

Management Summary

Die Fachstelle JUMPPS beauftragte das Zentrum für Kulturmanagement an der ZHAW, eine formative bzw. begleitende Evaluation der Marketing- und Fundraising-Aktivitäten im Rahmen des Leseförderprogramms «bewegte Geschichten» über den Zeitraum von Herbst 2017 bis Frühling 2020 abzugeben. Ziel der begleitenden Evaluation ist, die postulierten Ziele in Bezug auf die Vermarktung und Zusatzfinanzierung des Programms zu überprüfen und dazu Handlungsempfehlungen zur nachhaltigen Verankerung abzugeben. Untersucht worden sind in erster Linie die Planung und Umsetzung des Fundraising- sowie Marketingkonzepts. Ebenfalls soll die Wahrnehmung des Schulmarktes von Programm und Lehrmittel erfasst werden.

Die Leitfragen der Evaluation werden mittels einer Kombination diverser Forschungsmethoden (Methodentriangulation) nach dem Verständnis des Evaluationkonzepts als «responsible practice» beantwortet. Dabei wird angenommen, dass Evaluationen mehr als die Anwendung von methodologischen Werkzeugen voraussetzen, da Evaluierende in der Praxis zumeist mit komplexen Herausforderungen konfrontiert sind, die sich nicht direkt in linearen Wirkungsmodellen abbilden lassen. Solche iterativen Verfahren betonen die dialogischen Prozesse in Bezug auf Sinnstiftung und Interpretation der Daten.

Die Evaluation wurde in drei Phasen umgesetzt. Im Rahmen der ersten Projektphase bildete eine fundierte Situationsanalyse die Grundlage für die Erstellung einer Vorstudie, die sich auf die Projektdurchführung zwischen September 2016 und Juni 2017 fokussiert. Mittels Dokumentenanalyse, Befragungen, Expertinnen- und Experteninterviews sowie Round Tables mit der Projektleitung und Steuerungsgruppe wurde der Status quo der Marketing- und Fundraising-Aktivitäten sowie die Wahrnehmung von Programm und Lehrmittel erfasst. In der zweiten Phase wurde die Umsetzung der Handlungsempfehlungen aus dem ersten Bericht evaluiert und die Zielerreichung der quantitativen und qualitativen Vorgaben laufend überprüft. Zentraler Bestandteil der zweiten Evaluationsphase war eine im Januar 2018 lancierte Online-Umfrage unter Lehrpersonen, die das Programm durchgeführt haben sowie Personen, die das Lehrmittel gekauft haben. Unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Online-Umfrage wurden zudem Marketing- und Fundraising-Aktivitäten erneut im Rahmen von zwei Workshops evaluiert und gemeinsam mit der Projektleitung validiert. In der dritten Evaluationsphase wurde im Februar 2020 eine zweite Online-Befragung bei der gleichen Zielgruppe durchgeführt. Die Umfrageergebnisse wurden dabei mit denjenigen aus der Online-Befragung aus dem Jahr 2018 verglichen und im Rahmen des Abschlussworkshops diskutiert und interpretiert.

Auf Basis der Analysen und Ergebnisse aller drei Evaluationsphasen wurden gemeinsam mit der Projektleitung Handlungsempfehlungen für das Marketing und Fundraising von «bewegte Geschichten» diskutiert und validiert. Im Auge behalten wurde dabei, dass die vorgeschlagenen Varianten prinzipiell machbar, operationell sinnvoll sowie finanziell möglichst kostenneutral sind. Spezifisch für das Marketing von «bewegte Geschichten» werden folgende zentrale Handlungsansätze empfohlen: 1) Empfehlungsmarketing unter Lehrpersonen, 2) Netzwerk und Synergien in der Kommunikation von «bewegte Geschichten» nutzen, 3) Experimentierfreudigkeit und Etablierung eines Marketing Monitorings. Spezifisch für das Fundraising von «bewegte Geschichten» werden folgende Handlungsansätze angeregt: 1) Institutional Readiness gezielt voranbringen, 2) Zielgruppenspezifische Argumentarien entwickeln (Case for Support), 3) Weiterhin auf persönliches Beziehungsmanagement bauen. Gleichermassen relevant sowohl für das Marketing als auch das Fundraising von «bewegte Geschichten» sind zudem die Optimierung der Vermittlung des Projektkonzepts sowie ein gezieltes Monitoring und Aufgreifen zielgruppenspezifisch relevanter Themen.

