



Monitor Digitale Bildung Materialsammlung

Stichprobe und Methodik

Monitor Digitale Bildung Materialsammlung

Stichprobe und Methodik

Weiterbildung

Eine Studie im Auftrag der Bertelsmann Stiftung.

Durchgeführt von:
mmb Institut – Gesellschaft für Medien- und Kompetenzforschung mbH

Kontakt

Dr. Julia Behrens
Project Manager
Bertelsmann Stiftung
Telefon 05241 81-81544
Fax 05241 81-681544
julia.behrens@bertelsmann-stiftung.de/digi-monitor
www.bertelsmann-stiftung.de

Titelbild: Arne Weychardt

Inhalt

1. Was ist der „Monitor Digitale Bildung“?	2
2. Stichprobe und Methodik.....	3
2.1 Stichprobenziehung.....	3
2.2 Methodisches Design und Durchführung der Befragung.....	4
2.3 Bildung von Indices	7
2.4 Codierbuch für die CATI-Befragung	9
3. Weitere verfügbare Materialien und Ressourcen	14

1. Was ist der „Monitor Digitale Bildung“?

Die digitale Welt verändert das Lernen wie kaum eine gesellschaftliche Entwicklung zuvor. Lernen findet zunehmend virtuell statt, ob als MOOC, Webinar, Erklärvideo oder durch Learning Apps. Doch wie gut sind die Bildungsinstitutionen in Deutschland darauf vorbereitet? Welche Verbreitung haben digitale Lerntechnologien und wie werden sie eingesetzt? Trägt die Digitalisierung zu mehr Chancengerechtigkeit bei oder vergrößert sie sogar soziale Unterschiede in der Teilhabe?

Der „Monitor Digitale Bildung“ der Bertelsmann Stiftung schafft erstmals eine umfassende und repräsentative empirische Datenbasis zum Stand des digitalisierten Lernens in den verschiedenen Bildungssektoren in Deutschland – Schule, Ausbildung, Hochschule und Weiterbildung.

Der Monitor lenkt die oft technik- und gefahrendominierte Debatte auf die Kernfragen:

- Welche Impulse können digitale Technologien zur Verbesserung des Lernens und für neue didaktische Konzepte in Schule, Ausbildung, Studium und Weiterbildung geben?
- Wie kann digitales Lernen benachteiligte Lerner fördern und den Zugang zu den einzelnen Bildungssektoren insgesamt erhöhen?
- Wie können Lehrkräfte sinnvoll auf den Einsatz – und ggf. die Erstellung – digitaler Bildungsmedien vorbereitet und dabei unterstützt werden?

Fünf Berichte mit den Befragungsergebnissen zu den Sektoren Berufsausbildung, Hochschule, allgemeinbildende Schule und Weiterbildung werden im Verlauf der Jahre 2016 und 2018 veröffentlicht.

Eine separate Materialsammlung, die über die Webseite der Bertelsmann Stiftung zugänglich ist, ergänzt die Berichte zu den einzelnen Bildungssektoren jeweils um:

- die konkreten Forschungsfragen des „Monitor Digitale Bildung“
- eine ausführliche Beschreibung des gesamten Forschungsdesigns
- die verwendeten Erhebungsinstrumente
- die demographischen Merkmale der jeweils Befragten

Im Mittelpunkt dieses Teils der Materialsammlung stehen die Stichprobenziehung und die Methodik für den Bereich „Weiterbildung“.

2. Stichprobe und Methodik

Angelegt ist die Studie „Monitor Digitale Bildung“ als 360-Grad-Befragung, d.h. es wurden alle an der Weiterbildung Beteiligten – von den Lernenden über die Lehrenden sowie den Entscheidungsträgern und Führungskräfte bis hin zu (über-)regionalen Entscheidern und Multiplikatoren in Verbänden und der Politik – befragt.

2.1 Stichprobenziehung

Für den Bildungssektor Weiterbildung wurde eine Zufallsstichprobe von zunächst 50 Kreisen und kreisfreien Städten in Deutschland gezogen. Das Vorgehen beim Ziehen dieser Zufallsstichprobe ist identisch mit der Stichprobenziehung der Ausbildungs- und Schulbefragung für den Monitor Digitale Bildung.

