

# Social media training needs of volunteers at Plan International

## Appendix G - Descriptives

- The original dataset included N = 127 participants. For the descriptives, the data was filtered by submitdate only, which results in N = 88. But as the single questions were not obligatory and some question groups had logic conditions set, N varies inbetween the single items of the questionnaire.
- Response rate: The estimated number of volunteers is 983. Thus the general response rate is 0.13. Regarding the datasets included in this analysis, filtered by submitdate, this represents a rate of 0.9, or less for the single items.
- The answers to the open questions have been filtered for overlapping content, misunderstanding and irrelevant information.
- The Likert-Scale for approval, as well as the scales for intensities and frequencies consist of 5 points, with 5 being the highest.
- For better understanding, the original questions and answer-sets have been included in parts in this report, if helpful. The question and answer codes reported match the names in the attached Jamovi file.
- When answer categories are left out because of lacking counts (counts = 0), this is indicated.

### Table of Contents

Sociodemographics.....	2
Engagement for Plan International.....	3
Personal use of social media.....	4
Use of Facebook for Plan International.....	6
Evaluation of the „Facebook-Leitfaden“.....	12
Social media training.....	13
„Aktionsgruppen-Blog“.....	16

## Sociodemographics

<i>Age – Alter in Jahren</i>	<i>Mean</i>	<i>St. dev.</i>	<i>Min.</i>	<i>Max.</i>
	57	14.9	20	85

<i>Gender - Geschlecht</i>	<i>Counts</i>	<i>% of Total</i>
Female	68	77.3 %
Male	20	22.7 %

(Counts = 0: divers)

<i>Degree – Höchster Abschluss</i>	<i>Counts</i>	<i>% of Total</i>
Realschule	11	12.5 %
Fachabitur	5	5.7 %
Abitur	11	12.5 %
Berufsausbildung	9	10.2 %
Bachelor	4	4.5 %
Master	2	2.3 %
Magister/Diplom/Staatsexamen	42	47.7 %
Doktor	4	4.5 %

(Counts = 0: kein Abschluss, Hauptschule)

<i>Townsize - Größe Wohnort</i>	<i>Counts</i>	<i>% of Total</i>
bis 9.999	15	17.0 %
10.000 - 19.999	9	10.2 %
20.000 - 99.999	13	14.8 %
100.000 - 499.999	21	23.9 %
500.000 oder mehr	30	34.1 %

<i>Occupation – Derzeitige Beschäftigung</i>	<i>Counts</i>	<i>% of Total</i>
Student*in	5	5.7 %
Angestellte*r	37	42.0 %

Beamte*r	5	5.7 %
Selbstständige*r	3	3.4 %
Hausmann/-frau	3	3.4 %
Rentner*in / Pensionär*in	31	35.2 %
Arbeitssuchend	2	2.3 %
Sonstiges	2	2.3 %

## Engagement for Plan International

43 „Aktionsgruppen“ participated in the study ( $N= 82$ ,  $Missing= 6$ ). There have been 93 different AGs included in the study, thus on the level of action groups, this results in a response rate of 0.46.

<b>Time duration</b> - Seit wann AG-Mitglied?	<i>Counts</i>	<i>% of Total</i>
Weniger als ein Jahr	11	12.5 %
1 – 4 Jahre	17	19.3 %
5 – 10 Jahre	26	29.5 %
Mehr als 10 Jahre	34	38.6 %

<b>Roles</b> - Welche Aufgaben? [ <i>Mehrfachnennungen</i> ]	<i>Counts</i>	<i>% of Total</i>
Infostand - Betreuung des Info-Standes und Spendensammlung	71	80.7 %
Event planning - Planung von Aktionen und Veranstaltungen	65	73.9 %
Event execution - Umsetzung von Aktionen und Veranstaltungen	72	81.8 %
Public relations - Öffentlichkeitsarbeit	31	35.2 %
Web admin - Web-Administration	20	22.7 %
Products - Herstellung von Speisen und Produkten für die Spendensammlung	31	35.2 %
Gen admin - Allgemeine organisatorische Aufgaben	49	55.7 %

### **Roles [other]:**

- Finanzen der Aktionsgruppe
- Lagerung Plan-Material
- Ideen liefern
- Preise sammeln für Glücksrad
- Versuch planeigene Bücher in Medien bekannt zumachen und anzubieten

- Vertreter von Sachsen in der MV von Plan

<b>Time investment</b> - Wie viel Zeit pro Woche?	<i>Counts</i>	<i>% of Total</i>
weniger als 1 Stunde	27	31.0 %
1 - 2 Stunden	38	43.7 %
3 – 4 Stunden	11	12.6 %
5 - 10 Stunden	7	8.0 %
mehr als 10 Stunden	4	4.6 %

## Personal use of social media

<b>Fb account</b>	<i>Counts</i>	<i>% of Total</i>
Nein	51	58.0 %
Ja	37	42.0 %

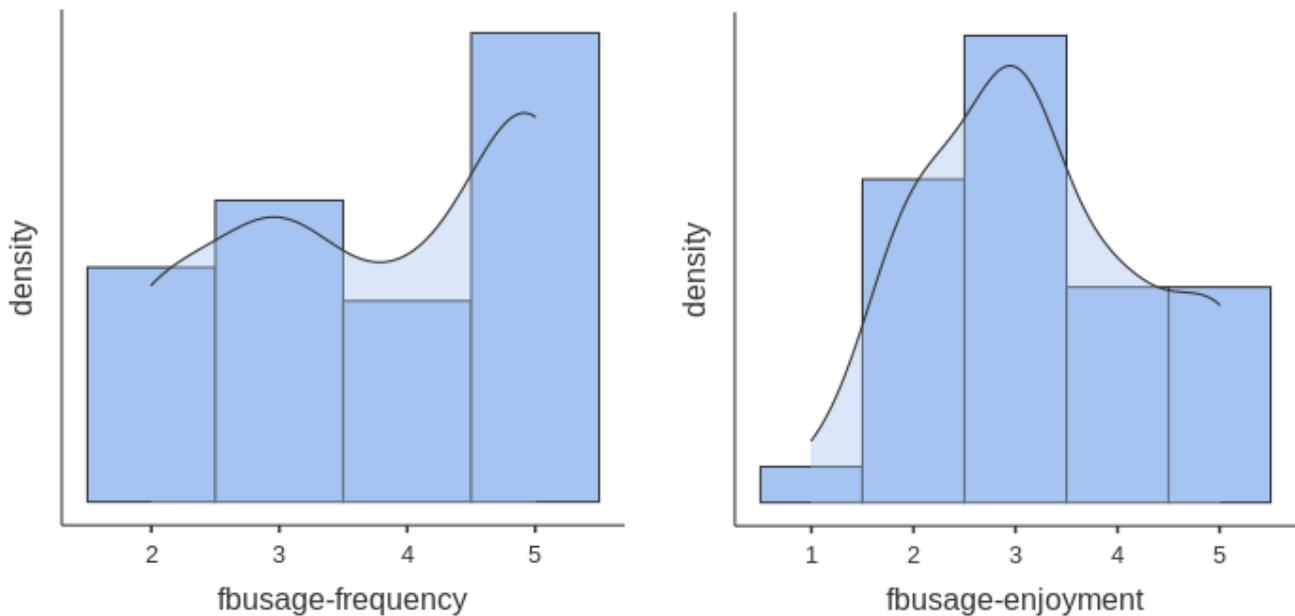
<b>Other sites</b>	<i>Counts</i>	<i>% of Total</i>
twitter	7	8.0 %
instagram	16	18.2 %
youtube	37	42.0 %
wordpress	8	9.1 %
none	36	40.9 %