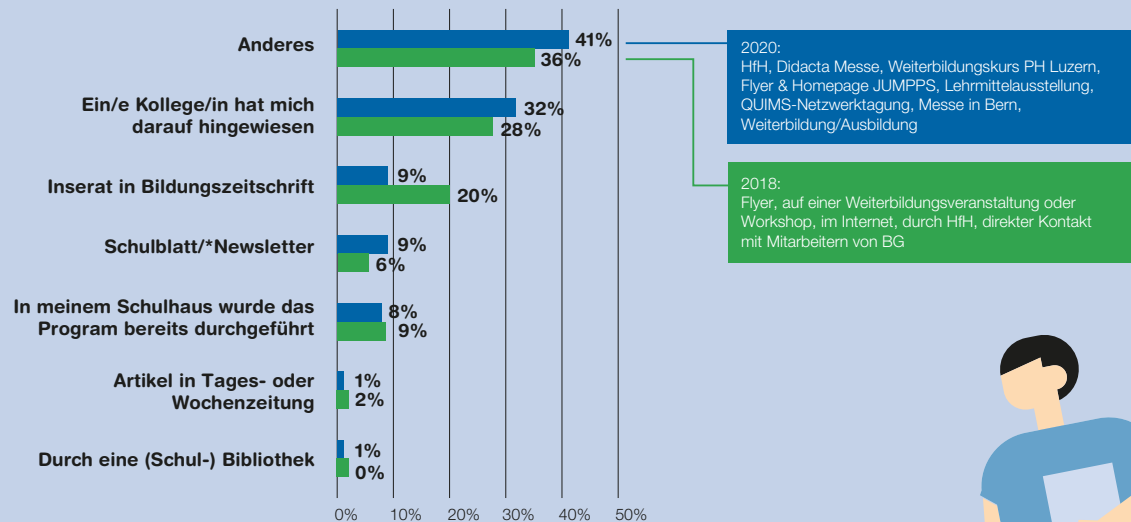
Projekt

«Bewegte Geschichten»

Key Facts



WIE WURDEN DIE LEHRPERSONEN AUF BEWEGTE GESCHICHTEN AUFMERKSAM?



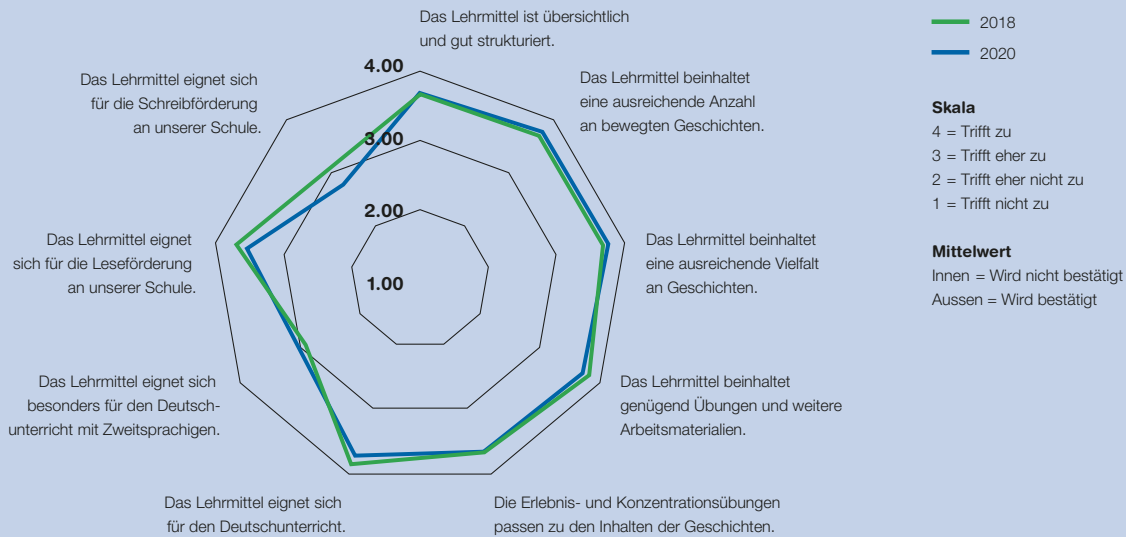
* Newsletter Volksschulamt wurde erst ab der Umfrage im Jahr 2020 dazugemessen.