Es wurden folgende Merkmale kontrolliert:

- Repräsentative Verteilung von Gebieten mit hoher und niedriger Bevölkerungsdichte (wie im Bundesgebiet)
- Repräsentative Verteilung von Gebieten mit hohem und niedrigem Pro-Kopf-Einkommen (wie im Bundesgebiet).
- Konnte in einem Gebiet die Anzahl der Rückläufe nicht sichergestellt werden (z.B. durch eine zu geringe Zahl an Interviews mit einer Zielgruppe), wurde ein Kreis bzw. eine Stadt mit gleichen Merkmalen („Identical Twins“) als Ersatz nachgezogen.

Alle Weiterbildungseinrichtungen, die in der Zufallsauswahl und der Ersatzstichprobe gezogenen Landkreise und kreisfreien Städte ansässig sind, wurden kontaktiert (Vollerhebung). Direkt angesprochen wurden per Mail 505 Institutionen (wie Volkshochschulen, Akademien, Bildungszentren der IHK und HWK, weitere kirchliche, gemeinnützige und privatwirtschaftlich geführte Weiterbildungseinrichtungen) sowie 218 freie Trainerinnen und Trainer.

Insgesamt erklärten sich nach telefonischer Nachfrage und erneutem Mailanschreiben des mmb Instituts 87 Weiterbildungsinstitutionen in 54 Landkreisen und kreisfreien Städten zur Teilnahme bereit.

Aus den persönlichen Kontakten ließen sich die wichtigsten Gründe für eine Absage ermitteln:

- keine Zeit, zu beschäftigt: 34%
- kein Interesse: 10%
- keine digitalen Medien vorhanden: 8%.

Zudem wurden überregionale Weiterbildungsinstitutionen angeschrieben, um insbesondere auch bundesweit agierende Institutionen der Weiterbildungslandschaft zu befragen. Weiterhin wurden Multiplikatoren (wie Verbände) angesprochen, die Online-Befragungen zu teilen, um die Rücklaufquoten der Lehrenden zu erhöhen.

Die Befragung der Lernenden basierte auch auf Vorgabe der repräsentativen Zufallsstichprobe, wurde allerdings als Telefoninterview durchgeführt (siehe Kapitel 2.2.3).

2.2 Methodisches Design und Durchführung der Befragung

Die folgende Grafik zeigt eine schematische Übersicht über das Methodendesign des Projekts „Monitor Digitale Bildung“ für den Bildungssektor Weiterbildung.

Zielgruppe	Methode	Fallzahl	Zeitraum
Kursteilnehmende (2 Gruppen) Lehrende/Trainer	Fokusgruppen vor Ort	3 á 6-15 Teilnehmende	20.09.2016 - 07.11.2016
Bevölkerung	Telefon-Befragung (CATI)	1003	03.11.2016 - 12.12.2016
Lehrende, Trainer	Online-Befragung	260	15.12.2016 - 18.05.2017
Einrichtungsleitende	Online-Befragung	224	16.12.2016 - 26.04.2017
Regionale Entscheider und Expert/innen (z.B. Corporate Learning, VHS-Leitung für Region)	Telefonische Leitfadeninterviews	10	17.01.2017 – 08.05.2017
Überregionale Entscheider und Experten (z.B. in Verbänden)	Telefonische Leitfadeninterviews	20	17.01.2017 – 08.05.2017

2.2.1 Fokusgruppen

Für die Gruppe der „Endnutzer“ (Lernende, Teilnehmer) und der „Vermittelnden Nutzer“ (Lehrende, Trainer, Kursleiter) wurden zu Beginn der quantitativen Untersuchung explorative Gruppendiskussionen mit ausgewählten Vertreterinnen und Vertretern durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Diskussionen fließen nicht in die Auswertung ein, sie dienen allein zur Optimierung des Fragebogens. Hierfür wurden bis zu 15 Diskussionspartner je Fokusgruppe eingeladen. Es wurde Wert daraufgelegt, dass sich die Gruppen heterogen zusammensetzten. Merkmale waren u.a. bei den Lernenden Bildungsstand, Beruf, Migrationshintergrund, Alter und Geschlecht. Die Lehrenden unterschieden sich nach Themengebiet, nach Geschlecht, Alter und Berufserfahrung sowie der Haltung gegenüber digitalen Medien.