### **Other sites [other]:**

- Messengers: WhatsApp (*Counts* = 8), Telegram (*Counts* = 2), Signal
- Offener Kanal Kassel
- Pinterest
- LinkedIn

<b>Fb usage</b> - ( <i>Approval</i> )	<i>Mean</i>	<i>Std. Dev.</i>
Frequency - Ich nutze Facebook regelmäßig.	3.75	1.18
Enjoyment - Ich nutze Facebook gerne.	3.20	1.11

(*N*= 35-36, *Missing*= 52-53)



<b>Fb activities</b> - Beteiligung auf Facebook, welche Aktivitäten mit welcher Häufigkeit? ( <i>Intensity: nie - immer</i> )	<i>Mean</i>	<i>Std. Dev.</i>
News - News-Feed und weitere Inhalte lesen	3.31	1.23
Like - „Liken“/ „Gefällt mir“ o. ä. Reaktion drücken	3.03	1.04
Share - Teilen von Posts	2.49	0.932
Comment - Kommentieren von Posts	2.44	0.909
Create - Erstellen eigener Posts	2.25	1.08

(*N*= 35, *Missing*= 53)

<b>No account reason</b> - Warum kein Facebook-Konto? [ <i>Mehrfachnennungen</i> ]	<i>Counts</i>	<i>% of Total</i>
Conviction - Ich möchte aus Überzeugung kein Facebook-Konto.	37	72.5 %
Privacy - Ich habe Bedenken bezüglich des Datenschutzes.	18	35.3 %
Usefulness - Ich habe bisher keinen Nutzen für mich darin gesehen.	19	37.3 %
Time - Ich möchte nicht so viel Zeit dafür aufbringen.	12	23.5 %
How to use - Ich bin mir unsicher wie Facebook funktioniert.	3	5.9 %

**No account reason [other]:**

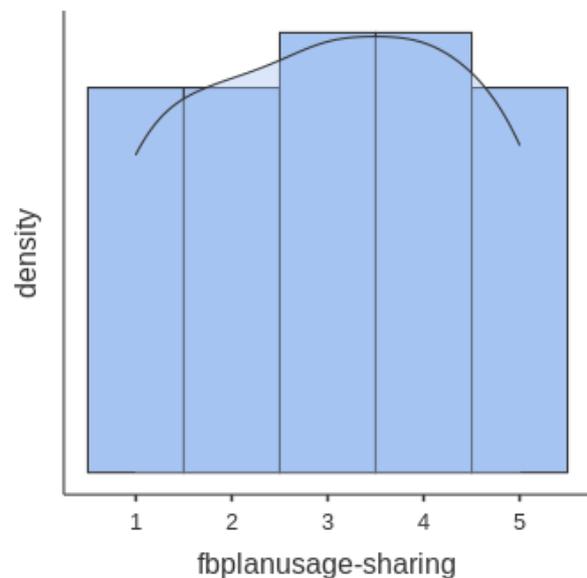
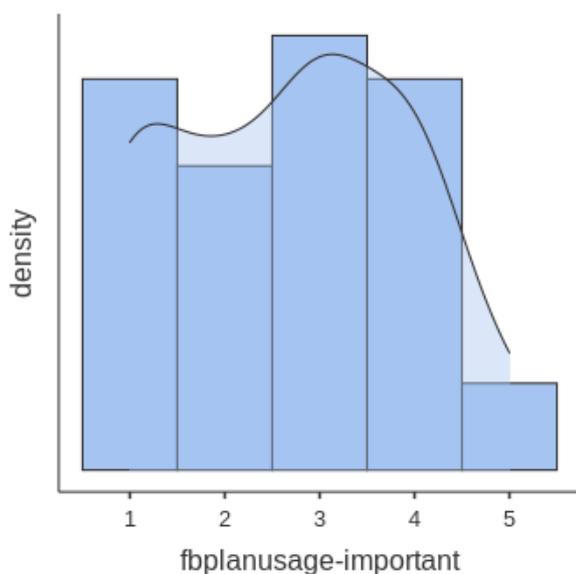
- Einfach kein Bedarf
- Ich habe Facebook während des Studiums lange Jahre verwendet und finde den Kanal jetzt uninteressant, da er sehr werblich geworden ist und den ursprünglichen Nutzen für mich verloren hat.
- Kein Interesse an privaten Gebrauch

