mix von Online- und Offline-Einheiten zum Austausch

- Abwechslung zwischen **Input und Interaktion bzw. Austausch**
 - Austausch und Diskussion als wesentlicher Bestandteil eines Angebots
 - Platz für individuelle Fragen, ggf. mit Chatbegleitung (Beantwortung in Intervallen oder am Ende)
 - Austausch mit Moderation, klare Verhaltensregeln (z.B. Stummschalten, alle Kameras aktiv, Vorgehen für Wortmeldungen, ...)
 - kollaboratives Arbeiten in Break-Out-Sessions
 - Vorstellungsrunden zum Kennenlernen der anderen TeilnehmerInnen, falls längeres Angebot

- **Lernunterlagen:** zum Mitlesen, Nachlesen und zur weiterführenden Beschäftigung (Übungen, Links, ...)
 - Aussendung vor Kursbeginn zum Ausdrucken

- **Methodenvielfalt:**
 - lebendige und kreative Auseinandersetzung
 - Einbeziehen und Aktivieren der TeilnehmerInnen mithilfe von digitalen Tools (genannte Beispiele: Mentimeter, Quizler, Padlet, sonstige Umfragetools ,...)
 - erwachsenengerechte Umsetzung
 - Einsatz von digitalen Medien

- **Professionelle Präsentation** der Inhalte
 - Präferenz für und Ablehnung von Power-Point-Präsentationen relativ ausgewogen
 - Struktur, (webtaugliche) Visualisierungen

- Auswahl der **Lerninhalte:**
 - sinnvolle, spannende Themenauswahl
 - prägnante und praxisbezogene Übungen zur Wiederholung und Festigung
 - klare Themenschwerpunkte setzen (Idee: Erhebung von Fragen und Themen im Vorfeld)
 - fundiertes ExpertInnenwissen: verständlich, einfach, kurz und knapp („weniger ist mehr“)
 - Aktualität
 - Praxisnähe, Erfahrungswissen
 - informell: Förderung von digitaler und technischer Kompetenz

- **Lernergebnis- und Zielorientierung:**
 - individuelles Feedback, Begleitung, Idee: Einzelcoaching (telefonisch oder digital) als Teil des Angebots, Potenzialentfaltung
 - Rücksichtnahme auf unterschiedliches Tempo
 - Verbindlichkeiten schaffen, z.B. durch Peer Groups

„Methodik und Didaktik muss passend sein und abwechslungsreich sein, es ist nichts lähmender als ein langweiliger Referierender (das gilt generell, aber online, da beame ich mich wirklich weg)“

„nur wichtige Botschaften, kein Schnick-Schnack“

„Dass trotz Technologie das richtige Leben nicht ausgeschaltet wird“

„Pausen zum Verdauen“

„Unterlagen und ev. Nachbesprechung über das vorgetragene Thema nach Ende der Einheit per e-mail zu erhalten.“

„Wenn ich dann ein Thema anklicke, soll über ein Video die Einführung stattfinden. Aber bei der Erarbeitung online-Phasen und Offline Phasen (nach herunterladen und bearbeiten) sich einander abwechseln.“

7.2.3. Organisation

▪ gute Infrastruktur

- Funktionalität und Stabilität, erprobte Tools
- leichte Anwendbarkeit der gewählten Tools
- vielfältige Funktionen (z.B. durch Premiumlizenzen): Interaktion möglich, Inhalte teilen bzw. in Echtzeit erstellen und dokumentieren, unbegrenzte Dauer, Barrierefreiheit – Vorteile der digitalen Tools nutzen
- professionelle technische Ausstattung der ReferentInnen: Ton (Headset), Bild (Kamera), gute Internetverbindung, gute Lichtverhältnisse
- Datenschutzkonformität

Genannte Tools mit guten Erfahrungswerten:

- Zoom (6)
- Microsoft Teams (3)
- Moodle (1)

▪ Kursbetreuung:

- Erstellen und Teilen einer Aufnahme des Bildungsangebots: z.B. zum Nachschauen bei Abwesenheit oder Wiederholen
- konkrete Kontaktperson für technische Fragen und Unterstützungsbedarfe, z.B. beim Einstieg
- Vorabinformationen: Grundinformationen zum Einstieg, verständliche Anleitung (z.B. Einführungsvideo), ggf. Testmöglichkeit, Kursunterlagen, Kurserinnerung für elektronischen Kalender mit Zugangscode
- Unterstützung des/der TrainerIn bei der Durchführung: Vorbereitung von Tools, Chatbetreuung, Moderation
- Feedback einholen
- Begrüßung und Begleitung durch den/die VeranstalterIn

▪ Bildungsmanagement:

- Festlegung einer geeigneten HöchstteilnehmerInnenanzahl, kleinere Gruppen für interaktive, digitale Formate
- Qualitätssicherung



▪ **Anmeldung und Zahlung:**

- preisliche Reduktion bei digitalen Ersatzangeboten (siehe auch 5 *Zahlungsbereitschaft*)
- schnelle und gute Organisation, guter Service
- Online-Anmeldung und -Bezahlung
- Übersicht über digitale Bildungsangebote
- konkrete Ansprechperson

„die Möglichkeit, die Kurse nicht nur Live zu besuchen - sondern als Video auch im Nachhinein anzuschauen.“

„Möglichkeit vorab zu testen ob die Technik speziell für diesen Kurs funktioniert; Kontaktperson vorab um (technische) Fragen zu klären“

„Ich halte es für wichtig, dass nicht zu viele TeilnehmerInnen im Kurs sind“

„Ein gutes Preis-Leistungsverhältnis und gute Sprachqualität“

„Wenn mir der digitale Einstieg zur WB gut und stressfrei gelingt.“

7.2.4. Externe Faktoren

Als externer Faktor wurde die technische Ausstattung der (anderen) Teilnehmenden genannt. Bisherigen Erfahrungen zufolge ist hier vor allem eine gute Internetverbindung zentral, die mehrfach genannt wurde. Schlechte Verbindungen führten in der Praxis zu Verzögerungen und störten das Lerngeschehen (siehe auch 4.1. *Barrieren und Gründe gegen eine Teilnahme*).

„technische Probleme bei mehreren Teilnehmern oft unvermeidlich, Qualität der Internetverbindung...“

8. Zielgruppen für digitale Erwachsenenbildung

Obwohl die bisherigen Analysen zu Qualitätsansprüchen ein relativ rundes Bild zeichnen, waren die einzelnen Äußerungen breit gestreut, vor allem was bisherige Erfahrungen und die zukünftige Bereitschaft betrifft: Teilweise wurden individuelle Erwartungen erfüllt, teilweise nicht. In vielen Fällen wurden Verbesserungsbedarfe geäußert, einige möchten digitale Formate per se nicht ausprobieren. Es zeigten sich chancenorientierte sowie ablehnende Erfahrungswerte, hohe und niedrige Teilnahme- und Zahlungsbereitschaften. Aus diesem Grund blicken wir in der nachfolgenden Analyse näher auf die befragten Personen und ihre unterschiedlichen Erwartungshaltungen hin.

Die Antworten der befragten Personen wurden neben den einzelnen Fragestellungen auch in ihrer Gesamtheit betrachtet und darauf aufbauend Zielgruppen definiert. Diese unterscheiden sich in ihrer **Werthaltung** gegenüber digitalen Angeboten, ihren **Bedürfnissen** und **Erwartungen** und ihrer **Teilnahme- und Zahlungsbereitschaft** wie folgt:

Präferenz (17 Personen, 6%)

Die Zielgruppe gibt Vorteile gegenüber herkömmlichen Präsenzangeboten an. Die genannten Mehrwerte beziehen sich größtenteils auf örtliche und zeitliche Flexibilität sowie eine leichtere Integrierbarkeit in den (beruflichen) Alltag und die Möglichkeit, Versäumtes nachzuholen bzw. zu wiederholen.

