

Kurzauswertung der Umfrage „Digitalisierung und BNE“

Abstract

In der Umfrage wurden von Juli bis September 2021 freiberufliche Referent*innen sowie in Umweltbildungszentren oder in Bildungseinrichtungen tätige Menschen bezüglich des Einsatzes von digitalen und sozialen Medien in der Umweltbildung und Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) befragt. Sowohl ihre eigene Meinung als auch ihre Kenntnisse, Hürden und Bedürfnisse standen im Fokus der Befragung. Die Umfrage ergab, dass digitale und soziale Medien überwiegend als Chance betrachtet werden, neue Zielgruppen – insbesondere Jugendliche – zu erreichen und sie als gewinnbringende Erweiterung des bisherigen analogen Bildungsangebots einzusetzen. Die Kenntnisse der Befragten liegen größtenteils im mittleren bis geringen Bereich und vor allem bei freiberuflichen Referent*innen mangelt es an ausreichenden Voraussetzungen durch Software-Ausstattung. Allgemein ist die Motivation vorhanden, sich durch Fortbildungen gezielt methodisch-fachliches Wissen anzueignen, jedoch stellen finanzielle und zeitliche Ressourcen die größten Hürden im Einsatz digitaler und sozialer Medien dar. Es besteht außerdem die Sorge, dass sich durch vermehrten Einsatz digitaler Medien der Kontakt zur Natur verringert und die soziale Interaktion darunter leidet. Doch aufgrund der Pandemie hat sich bei der Mehrheit der Befragten der Einsatz digitaler Medien im Arbeitskontext intensiviert. Derzeit werden sie überwiegend zu Organisations- und Koordinationszwecken während der eigenen (Team-)Arbeit sowie zur Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit verwendet.

Einleitung

In der außerschulischen Umweltbildung und Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) gewinnt das Thema der Digitalisierung immer mehr an Bedeutung – und das nicht erst seit Beginn der Corona-Pandemie. Dabei tauchen auch bei der ANU immer häufiger Fragen rund um diesen Themenbereich auf. Zentrale Frage ist dabei, wie die digitale Lebenswelt in unserer Arbeit in Umweltbildung und Bildung für nachhaltige Entwicklung ihren Platz finden kann. Ein besonderer Schwerpunkt im Projekt DINOA liegt auf der Schnittstelle zwischen analoger und digitaler BNE sowie sozialen Medien.

Dazu wurde zwischen Juli und September 2021 eine Online-Umfrage unter den 1200 Mitgliedern der ANU durchgeführt, um einen Einblick in die Situation und Positionen von Akteur*innen außerschulischer Umweltbildung und Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) zu erhalten. Unter den 154 Teilnehmenden nahmen 31 % als freiberufliche Referent*innen und 69% als Tätige in Umweltbildungszentren oder sonstigen Bildungseinrichtungen teil.

Primäre Zielgruppe der Befragten scheint die Primarstufe der Schulen zu sein, bei (Umwelt-)Bildungszentren wurde sie zu 80% und bei freiberuflichen Referent*innen zu 66% angegeben. Weitere Zielgruppen stellen Erwachsene in ihrer Freizeit (52%) bei den Referent*innen sowie Schüler*innen der Sekundarstufe 1 (64%) in (Umwelt-)Bildungszentren dar. Außerdem richtet sich die Arbeit an Kinder und Jugendliche in ihrer Freizeit (61% und 45%) und bei (Umwelt-)Bildungszentren gleichauf an Kindergärten (61%).

Ausgangssituation/Stand der Dinge

Bei den Teilnehmenden sind nach eigener Angabe Kenntnisse zu digitalen Medien vorhanden, allerdings bewerten 75% der freiberufliche Referent*innen und 76% der Mitarbeiter*innen in Umweltbildungszentren diese als mittlere bis wenige Kenntnisse. Soziale Medien schneiden dabei etwas schlechter ab. Diesbezüglich schätzen 68% der freiberuflichen Referent*innen ihre Kenntnisse als mittel bis wenig ein und 9% verfügt über keinerlei Kenntnisse. In den Umweltbildungszentren bewegen sich 75% der Mitarbeitenden im Bereich der mittleren bis wenigen Kenntnisse, 22% verfügen immerhin über gute Kenntnisse. Die Software-Ausstattung ist etwas bis stark eingeschränkt, was besonders freiberufliche Referent*innen betrifft (74%).