RANGLISTE: DIE HÄUFIGSTEN DURCHFÜHRTEN GESCHICHTEN INGESAMT 2018/2020



AUSSAGEN ZUM LEHRMITTEL



Fortschritte der Schüler/innen:

Die Befragten stimmen zu, dass die Schüler/innen insbesondere:

- ✓ ihre Aufttritts- und Vortragskompetenzen erweitert haben
- ✓ die Programmarbeit mit «bewegte Geschichten» das Klassenklima positiv verbessert hat
- ✓ sich in der Zusammenarbeit in der Gruppe verbessert haben
- ✓ beim Vorlesen Fortschritte gemacht haben

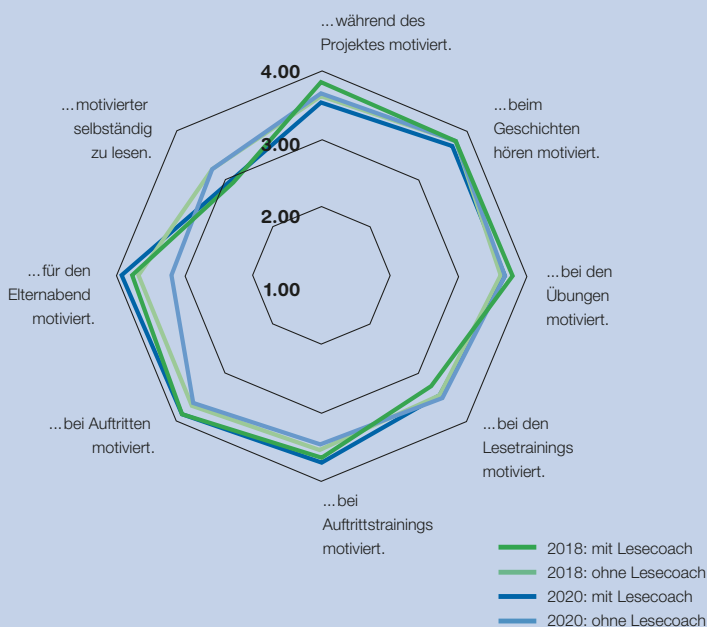
«Das Programm war spitze! Auch ein halbes Jahr nach der Durchführung sprechen die Schülerinnen und Schüler immer wieder davon. Tolle Sache, die ich sehr gerne weiterempfehle.»

«Ich habe die Geschichten in einer Gruppe eingesetzt zur Förderung des Selbstwertgefühls. Es war ein voller Erfolg!»

«Wir haben **unglaublich motivierte Schülerinnen und Schüler** erlebt. Sie haben mit ihren geladenen Gästen die Übungen lustvoll durchgeführt. Es war eine Freude.»

MOTIVATION DER SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER

Die Schülerinnen und Schüler waren...



Positives Feedback:

- Viele Ideen zur Umsetzung vorhanden
- Übungen sind leicht auf Klasse anpassbar
- Eingesetzt zur Förderung des Selbstwertgefühls und der Aufttrittskompetenz
- Fördert Einfühlungsvermögen
- Dank Übungen sind die Geschehnisse besser vorstellbar
- Übungen sind Highlight
- Dank Programm Wunsch der Klasse aufgekommen, ein vorgestelltes Buch zu lesen
- Auch für die Unterstufe geeignet