Ein/e Moderator/in stellte anhand eines Diskussionsleitfadens, der sich an den Forschungsfragen (Materialsammlung: Definitionen) orientierte, Fragen in die Runde. Die Diskussionsergebnisse wurden protokolliert und qualitativ ausgewertet. Folgende Fokusgruppen wurden für den Sektor „Weiterbildung“ durchgeführt:

- Teilnehmerinnen an einer 24-monatigen beruflichen Aufstiegsfortbildung mit einem anerkannten IHK-Abschluss
- Teilnehmerinnen und Teilnehmer von verschiedenen Kursen (wie beispielsweise Deutsch als Fremdsprache, Schreib- und Sprachkurse sowie Kurse zur beruflichen Weiterbildung) an einer Volkshochschule einer großen Kreisstadt
- Trainerinnen und Trainer (vor allem zu technischen Themen) eines großen Weiterbildungsanbieters mit bundesweiten Angeboten.

Mithilfe der qualitativ-explorativen Methode konnten relevante Themen und Probleme der jeweiligen Zielgruppe erhoben werden. Die Ergebnisse wurden nicht veröffentlicht, sondern ergänzten die quantitative Befragung.

2.2.2 Online-Befragung in Weiterbildungsinstitutionen

Die quantitative Befragung wurde auf Grundlage des Fragenprogramms sowie der qualitativen Fokusgruppen-Ergebnisse erstellt. Weitere Aspekte wurden auf Anregung des wissenschaftlichen Projektbeirats hinzugefügt. Die insgesamt drei Fragebögen für die Lernenden, Lehrenden sowie die Leitung von Weiterbildungsinstitutionen wurden in mehreren Durchläufen mit dem Auftraggeber und den Vertretern des Beirats abgestimmt.

Die Weiterbildungsanbieter hatten die Möglichkeit, online an der Befragung teilzunehmen. Die jeweiligen Ansprechpartner (zumeist die Leitung bzw. Geschäftsführung) erhielten per E-Mail die Links zu den Fragebögen sowie die Anschreiben und wurden gebeten, diese an die festangestellten Mitarbeiter/innen und an die Kursleiter bzw. Trainer weiterzugeben.

Des Weiteren wurden Verbände und Multiplikatoren angesprochen, insbesondere den Link zur Online-Befragung für die Lehrenden zu teilen. Diese Rückläufe wurden in separaten Kollektoren gespeichert, um gegebenenfalls eine getrennte Auswertung vornehmen zu können.

2.2.3 Telefonische Bevölkerungsbefragung

Eine computerunterstützte Telefonbefragung (CATI-Interview) ermöglichte die repräsentative Befragung der Bevölkerung zum Thema Lernen mit digitalen Medien. Hierzu wurde das Markt- und Sozialforschungsinstitut GESS beauftragt. Befragt wurden Personen, die ihren Wohnsitz in den 50 repräsentativ ausgewählten Landkreisen und kreisfreien Städten haben (siehe Kapitel 2.1), über 18 Jahre alt sind und sich zum Zeitpunkt der Befragung nicht in einer Erstausbildung (Studium, Berufsausbildung) befinden. Die Grundgesamtheit bildete somit die erwerbsfähige Wohnbevölkerung Deutschlands ab 18 Jahren mit ausreichenden Deutschkenntnissen, um dem deutschsprachigen CATI-Interview zu folgen.

Basis der Befragung bildete ein Fragebogen, der auf die Anforderungen einer telefonischen Befragung angepasst wurde. Zudem enthielt der Fragebogen offene Fragen zu zwei Lernsituationen, die beschrieben werden sollten. Diese wurden anschließend vom mmb Institut nach verschiedenen Antwortdimensionen codiert (z.B. Thema, Anbieter, genutztes Endgerät, Programm, siehe Codierbuch Kapitel 2.4).

Gerade hierfür wurden die Interviewer/innen durch das mmb Institut geschult, um Begriffe wie „Lernen“, „informelles Lernen“ und „formales Lernen“ bei der offenen Nennung der Lernsituation besser einordnen zu können. Zudem wurde in einer Interviewerhandreichung auf Filterfragen hingewiesen und darum gebeten, die offen beschriebene Lernsituation möglichst wortwörtlich zu notieren.