Medien werden aktuell überwiegend für die Öffentlichkeitsarbeit, Vernetzung und das mobile Arbeiten genutzt, primär genannt werden dabei die eigene Website, Video-Konferenz-Tools und Chatprogramme, Clouddienste sowie Organisationsmedien. Über die sozialen Medien Facebook, Instagram und YouTube wird hauptsächlich Öffentlichkeitsarbeit betrieben. Eine Ergänzung bestehender analoger Umweltbildungsangebote erfolgt bereits nach eigenen Angaben am ehesten durch Naturbestimmungsapps, (Lern-)Videos und Online-Bildungsangeboten, aber auch Online-Schnitzeljagden mit den Apps Actionbound und Biparcours, Abstimmungstools wie Mentimeter oder Instagram als soziales Medium werden als gute Erweiterungsmöglichkeiten angesehen.

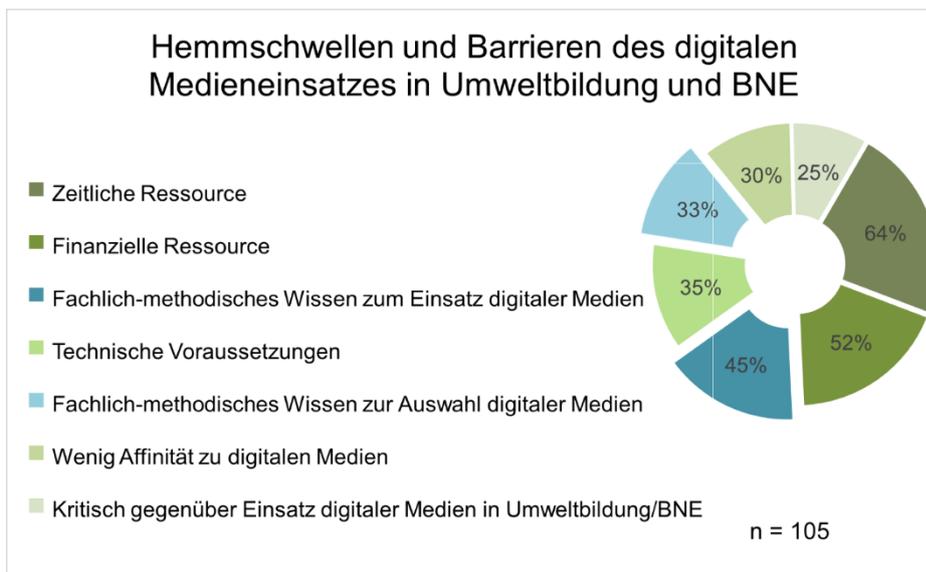


Bedeutung digitaler Medien für BNE und Umweltbildung

Die Vorzüge digitaler Medien sehen die Befragten in einer Ergänzung und Abwechslung des bestehenden analogen Bildungsangebots, sodass dieses attraktiver wird und neue Lernräume entstehen. Dadurch sollen besonders Jugendliche als Zielgruppe angesprochen werden. Des Weiteren werden Menschen mit Behinderung aufgrund geringerer Barrieren durch das Nutzen digitaler Medien als potenzielle Zielgruppe genannt. Auch wird eine Chance in der größeren Reichweite digitaler und sozialer Medien gesehen – darüber können bisher unerreichte Zielgruppen erschlossen werden und ortsunabhängig teilhaben. Einfachere Vernetzung wird ebenfalls als Chance digitaler Medien betrachtet, da z.B. Kosten und Zeit für eine Anreise wegfallen.

Das größte Risiko bei einem zunehmenden Einsatz digitaler Medien in der Umweltbildung und BNE sehen die Teilnehmer*innen in der möglichen Entfremdung sowohl auf zwischenmenschlicher Ebene als auch gravierender im Kontakt zur Natur. Dadurch gehe das eigene Erleben sowie das eigene Handeln verloren. Außerdem führe die Benutzung von Medien zu mehr Ablenkung während den Aktivitäten. Fehlende Medienkompetenz in Hinsicht auf die Grenze, was analog und was digital stattfindet, stelle ebenfalls ein Risiko der Mediennutzung in der Umweltbildung dar.