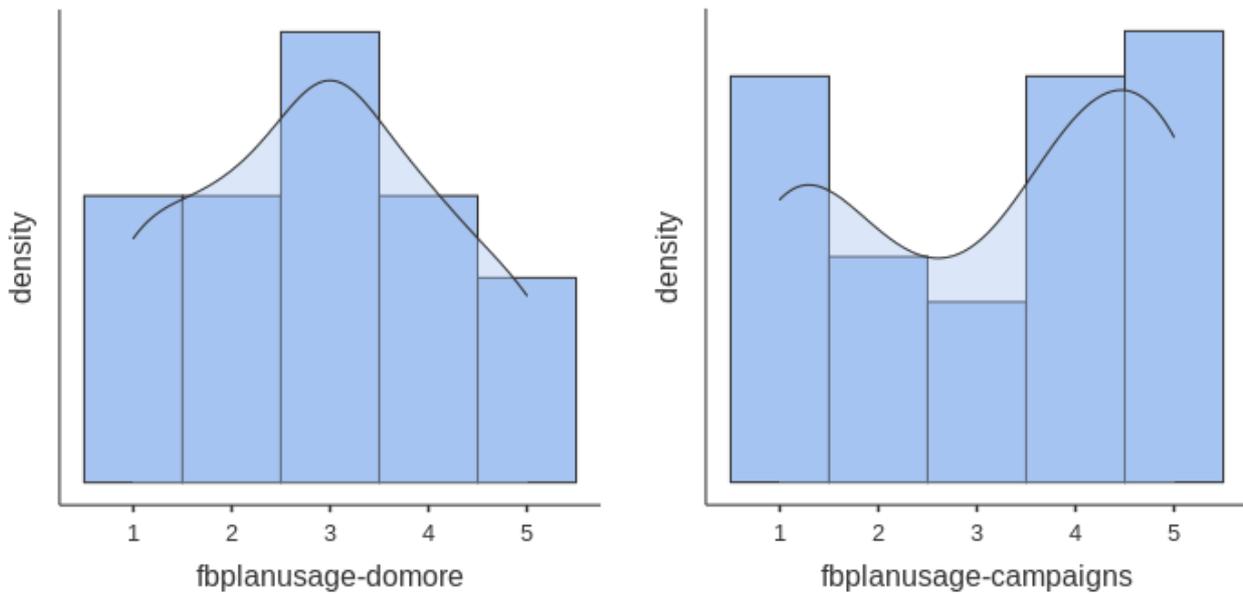
- Wenn Facebook den Namen "Gesichtsbuch"( wörtliche Übersetzung) hätte - würden dann auch so viele Leute es benutzen?
- der Schutz meiner Privatsphäre ist mir dafür zu wichtig

## Use of Facebook for Plan International

<i>Fb Plan usage - (Approval)</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Dev.</i>
Important - Öffentlichkeitsarbeit über Facebook ist ein wichtiger Teil meines Engagements.	2.68	1.25
Sharing - Ich nutze Facebook um AG-Aktivitäten mit Menschen in meinem Umfeld zu teilen.	3.03	1.40
Do more - Ich würde gerne mehr über Plan International auf meinem Facebook-Account veröffentlichen.	2.89	1.31
Campaigns - Ich habe bereits Kampagnen von Plan International (z. B. #GirlsGetEqual) bei Facebook unterstützt.	3.16	1.57
Internal - Ich nutze Facebook für die interne AG-Organisation (z. B. Messenger oder Veranstaltungen für AG-Treffen).	1.76	1.09

(N= 37, Missing= 51)



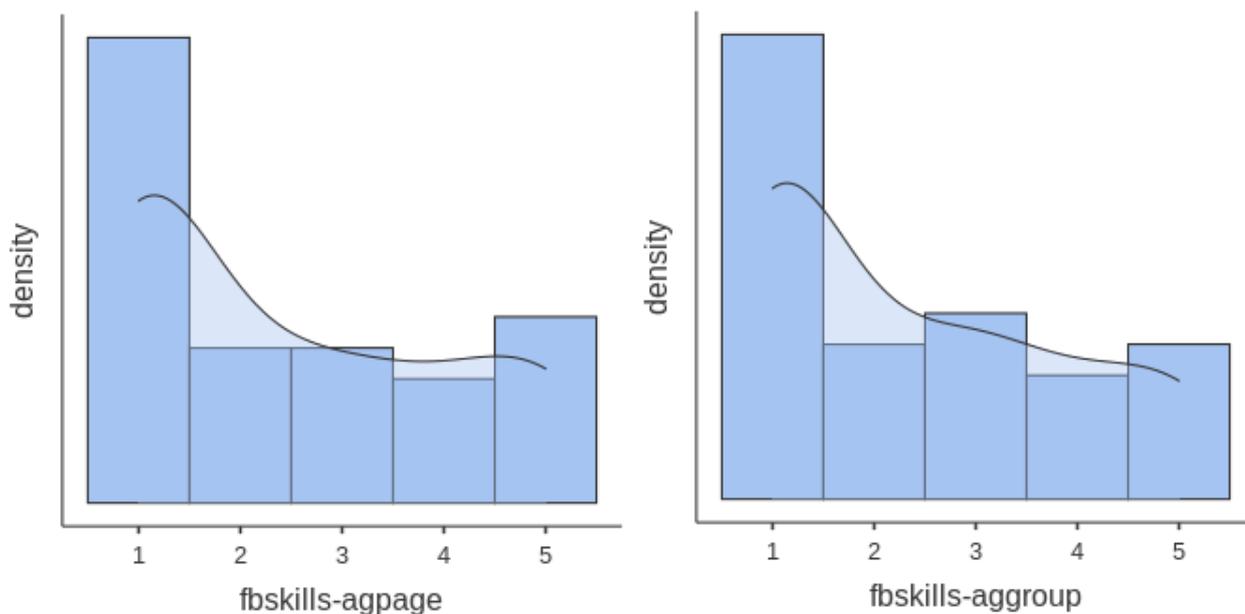


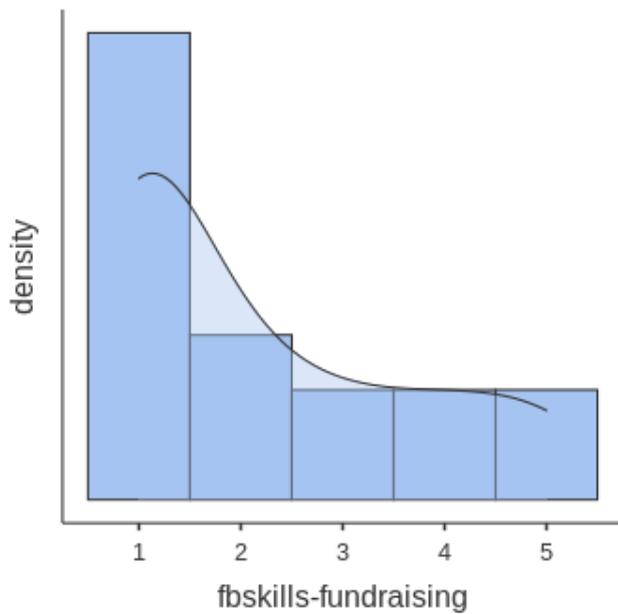
<b>Fb Plan frequency</b> – Häufigkeit Facebook-Aktivitäten für Plan ( <i>Frequency: nie - immer</i> )	<i>Mean</i>	<i>Std. Dev.</i>
Planposts - Posts von Plan International im Newsfeed lesen	3	1.03
Planpages - Seiten und/oder Gruppen von Plan International besuchen	2.57	1.01
Network - Seiten und/oder Gruppen des lokalen AG-Netzwerkes (z. B. von Kooperationspartnern) besuchen	2.14	0.887
Like - Posts, Links, Fotos und/oder Veranstaltungen „ liken“	2.78	1.23
Share - Posts, Links, Fotos und/oder Veranstaltungen kommentieren	2.49	0.932
Comment - Posts, Links, Fotos und/oder Veranstaltungen teilen	2.44	0.909
Create - Eigene Posts erstellen	2.25	1.08
New photo - Eigene Fotos posten	2.11	1.10
New video - Eigene Videos posten	1.35	0.789
New event - Eigene AG-Veranstaltungen erstellen	1.81	1.01
Page admin- Eigene Seiten und/oder Gruppen für Ihre Plan-AG verwalten	1.75	1.27
Fundraising - Eigene Spendenanktion für Ihre Plan-AG erstellen	1.44	0.909