Die Zielgruppe erwartet, dass dieser zentrale Mehrwert erfüllt wird. Aufgrund der gewünschten Flexibilität werden nicht nur klassischen Bildungsangebote, sondern teilweise auch flexible Bildungsformate mit hohem Selbstorganisationsanteil gewünscht.

Die Zielgruppe ist bereit, gleich viel wie für vergleichbare Präsenzangebote zu bezahlen, in Einzelfällen auch mehr. In jedem Fall sind grundlegende Qualitätsansprüche zu erfüllen (siehe 7. *Qualitätsmerkmale*).

„Dass die digitalen Bildungsangebote ortsungebunden sind. Keine weite Anreise. Zeitlich dadurch auch flexibler sind.“

Gleichwertigkeit (86 Personen, 29%)

Die Zielgruppe gibt an, dass digitale Bildungsangebote gleichwertig zu Präsenzangeboten sein können. Nicht das Format selbst, sondern andere Gründe führen zu einer Teilnahme, z.B. ein spannendes Thema, eine fallweise bessere terminliche Vereinbarkeit oder wenn keine Präsenzangebote stattfinden (aktuell wegen Covid-19). Die Auswirkungen des Wegfalles der Covid-19-Einschränkungen sind auf Basis dieses Stimmungsbildes nicht ableitbar – aufgrund der anderen angegebenen Gründe kann jedoch davon ausgegangen werden, dass sich auch zukünftig Personen für ein digitales Bildungsangebot entscheiden werden, wenn dieses als gleichwertig erlebt wird.

Die Zielgruppe erwartet, dieselbe Qualität und ähnliche Formate wie bei Präsenzangeboten zu erhalten (siehe 7.1. *Qualitätsmerkmale*) und ist bereit, gleich viel wie für vergleichbare Präsenzangebote zu bezahlen.

„auch im digitalen Bereich können die Angebote die gleiche Qualität haben, wenn sie auch da didaktisch und methodisch an das online-Format angepasst sind.“

Akzeptanz (126 Personen, 43%)

Die Zielgruppe ist überzeugt, dass digitale Bildungsangebote nicht gleichwertig gegenüber Präsenzangeboten sein können. Gleichwertigen Angeboten in Präsenz würde der Vorzug gegeben werden. Die Zielgruppe ist jedoch bereit, als Notlösung an Onlineformaten teilzunehmen oder wenn diese preislich günstiger bzw. kostenlos sind bzw. als Kompensation für einzelne Einheiten.

Die Zielgruppe erwartet, ähnliche Formate wie bei Präsenzangeboten unter Erfüllung von Mindestqualitätskriterien zu erleben.

„Digitale Kurse sind sehr positiv in Zeiten von Corona, damit man trotz Einschränkungen das Leben "irgendwie" weiterführt, damit man geistig nicht ganz stehenbleibt oder sich rückwärts entwickelt, aber niemals ein adäquater Ersatz für Präsenzkurse.“

Ablehnung (31 Personen, 11%)

Die Zielgruppe lehnt digitale Bildungsangebote ab und würde auch als Übergangslösung zukünftig nicht ein Angebot teilnehmen. Rund die Hälfte davon hat in der Vergangenheit bereits Erfahrungen mit Onlineformaten gemacht, die andere Hälfte nicht. Diese möchten digitale Formate aber auch nicht ausprobieren und formulieren mit Ausnahme von Einzelfällen keine Erwartungen.

„Der Austausch untereinander geht komplett verloren. Technische Unterbrechungen sind oftmals vorhanden unter einzelnen Teilnehmern, man sollte sich nicht zu sehr auf online versteifen!!!!!!“

Keine Erfahrungen (32 Personen, 11%)

Die Zielgruppe hat bislang noch keine Erfahrungen mit digitalen Bildungsangeboten gemacht, wäre aber grundsätzlich für ein Ausprobieren bzw. für eine zukünftige Teilnahme offen.

Die Zielgruppe erwartet, dass zentrale Qualitätsansprüche eingehalten werden, wobei vor allem ein problemloser Ablauf zentral ist.

Die Zahlungsbereitschaft ist bei den befragten Personen sehr unterschiedlich.