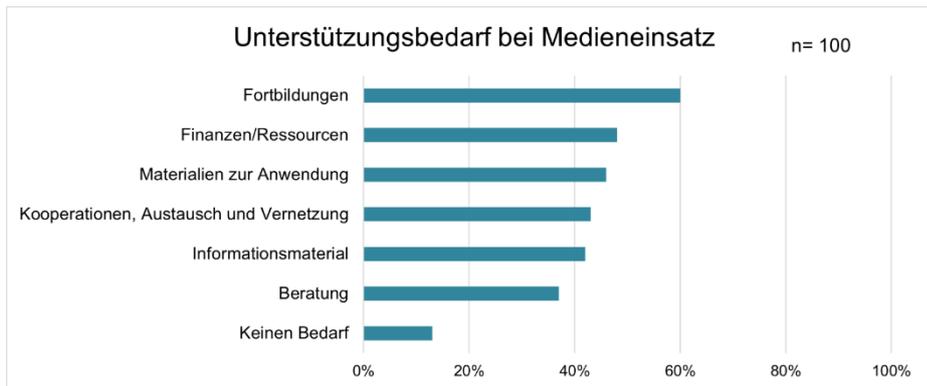
Dennoch liegen die Barrieren und Hemmschwellen des digitalen Medieneinsatzes weniger in der eigenen kritischen Einstellung demgegenüber, sondern allen voran an der fehlenden zeitlichen (64%) und finanziellen Ressource (52%). Des Weiteren mangelt es an Anwendungskompetenzen, also fachlich-methodisches Wissen, wie digitale Medien eingesetzt werden können (45%) und welche Medien geeignet sind (33%). Die technischen Voraussetzungen stellen immerhin für 35% Prozent der Befragten eine Barriere beim Einsatz von digitalen Medien dar.



Bedarfe

Von den Hemmschwellen und Barrieren bei der Nutzung digitaler Medien wird in die Bedarfe der Befragten übergeleitet. Denn obwohl zeitliche und finanzielle Ressourcen als größte Barriere genannt wurden, scheint der Bedarf an Fortbildungen (60%) zum Einsatz digitaler und sozialer Medien größer zu sein. Unterstützungsbedarf an Finanzen und Ressourcen besteht dennoch bei 48% der Befragten und Materialien zur Anwendung, die Methodenkoffer, Leitfäden und Best-Practice-Sammlungen beinhalten, benötigen 46%.

Bei der Frage, ob der bestehende Bedarf bereits durch Unterstützungsmöglichkeiten anderer Organisationen oder Netzwerke abgedeckt wird, stellte sich heraus, dass Materialien zur Anwendung (63%) und Informationsmaterial (55%) am häufigsten angegeben wurden. Möglichkeiten zur Kooperation und Vernetzung werden bei 76% der Befragten mindestens teilweise an anderer Stelle gedeckt. Ebenso ist der Unterstützungsbedarf an Fortbildungen bei 64% wenigstens teilweise bereits bedient, jedoch geben 30% der Befragten an, dass bei ihnen der Bedarf an Fortbildungen bisher nicht gedeckt wird.



In einer weiterführenden Frage sollten die Teilnehmer*innen auswählen, welche digitalen Medien sie sich als Fortbildungsinhalte wünschen würden. Da Mehrfachnennungen möglich waren, wurden Virtual/Mixed Reality-Formate von 60% mindestens teilweise gewünscht sowie Foto- und Videobearbeitungsprogramme (58%) und eigene Videoproduktion (55%) ebenfalls mindestens teilweise. Getrennt abgefragt wurde der Bedarf an Fortbildungen mit verschiedenen sozialen Medien als Inhalt. Dabei wird ersichtlich, dass im Vergleich zu den zuvor genannten digitalen Medien weniger Bedarf besteht. Instagram und YouTube wurden noch am häufigsten mit mindestens teilweiser Zustimmung angegeben: Instagram von 35% und YouTube von 31%.

Zusammenfassung

Aktuell werden digitale und soziale Medien in der Arbeit der Befragten hauptsächlich zur Öffentlichkeitsarbeit und zur Organisation und Vereinfachung der eigenen sowie der Arbeit im Team genutzt. Dennoch werden digitale und soziale Medien überwiegend als gute Ergänzung zu bestehenden Bildungsangeboten angesehen und ermöglichen das Erschließen neuer Zielgruppen. Als Barrieren und Hemmschwellen der Nutzung digitaler Medien werden hauptsächlich zeitliche und finanzielle Ressourcen genannt.

Die Kenntnisse der Befragten sind bei digitalen Medien etwas ausgeprägter vorhanden als bei sozialen Medien – für Instagram und Youtube nennen ca. ein Drittel aller Befragten einen Fortbildungsbedarf. Insgesamt ist das Interesse an Fortbildungen rund um den Themenbereich Digitalisierung und BNE hoch, ebenso an Materialien und Informationen rund um die Anwendung digitaler Medien. Hier können Fort- und Weiterbildungsangebote in Zukunft ansetzen.