Die Daten wurden nachträglich gewichtet, um die Stichprobe an die zugrundeliegende Grundgesamtheit der deutschen Bevölkerung anzupassen. Im Sample traten überproportional viele über 65-Jährige auf, weil aufgrund der Beschränkung auf bestimmte Gebiete eine Berücksichtigung von Mobilfunknummern nicht möglich war. Außerdem waren Auszubildende und Studierende von dieser Befragung ausgeschlossen. Deshalb wurden 18- bis 64-Jährige mit dem Faktor 1.22 gewichtet, während die über 64-Jährigen mit dem Faktor 0.64 niedriger gewichtet wurden.

2.2.4 Befragung von regionalen und überregionalen Entscheidern

Weiterhin wurden Interviews mit 10 regionalen und 20 überregionalen Entscheidern bzw. Experten aus der beruflichen, allgemeinen und gemeinnützigen Weiterbildung durchgeführt. So wurden beispielsweise Leitungspersonen von Volkshochschulverbänden, Trainerverbänden sowie Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer von kirchlichen und betrieblichen Einrichtungen auf Landes- bzw. Bundesebene befragt. Die Fragen des Leitfadens für die Experteninterviews wurden abgeleitet vom Fragenprogramm, welches die übergreifenden Forschungsfragen des Projekts systematisch erfasst.

Die Interviews dauerten zwischen 20 und 55 Minuten (im Durchschnitt 35 Minuten) und wurden von dem jeweiligen Interviewer protokolliert. Anschließend erfolgte mithilfe einer Datenmatrix die qualitative Interviewauswertung. Die so erhobenen Daten liefern ergänzende Erkenntnisse zu den vorliegenden quantitativen Ergebnissen. Die Interviewzitate dienen in der Weiterbildungsbroschüre zur Erläuterung der Befunde.

2.3 Bildung von Indices

2.3.1 Strategieindex

Um die strategische Bewertung der Leitungspersonen mit unterschiedlichen Einstellungen zum Lehren und Lernen mit digitalen Medien vergleichbar zu machen, wurde ein Summenindex aus den Antwortmöglichkeiten „trifft voll und ganz zu“ und „trifft eher zu“ gebildet (vgl. Publikation „Monitor Digitale Bildung – Weiterbildung im digitalen Zeitalter“). Bei negativen Antwortmöglichkeiten wurde die Polarität der Werte gedreht.

Die dazugehörige Frage im Fragebogen für Leitungspersonen, die für die Bildung des Index genutzt wurde, lautete:

Wenn Sie an Ihre Institution denken: Wie sieht Ihre gegenwärtige Einschätzung der Strategie zur Digitalisierung der Lehre aus?

Die vorliegenden Werte der 9 Items (Fallzahl zwischen 222 bis 224) wurden zu einem Index zusammengefasst. Der Wert 0 bedeutet keine strategische Umsetzung, der Wert 9 steht für eine hohe strategische Umsetzung. Der Mittelwert des Indexes liegt bei 4,28 (Std.abw. 2,29).

Grundlage hierfür waren die folgenden 9 Items:

- Es gibt keinen systematischen Einsatz digitaler Lernmedien.
- Wir beteiligen uns im Rahmen von Modellversuchen an der Umsetzung des digitalen Lernens.
- Wir sind mittlerweile gut ausgestattet mit technischen Geräten und Programmen.
- Wir bieten Beratungs- und Unterstützungsangebote für die digitale Lehre an.
- Die Leitung geht dazu über, vermehrt in Hard- & Software zu investieren.
- Unsere Kunden fragen gezielt nach digitalen Lernformaten.
- Finanzielle Möglichkeiten zur Investition in digitale Medien sind kaum vorhanden.
- Andere Anbieter sind hinsichtlich digitaler Medien besser aufgestellt als wir.
- Digitale Medien sind in meiner Institution auch in Zukunft nicht relevant.

Die Beantwortung war möglich mit der folgenden Skala:

- trifft voll und ganz zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft überhaupt nicht zu
- kann ich nicht beurteilen

Für weitere Berechnungen wurden drei Gruppen wie folgt gebildet:

Geringe strategische Umsetzung:	0 bis 2 Werte	n=57	26%
Mittlere strategische Umsetzung:	3 bis 5 Werte	n=98	44%
Hohe strategische Umsetzung:	6 bis 9 Werte	n=69	31%

Mithilfe dieser Gruppierung wurden Kreuztabellen z.B. zur Bewertung des Lernens mit digitalen Medien und mit Angaben zur Person und zur Institution analysiert.

