



## Erasmus+ Jahrestagung 2016

### Beschreibung Gesprächskreis 2

#### „Disseminierung, Marketing, Wirkung und Nachhaltigkeit von Erasmus+ Projekten“

---

**Moderation:** Anna Lisa Diop, Erasmus+ Berufsbildung / Nationalagentur Erasmus+ Bildung

**Expert/innen:**

- Angelika Brechelmacher, Alpen-Adria Universität Klagenfurt (Erwachsenenbildung: LLP-Projekt „Learn-Understand-Trust-Act, Civil Education on Asylum Policy in Europe“)
- Dimitris Karagiannis, Universität Wien (Hochschulbildung: Erasmus+ KA2 Projekt „Open Models Initiative (OMI)“)
- Alexandra Beweis, POWYE (Erasmus+ Jugend: KA2 Projekt: „Mapping professional open youth work“)
- Michael Huber-Kirchberger, BHAK Linz (Schulbildung: Erasmus+ KA2 Projekt „Enhanced Skills, Competence and Practice for the Economy (Escape)“)
- Robert Schuen, Jugend am Werk Steiermark GmbH, (Berufsbildung: Erasmus+ KA2 Projekt “New digital models for initial VET training of young disadvantaged persons to reduce drop out“)

**Rapporteurin:** Ursula Schorn, Erasmus+ Schulbildung/Nationalagentur Erasmus+ Bildung

Nach einer Begrüßung Seitens der Moderatorin haben die eingeladenen Expertinnen und Experten ihr jeweiliges Projekt kurz vorgestellt, so dass jede(r) Teilnehmer/in des Gesprächskreises im Bilde war.

Zunächst wurde die Frage an die Experten gerichtet, welche Maßnahmen sie in ihren Projekten zur **Verbreitung und Disseminierung** gesetzt haben.

Die Expertinnen und Experten nannten Maßnahmen wie Interviews, Presstexte in allen Sprachen, Produkte, wie Mappen, Dokumentationen, Filme, Facebook, Twitter, E-Magazine,

Multiplier Events, das Erstellen von Projektwebseiten, Flyern, Newsletter, Presseaussendungen und Nutzung von eTwinning. Zum Teil wurden bewusst unterschiedliche Organisationen als Partner gewählt, um eine unterschiedliche Klientel zu erreichen.

Dennoch sind die Möglichkeiten der Disseminierung eingeschränkt. Pressearbeit gestaltet sich oft schwierig, da wenig öffentliches Interesse besteht und keine Kontakte zur Presse vorhanden sind. Hier könnte die Kommission oder die Politik unterstützend tätig sein.

Soziale Medien, wie Facebook oder Twitter werden meist indirekt durch Teilnehmer/innen und ohne direkte Aufforderung genutzt. Man ist sich einig, dass Maßnahmen auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten sein müssen.

Als nächstes wurden die Projekte in Bezug auf **Wirkung und Nachhaltigkeit** besprochen und welche Erfahrungen die Expertinnen und Experten diesbezüglich sammeln konnten.

Dazu wurde durch die Expertinnen und Experten erläutert, dass sich die Wirkung im engen Kreis abspielt und dort Auswirkungen haben, wo das Projekt stattfindet. Dies ist abhängig von der Größe der Institution. Ob ein Projekt tatsächlich etwas bringt, kann durch eine Evaluierung festgestellt werden. Je näher ein Projekt jedoch am Selbstzweck ist, desto größer ist die Auswirkung auf die Organisation. Für eine nachhaltige Verbreitung braucht man institutionellen Rückhalt. Jedoch verschwinden Erasmus+ Projekte immer mit der Zeit. Hier wäre es sinnvoll, wenn von der Kommission Folgeprojekte unterstützt würden, damit Institutionen eine längerfristige Planung anstreben können.

Auch wurde erwähnt, dass Erasmus+ Projekte ohne freiwilligen Einsatz nicht funktionieren und dass dieser in der Projektlogik vorgesetzt werde. Die Aufgabe der Disseminierung sollte in die nationale und europäische Verwaltung verlegt werden. Dafür benötigt es einen Ansprechpartner, der den Weg zur Verwaltung ebnet.

Aus den verschiedenen Diskussionen und Erfahrungsaustauschen sind folgende **Empfehlungen an die Kommission** entstanden:

1. In Bezug auf Folgeprojekte braucht es eine gewisse Flexibilität des Programms, damit Institutionen langfristig planen können und sich professionalisieren können.
2. Success Stories sollen dementsprechend finanziert und nicht nur veröffentlicht werden.
3. Disseminierungsaktivitäten sollen durch nationale Behörden und die Verwaltung unterstützt werden.