„Hab keine Erwartungen. Hab Digital zu wenig Erfahrung. Auch das kann man lernen“

9. Fazit

Die **Teilnahmebereitschaft** an digitalen Bildungsangeboten ist unter den befragten Personen **sehr hoch**. Aufgrund der derzeitigen Gesundheitskrise gab es zweifelsohne eine enorme Beschleunigung bei der Entwicklung digitaler Formate, aber auch die Motivation zum Ausprobieren wurde dadurch auf TeilnehmerInnenseite gefördert. Aus der hohen Zustimmung kann für Erwachsenenbildungseinrichtungen der Auftrag abgeleitet werden, in der aktuellen Situation auch weiterhin digitale (Ersatz-) Formate anzubieten. Diese werden vom Großteil der Befragten dankbar angenommen.

Es zeigte sich, dass (potenzielle) TeilnehmerInnen **hohe Anforderungen an die Bildungsorganisationen** formulieren. Während TrainerInnen und ihre Methodik allgemein im Fokus von Erwartungshaltungen stehen, werden bei digitalen Angeboten auch an die Organisationen erhöhte Anforderungen gestellt. In den Ergebnissen wurde sichtbar, dass die Bereitschaft, für digitale Angebote mehr zu bezahlen, nicht gegeben ist – auch wenn diese in der Praxis mit Mehrkosten für die anbietenden Einrichtungen verbunden sind.

Um die weitere Entwicklungsarbeit zu unterstützen, wurden Zielgruppen auf Basis der Teilnahme- und Zahlungsmotivation und ihrer Bedürfnisse herausgearbeitet. Was die Präferenz für oder gegen digitale Angebote angeht, wurden **keine Auffälligkeiten bei den soziodemografischen Merkmalen** beobachtet. Die Annahme, wonach junge Personen eher zu digitalen Bildungsangeboten tendieren als Ältere, konnte nicht bestätigt werden. Leichte Abweichungen zeigten sich bei den bisherigen Teilnahmeerfahrungen: Hier konnten bei Jüngeren und Höhergebildeteren höhere Anteile erfasst werden.

Weiters zeigte sich, dass die grob definierten Zielgruppen **auch innerhalb der digitalen Bildung unterschiedliche Erwartungshaltungen** hegen: Die einen schätzen einen hohen Selbstorganisationsanteil aufgrund der zeitlichen Flexibilität, die anderen präferieren das synchrone Lernen in Gemeinschaft. Für das Bildungsmanagement bedeutet dies, unterschiedliche Erwartungen bei der Formatentwicklung zu berücksichtigen, zu differenzieren und das geplante Setting auch klar und eindeutig an die Lernenden zu kommunizieren.

In den qualitativen Auswertungen zeigte sich, dass nur ein kleiner Anteil der Personen mit grundsätzlicher Teilnahmebereitschaft digitale Angebote vorziehen würde. Rund die Hälfte der Befragten würden Präsenzangebote vorziehen. Darüber hinaus gibt es jedoch auch eine Gruppe an Personen, die grundsätzlich von der Gleichwertigkeit überzeugt ist, wenn die Qualität stimmt. Mit jener Zielgruppe können sich in Zukunft **neue Chancen** ergeben, z.B. durch die Ortsunabhängigkeit oder die einfachere Integration in den Alltag, auch in Richtung Hybridveranstaltungen und Blended Learning Angeboten.

Die Mehrheit der befragten Personen äußerte das **Bedürfnis nach Austausch, Kontakt und zwischenmenschlicher Interaktion**. Viele davon benötigen die physische, persönliche Komponente, um einen Mehrwert für sich zu erleben. Das zeigt einerseits, dass digitale Formate die Vor-Ort-Bildung nicht ersetzen können. Andererseits zeigt es auch die Notwendigkeit auf, Austauschmöglichkeiten bei digitalen Bildungsangeboten zu schaffen, denn nicht zuletzt hat die aktuelle Situation auch dazu geführt, dass der Wunsch nach sozialem Austausch größer ist denn je.