2.3.2 Nutzungsindex

Um die Nutzung von digitalen Lernmedien für Lehrende in der Weiterbildung mit unterschiedlichen Einstellungen zum Lehren und Lernen mit digitalen Medien vergleichbar zu machen, wurde ebenfalls ein Summenindex gebildet (vgl. Publikation „Monitor Digitale Bildung – Weiterbildung im digitalen Zeitalter“).

Die dazugehörige Frage im Fragebogen für Lehrkräfte, die für die Bildung des Index genutzt wurde, lautete:

Welche der folgenden Technologien und Anwendungen nutzen Sie? Mehrfachnennungen sind möglich.

Die vorliegenden Werte der 17 Items wurden zu einem Index zusammengefasst, indem die Antworten „nutze ich während einer Weiterbildungsveranstaltung“ addiert wurden. Der Mittelwert des Indexes liegt bei 4,28 (Std.abw. 3,11). Die Fallzahl variiert zwischen 234 und 252 Befragten.

Grundlage hierfür waren 17 Items:

- Chat-Dienste, z.B. WhatsApp, Snapchat
- Digitale Präsentationstools, z.B. PowerPoint
- Elektronische Texte (z.B. eBooks, PDF-Dokumente)
- Digitale Lernspiele, Simulationen
- Elektronische Tests oder Übungen
- Foren, Communities, Blogs
- Lern-Apps
- Lernmanagementsystem, z.B. Moodle
- MOOCs
- WBT, Webbasiertes Lernen
- DVDs, CDs
- Soziale Netzwerke, z.B. Facebook, Twitter, Instagram
- Cloud-Dienste, z.B. Google Drive, Dropbox
- Video-Angebote, z.B. YouTube, Mediathek
- Wikipedia oder andere Wikis
- Webseiten mit fachlichen Inhalten, z.B. digitale Fachzeitschriften
- Webinar

Die Beantwortung war möglich mit der folgenden Skala:

- nutze ich während einer Weiterbildungsveranstaltung
- nutze ich zur Vor- und Nachbereitung
- nutze ich zur Kommunikation (mit Teilnehmenden o. Kollegen) (nur in der langen Version)
- nutze ich nicht
- kenne ich nicht (nur in der langen Version)

Für weitere Berechnungen wurden drei Gruppen wie folgt gebildet:

Geringe Nutzungsvielfalt:	0 bis 2 Lernformen	n=90	35%
Mittlere Nutzungsvielfalt:	3 bis 5 Lernformen	n=86	33%
Hohe Nutzungsvielfalt:	6 bis 15 Lernformen	n=84	32%

Mithilfe dieser Gruppierung wurden Kreuztabellen z.B. zur Bewertung des Lernens mit digitalen Medien und zur Einschätzung von Herausforderungen erstellt.

2.4 Codierbuch für die CATI-Befragung

2.4.1 Lernthema

Codierung der Variablen „Lernsituation mit digitalen Medien und Geräten“
f6a_1opn und f6b_1opn

in „Name des Angebots (Thema/Inhalt)“
f6a_1_in und f6b_1_in

Code	Bezeichnung
01	Fremdsprachen
02	EDV
03	(Fachbezogene) Berufliche Qualifizierung
04	Nachholen von Schulabschlüssen
05	Formale Schlüsselqualifikationen
06	Grundbildung und Alphabetisierung
07	Soziale Kompetenzen
08	Politische und soziale Bildung
09	Religiöse Bildung
10	Personale Bildung
11	Gesundheit
12	Kultur und Kreativität
13	Natur und Umwelt
14	Naturwissenschaft und Technik
15	Andere Themen
88	nicht zu ermitteln, nicht angegeben

2.4.2 Anbieter

Codierung der Variablen „ggf. bei welchem Anbieter?“

f6a_2opn und f6b_2opn

in „Anbieter“

f6a_2_an und f6b_2_an

Code	Bezeichnung Anbieter	Beispiel
10	privat-kommerziell	
11	Verlage	Haufe, C.H. Beck
12	Bildungsanbieter / Schwerpunkt Präsenzbetrieb	Berlitz
13	Internetbasierter Bildungsanbieter / Schwerpunkt Internet	Duolingo
14	Herstellerangebote /Firmenwebsites	
15	Internetbasiertes Unternehmen	Google, YouTube
16	Softwareanbieter	
20	privat-gemeinnützig	
21	Verbände, Vereine	
22	Kammern	IHK, HWK
23	NGOs, Medienzentren, nachgelagerte staatl./komm. Institutionen	BPB
30	betrieblich/Wirtschaftsnah	
31	Arbeitgeber, Inhouse-Training	
32	Kollegen	Training-on-the-job
40	Berufs-/ Fach-/Hochschule	
41	Berufsschule	
42	Fachschule	
43	Hochschule	OnCampus
50	Volkshochschule	
60	Einrichtung einer Kirche, Partei, Gewerkschaft	
61	Kirche	
62	Partei	
63	Gewerkschaft	
80	andere	
88	nicht zu ermitteln	