(*N*= 36-37, *Missing*= 51-52)

<b>Fb skills</b> - Wie sicher fühlen Sie sich im Umgang mit den folgenden Facebook-Aktivitäten? ( <i>Intensity: gar nicht - sehr</i> )	<i>Mean</i>	<i>Std. Dev.</i>
Visit - Seiten und/oder Gruppen von Plan International und des lokalen AG-Netzwerkes besuchen	3.43	1.28
Campaigns -Posts für Kampagnen von Plan International (z. B. #GirlsGetEqual) erstellen	2.92	1.25
Like - Posts, Fotos, Videos und/oder Veranstaltungen „likem“	3.64	1.22
Comment - Posts, Fotos, Videos und/oder Veranstaltungen kommentieren	3.37	1.26
Share - Posts, Fotos, Videos und/oder Veranstaltungen teilen	3.54	1.27
New posts - Eigene Posts erstellen	2.89	1.41
New photos - Eigene Fotos posten	3.03	1.40
New videos - Eigene Videos posten	2.36	1.42
New events - Eigene Veranstaltungen erstellen	2.57	1.48
AGpage - Eigene Seite für Ihre Plan-AG erstellen und/oder verwalten	2.46	1.56
AG group - Eigene Gruppe für Ihre Plan-AG erstellen und/oder verwalten	2.40	1.50
Fundraising - Eigene Fundraising-Aktionen für Ihre Plan-AG erstellen und/oder verwalten	2.20	1.45

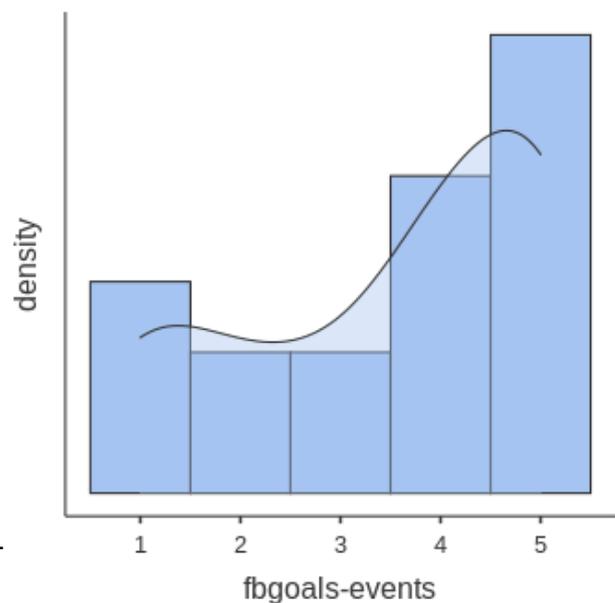
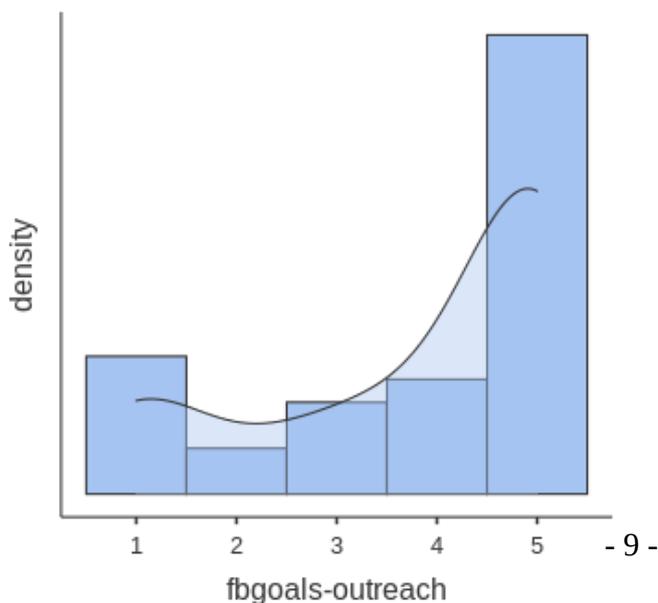
(N= 35-37, Missing= 51-53)

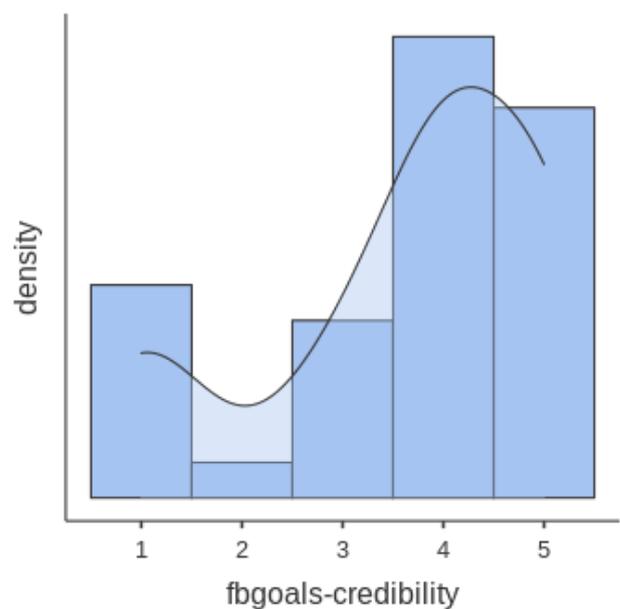
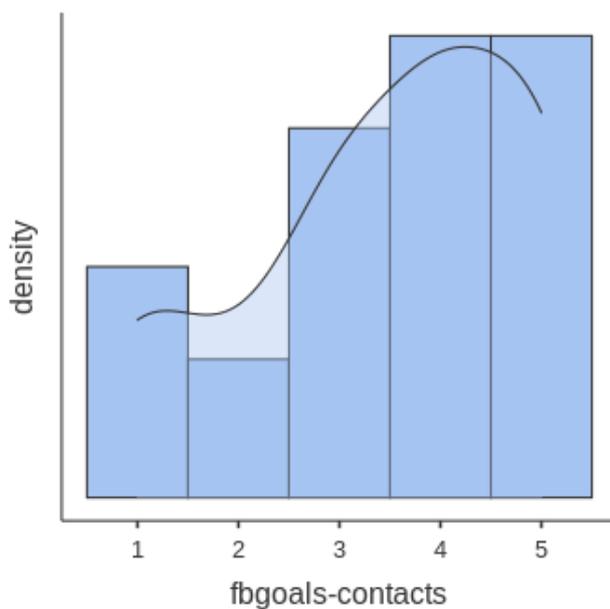
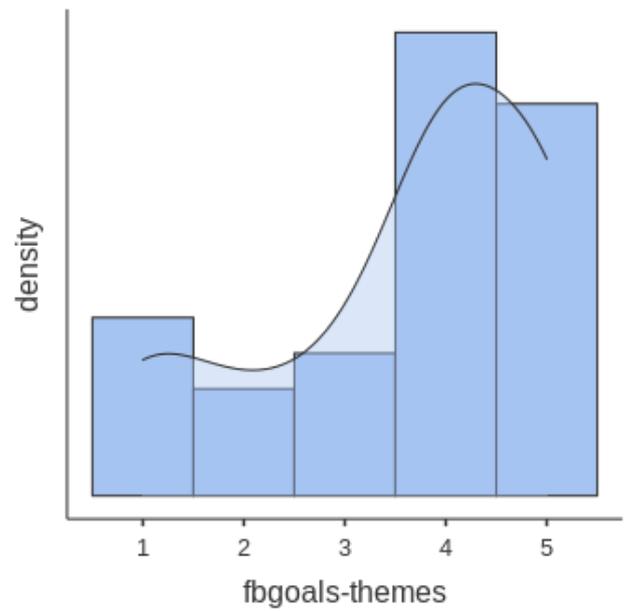
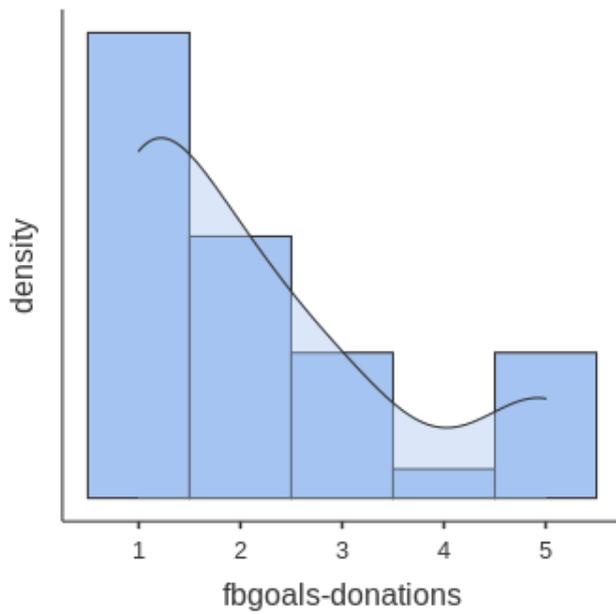




<b>Fb goals</b> - Welche Ziele motivieren Sie dazu, sich auf Facebook für Plan zu engagieren? ( <i>Approval</i> )	<i>Mean</i>	<i>Std. Dev.</i>
Outreach - Öffentliche Bekanntheit (Reichweite) meiner AG steigern	3.84	1.54
Events - Mehr Gäste bei lokalen Veranstaltungen	3.53	1.50
Donations - Spenden direkt online sammeln	2.17	1.40
Themes - Aufmerksamkeit auf bestimmte Themen lenken und themenorientiert netzwerken	3.61	1.38
Contacts - Plan International unter meinen persönlichen Kontakten bekannter machen	3.47	1.36
Credibility - Die Glaubwürdigkeit und Authentizität von Plan International auf Facebook durch persönliche Unterstützung stärken	3.61	1.40

(*N*= 36-37, *Missing*= 51-52)





<b>Fb obstacles</b> - Was hindert Sie ggf. daran, sich auch auf Facebook für Plan zu engagieren? [Mehrfachnennungen]	Counts	% of Total
No interest - Ich habe prinzipiell kein Interesse daran, Facebook zu nutzen.	7	18.9 %
Privacy - Ich möchte nur die nötigsten persönlichen Informationen auf Facebook preisgeben.	19	51.4 %
Usefulness - Ich weiß nicht, wie ich Facebook für mein Engagement nutzen kann.	1	2.7 %
Content - Ich bin mir unsicher, wie ich ansprechende Inhalte erstelle, die eine große Reichweite erzielen.	5	13.5 %

Data security - Ich bin mir unsicher, was ich über meine Aktivitäten bei Plan International teilen darf oder nicht (Bildrechte, Schutz von Daten und internen Informationen).	5	13.5 %
Results - Ich bin mit der erzielten Reichweite und Resonanz meines bisherigen Facebook-Engagements nicht zufrieden.	7	18.9 %
Achieve much - Ich glaube nicht daran, mit Facebook-Engagement viel erreichen zu können.	3	8.1 %

(N= 36-37, Missing= 51-52)

**Fb obstacles [other]:**

- Bin auf Facebook nur privat
- Die AG ist noch im Aufbau; vieles ist nun in Planung
- Zeitproblem- suche fähigen Mitarbeiter dafür- bisher vergeblich