zusätzliche Codierung „Internetbasierte Unternehmen“ in

f6a_2_go und f6b_2_go

Code	Bezeichnung
01	Google
02	Wikipedia
03	YouTube
04	Foren
05	Sonstiges
09	Weiß nicht, k.A.

2.4.3 Dauer der Lernsituation

Codierung der Variablen „ggf. Dauer des Angebots?“

f6a_3opn und f6b_3opn

in „Dauer“

f6a_3_da und f6b_3_da

Code	Bezeichnung Dauer
01	unter 5 Minuten
02	5 bis 10 Minuten
03	11 bis 30 Minuten
04	31 bis 60 Minuten
05	weniger als ein Tag
06	1 Tag
07	Mehrere Tage
08	Mehrere Wochen
09	Mehrere Monate
10	Mehrere Jahre
80	andere Angaben, unterschiedlich

Ort

Codierung der Variablen „An welchem Ort?“

f6a_4opn und f6b_4opn

in „Ort“

f6a_4_or und f6b_4_or

Code	Bezeichnung
01	zu Hause
02	am Arbeitsplatz
03	Bildungseinrichtung
04	unterwegs
06	anderer Ort

2.4.4 Gerät

Codierung der Variablen „Welche/s Gerät/e haben Sie verwendet?“

f6a_5opn und f6b_5opn

in „Gerät“

f6a_5_ge und f6b_5_ge

Code	Bezeichnung
01	Smartphone
02	Tablet
03	Kindle / E-Book-Reader
04	Notebook, Laptop
05	Stationärer Computer
06	Fernseher mit Internetverbindung
07	Sonstiges

2.4.5 Programm

Codierung der Variablen „Welche Anwendungen bzw. Programme haben Sie genutzt?“

f6a_6opn und f6b_6opn

in „Programme, Anwendungen“

f6a_6_pr und f6b_6_pr

Code	Bezeichnung	Beispiele
01	Wikis	Wikipedia
02	Suchmaschinen	Google
03	Videoportale	YouTube
04	Soziale Netzwerke	
05	DVDs, CDs	
06	Intranet, Firmenportale	
07	elektronische Texte	PDF
08	Foren	
09	Webseiten von Institutionen	
10	Office-Programme	PowerPoint, Excel, Word
11	Sonstige Programme	

2.4.6 Lernanlass

Codierung der Variablen „Aus welchen Gründen haben Sie gelernt?“

f6a_7opn und f6b_7opn

in „Gründe“

f6a_7_gr und f6b_7_gr

Code	Bezeichnung Gründe
01	berufliche Weiterbildung
02	Lernen aus Interesse, für die Freizeit
03	beides, nicht zu trennen

3. Weitere verfügbare Materialien und Ressourcen

Auf der Homepage der Bertelsmann Stiftung finden Sie neben diesem Dokument weiterführende Materialien zum „Monitor Digitale Bildung - Weiterbildung“:

- Broschüre „Monitor Digitale Bildung – Weiterbildung im digitalen Zeitalter“
- Kurzzusammenfassung „Monitor Digitale Bildung – Weiterbildung im digitalen Zeitalter“
- Interviewleitfäden zum Themenbereich Weiterbildung
- Online-Fragebögen zum Themenbereich Weiterbildung
- Projektblog: www.digitalisierung-bildung.de

Zusätzlich stehen die für das Projekt erhobenen Daten ab dem Februar 2018 in anonymisierter Form über [GESIS](#) für weitere Auswertungen und Forschungsarbeiten zur Verfügung.

Adresse | Kontakt

Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh
Telefon +49 5241 81-0

Dr. Julia Behrens
Project Manager
Telefon +49 5241 81-81544
Fax +49 5241 81-681544
julia.behrens@bertelsmann-stiftung.de

www.bertelsmann-stiftung.de