<b>Fb coordination</b> - Facebook-Aktivitäten der AG-Koordination ( <i>Approval</i> )	Mean	Std. Dev.
Easy to find - Die Facebook-Präsenz (Profil, Seite und Gruppe) der AG-Koordination ist leicht zu finden.	3.59	1.18
Enough info - Die Facebook-Präsenz (Profil, Seite und Gruppe) der AG-Koordination enthält ausreichende und verständliche Informationen.	3.79	1.14
Illustrated - Die Facebook-Präsenz (Profil, Seite und Gruppe) der AG-Koordination ist anschaulich mit grafischen Elementen, Fotos und Videos gestaltet.	3.88	1.05
More about AGs - Die AG-Koordination sollte mehr Inhalte über Aktivitäten einzelner Aktionsgruppen posten.	3.18	1.16
Connect better - Die AG-Koordination sollte sich besser mit den einzelnen Aktionsgruppen und Freiwilligen auf Facebook vernetzen (z. B. „ liken“, teilen und kommentieren).	3.30	1.16
More about Plan - Die AG-Koordination sollte mehr Inhalte über Plan International posten.	2.97	0.918
Campaigns - Ich wurde gut über aktuelle Social-Media-Aktionen von Plan International (z. B. #GirlsGetEqual) und die Möglichkeiten der Beteiligung informiert.	3.38	1.21
Enough material - Mir wird ausreichend Material (Video, Bild und Texte) für mein Facebook-Engagement zur Verfügung gestellt.	3.42	1.20
Groups - Ich finde die Facebook-Gruppe für AG-Mitglieder sinnvoll, um sich besser zu koordinieren und Ideen auszutauschen.	3.24	1.48

(N= 33-34, Missing= 54-55)

## Evaluation of the „Facebook-Leitfaden“

<b><i>Lf check</i></b> - Wurde Ihnen durch die AG-Kontaktperson kürzlich ein Fb-Leitfaden weitergeleitet?	<i>Counts</i>	<i>% of Total</i>
Nein	59	67.0 %
Ja	29	33.0 %

<b><i>If L read</i></b> - Haben Sie den Fb-Leitfaden, der Ihnen per E-Mail geschickt wurde, gelesen?	<i>Counts</i>	<i>% of Total</i>
Ja, teilweise.	7	24.1 %
Ja, vollständig.	8	27.6 %
Nein, ich hatte keine Zeit.	6	20.7 %
Nein, ich hatte kein Interesse.	8	27.6 %

(Counts = 0: Nein, ich hatte keinen Bedarf, da ich mich schon auskenne.)

<b><i>If L activities</i></b> - Haben Sie den Fb-Leitfaden angewendet und neue Fb-Aktivitäten für sich und/oder Ihre Plan-AG entdeckt?	<i>Counts</i>	<i>% of Total</i>
If L used - <i>sum</i>	3	10.3 %
New page - Eine AG-Seite erstellt	1	3.4 %
New policies - Netiquette und Datenschutzrichtlinien eingestellt	1	3.4 %
Visit groups - Seiten und/oder Gruppen von Plan International und des lokalen AG-Netzwerkes besucht	2	6.9 %
Campaign posts - Posts für Kampagnen von Plan International (z. B. #GirlsGetEqual) erstellt	3	10.3 %
Comment - Posts, Fotos, Videos und/oder Veranstaltungen kommentiert	1	3.4 %
Share - Posts, Fotos, Videos und/oder Veranstaltungen geteilt	1	3.4 %

(Counts = 0: New account, New AG group, Like)

<b><i>If L chapters</i></b> - Wie hilfreich fanden Sie die einzelnen Kapitel des Fb-Leitfadens? ( <i>Intensity: gar nicht - sehr</i> )	<i>Mean</i>	<i>Std. Dev.</i>
Introduction - Einführung	3.17	1.19
Account - Ihr privater Account	3.08	1.44
AG page - Ihre AG-Seite	3.67	1.23
AG event - Ihre AG-Veranstaltung	3.60	1.35
Policies - Recht und Ordnung	3.70	1.49

Network - Netzwerken mit Plan	3.20	1.23
Tips - Tipps und Tricks	3.30	1.34

(N= 10-12, Missing= 76-78)

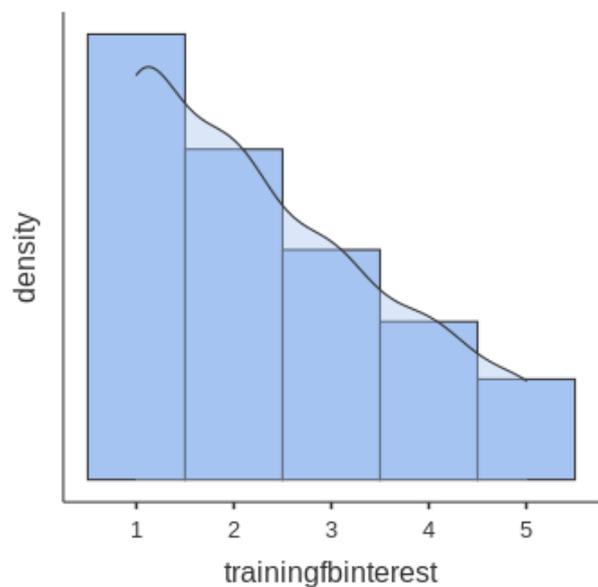
**If L improve** - Wie können wir den Facebook-Leitfaden verbessern?

- (...) Ich habe im Moment privat sehr viel zu tun und konnte mich somit nicht so intensiv mit dem Leitfaden beschäftigen. Die Ausführungen fand ich aber sehr interessant. Vielleicht beschäftige ich mich demnächst mal privat damit. Wir haben als AG eine Facebookseite, die ich aber nicht betreue. Mit der Seite bin ich nicht zufrieden.
- Ich finde den Leitfaden super, weigere mich jedoch, auf meinem PC Facebook zu installieren.

**Social media training**

<b>Training Fb interest</b> - Wie interessiert sind Sie an einer Schulung zur Nutzung von Facebook für Plan-AGs?	Mean	Std. Dev.
(Intensity: gar nicht - sehr)	2.32	1.29

(N= 88, Missing= 0)



<b>Training fb content</b> - Welche Inhalte sollte das Fb-Training behandeln?	Counts	% of Total
Account - Erstellen eines privaten Kontos	7	8.0 %
AG page - Erstellen einer AG-Seite	27	30.7 %
AG group - Erstellen einer AG-Gruppe	15	17.0 %
Content - Erstellen von ansprechenden und erfolgreichen Inhalten (Texte, Bilder und Videos)	34	38.6 %
Events - Erstellen von Veranstaltungen	30	34.1 %
Outreach - Steigern der Reichweite und vergrößern des Netzwerkes	33	37.5 %

Campaign - Beteiligung an Plan Internationals Social-Media Aktionen und Kampagnen	32	36.4 %
Fundraising - Erstellen von Spenden-Aktionen	26	29.5 %

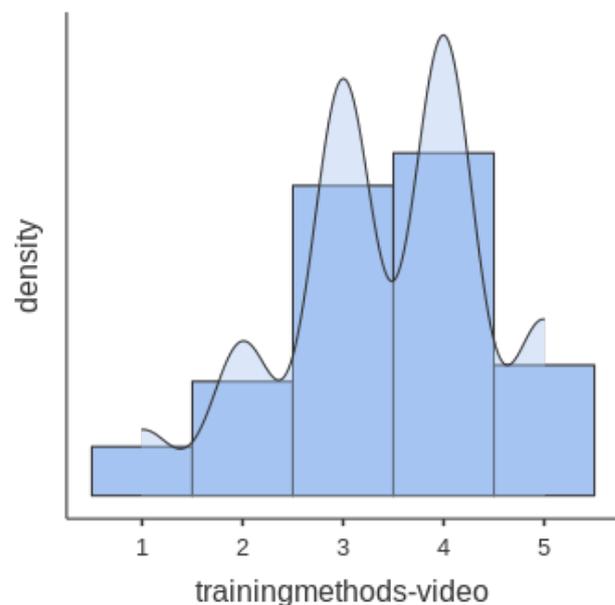
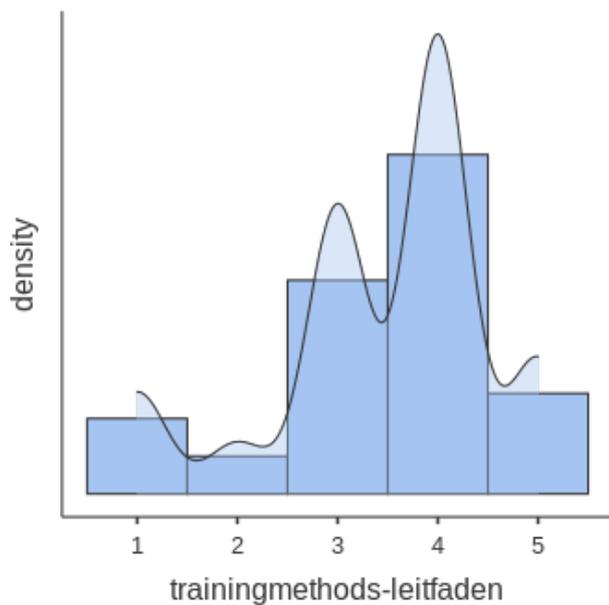
(N= 88, Missing= 0)

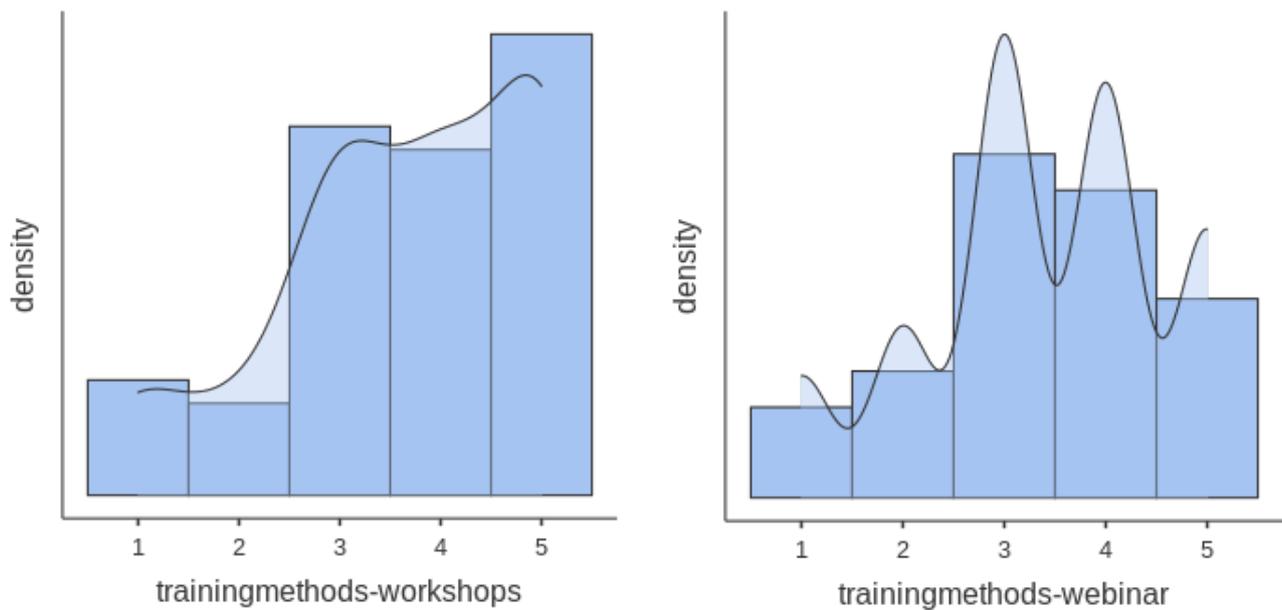
**Training fb content [other]:**

- Kein Interesse (counts=3)
- Derzeit kein Interesse
- Nicht mit Facebook

<b>Training methods</b> - Wie geeignet finden Sie diese Methoden für das Social Media Training? (Intensity: gar nicht - sehr)	Mean	Std. Dev.
Leitfaden - Schriftlicher, bebildeter Leitfaden	3.46	1.10
Video - Video-Tutorials	3.41	1.04
Workshops - Persönliche Workshops	3.68	1.24
Webinar - Online-Seminare	3.37	1.17

(N= 58-61, Missing= 27-30)





**Training suggestions:**

- Da unsere AG zeitlich und personell nicht viele Ressourcen hat, hat sich nur ein Mitglied um den facebook Leitfaden gekümmert, d.h. einmal intensiv alles eingerichtet. Da mehrere Mitglieder aber gar nicht bei facebook aktiv sind und das auch nicht wollen/können, nutzen wir das Medium nur sehr selten. Durch den engagierten Einsatz unseres Mitgliedes, das den Facebookleitfaden umgesetzt hat und auch die Gruppe dazu bewegen wollte, facebook zu nutzen, ist ein Mitglied aus unserer Gruppe ausgetreten. Für uns ist die Nutzung von facebook/social media nicht so attraktiv, weil wir nur 1-2 Personen haben, die sich damit beschäftigen würden. Aber der Zeitaufwand ist zu groß, sich intensiv damit zu beschäftigen, was für eine erfolgreiche Nutzung notwendig wäre.
- Das Social Media Training sollte auch Instagram behandeln und es sollten einbindbare Grafiken / Videos von Plan zur Verfügung gestellt werden, um auch gerade für jüngere Interessierte ansprechende Seiten gestalten zu können.
- Ich bin mir nicht sicher, wie sinnvoll Engagement bei Facebook ist. Die Zahlen von Facebook sind nicht mehr so gut und vor allem wird das Durchschnittsalter immer älter. Wer soll also mit Facebook erreicht werden? Junge Leute erreicht man jedenfalls so nicht mehr. Bei einem Training sollten daher alle Kanäle beleuchtet werden und nicht nur Facebook.
- In unserer AG , die ziemlich reduziert an AG-Mitgliedern ist, würde ich bevorzugen, dass einer oder 2 der AG Mitglieder oder Unterstützer diese Aufgabe übernimmt, da ich beruflich sehr eingespannt bin, schon 9-10 Stunden am Computer verbringe und dann meiner Freizeit ohne diese Medien (...) verbringe
- In unserer AG stehen die Mitglieder den sozialen Netzwerken eher skeptisch gegenüber. Ist FB bei jungen Leuten überhaupt noch ein Thema? Ich habe persönlich den Eindruck, dass heute Instagram eher angesagt ist.

- Kein Zweifel, die Social Media sind der Puls der Zeit und in Corona-Zeiten existenziell. Ich begrüße die Weiterentwicklung und Nutzung der Digitalisierung. Gleichzeitig gilt es auch nachteilige gesellschaftliche Einflüsse und Verhaltensweisen aufzuzeigen und zu begrenzen. Ich unterstütze AG Mitglieder gerne bei Aktionen im persönlichen Kontakt (wenn dies zu einem späteren Zeitpunkt wieder möglich sein wird) und in der digitalen Kommunikation. (...)
- Wie kann denn die Altersgruppe der daran interessierten AG Mitglieder nach wissenschaftlicher Kenntnis am besten lernen?

## „Aktionsgruppen-Blog“

<b>Blog active</b> - Wie häufig sind Sie auf dem AG-Blog aktiv?	Counts	% of Total
Gar nicht	28	32.2 %
Ich informiere mich auf dem Blog, bin aber nicht aktiv.	22	25.3 %
Ich bin angemeldet, aber nicht aktiv	6	6.9 %
Selten	13	14.9 %
Gelegentlich	15	17.2 %
Oft	3	3.4 %

(N= 87, Missing= 1)

<b>Blog obstacle</b> - Was hindert Sie ggf. daran, sich auch auf dem AG-Blog zu engagieren?	Counts	% of Total
No interest - Ich habe prinzipiell kein Interesse daran, den AG-Blog zu nutzen.	20	22.7 %
Wordpress - Ich kenne mich nicht genügend mit den Wordpress-Funktionen aus, um den AG-Blog zu nutzen.	30	34.1 %
Userunfriendly - Der Blog ist nicht benutzerfreundlich und ich bin mit der Funktionsweise unzufrieden.	4	4.5 %
Content unsure - Ich bin mir unsicher, wie ich ansprechende Inhalte für den AG-Blog erstelle.	14	15.9 %
Privacy - Ich bin mir unsicher, was ich über meine Aktivitäten bei Plan International veröffentlichen darf oder nicht (Bildrechte, Schutz von Daten und internen Informationen).	6	6.8 %
Resonance - Ich bin mit der erzielten Resonanz meines bisherigen Engagements auf dem AG-Blog nicht zufrieden.	4	4.5 %
Usefulness - Ich glaube nicht daran, mit dem dem AG-Blog viel erreichen zu können.	14	15.9 %

**Blog obstacle [other]:**

- keine Zeit (*counts=4*)
- Computer und social media ist nicht mein Ding
- Der Lockdown stoppte uns kurz vor unserer ersten Aktion -> für den Blog fehlen uns aktuell die konkreten Inhalte
- Ich bin in den Social Media generell kaum unterwegs
- Ich bin mit der Gestaltung unserer Website und der organisatorischen Arbeit für Plan ausgelastet. AIch bin in den Social Media generell kaum unterwegsüßerdem bin ich nicht dafür, alles über unsere AG-Arbeit zu posten. Mir gefällt auch nicht, dass in der letzten Zeit zum größten Teil nur noch Beiträge vom Administrator gepostet werden.
- Ich habe keinen Spaß an der Nutzung von sozialen Medien und nutze sie daher nur für den Beruf, aber nicht für ein Ehrenamt.
- Im Grunde nichts, hatte ich bisher nicht im Fokus
- Mangel an Engagement meinerseits
- Wir kommunizieren regelmäßig über unsere Aktionen. Da diese jedes Jahr sehr ähnlich sind, ist es herausfordernd, dafür immer wieder neue Formate/Artikel zu erstellen.
- Wir nutzen den Service, Beiträge über unsere Aktionen zu Schreiben und das Plan Büro Hamburg stellt diese online.
- ehrlich gesagt, vergesse ich das immer
- geht die Reichweite des AG Bloges nicht nur bis zu bereits aktiven AG Mitgliedern?
- ich kümmere mich bereits um unsere eigene Homepage und Facebook-Seite, und mit meinen anderen Plan-Aktivitäten und meinem Job fehlt mir einfach die Zeit für mehr Blog-Arbeit
- macht ein anderes AG-Mitglied
- sehr gute Infos!

<b>Lf L fblog</b> - Haben Sie den Leitfaden zum AG-Blog gelesen?	<i>Counts</i>	<i>% of Total</i>
Ja, teilweise	15	17.6 %
Ja, vollständig	3	3.5 %
Nein, ich hatte kein Interesse	31	36.5 %
Nein, ich hatte keine Zeit	30	35.3 %
Nein, ich hatte keinen Bedarf, da ich mich bereits auskenne	6	7.1 %

<b>Training wp interest -</b> Wie interessiert sind Sie an einer Schulung zur Nutzung von Wordpress für den AG-Blog?	<i>Mean</i>	<i>Std. Dev.</i>
<i>Intensity: gar nicht - sehr</i>	2.51	3.11

(N= 86, Missing= 2)

