



Erasmus+ Jahrestagung 2016

Beschreibung Gesprächskreis 4

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

Moderation:

Madalena Fontes Sailler, Erasmus+ Erwachsenenbildung / Nationalagentur Erasmus+ Bildung

Expert/innen:

- Elke Beneke, EB Projektmanagement GmbH (Erwachsenenbildung: Erasmus+ KA2 Projekt "Community Education Facilitating")
- Georg Müllner, Auxilium (Berufsbildung: Erasmus+ KA2 Projekt "Regional Networks for Quality in Vocational Mobility")
- Marlene Ruitter-Gangol, VS Oberwart (Schulbildung: eTwinning-Projekt „Young Scientists“)
- Wolfgang Sieberth, Generation Europa (Erasmus+ Jugend: Global Youth Exchange 2016 "Inspire, Empower, Create")

Rapporteurin:

Sabine Wagner, Erasmus+ Querschnittsthemen / Nationalagentur Erasmus+ Bildung

Einleitend begrüßte die Moderatorin die anwesenden Expert/innen und Teilnehmer/innen des Gesprächskreises und fasste die Zielsetzung der Veranstaltung und des Gesprächskreises nochmals kurz zusammen. Vier Erasmus+ Projektträger/innen wurden im Vorfeld eingeladen, auf die vorbereiteten Fragen zu antworten und gemeinsam mit den anderen Teilnehmer/innen des Gesprächskreises die zwei Themenblöcke „Disseminierung & Marketing“ sowie „Wirkung & Nachhaltigkeit“ zu diskutieren.

Themenblock 1: Disseminierung & Marketing

Frage: Welche Maßnahmen haben sich besonders bewährt, um ihr Projekt bekannt zu machen?

Herr Müllner verweist auf eine Studie aus dem Jahr 2010, in der u.a. abgefragt wurde, welche Maßnahmen der Verbreitung sich besonders bewährt haben. Projektträger/innen geben an, dass sie oft Schwierigkeiten haben, Verbreitung in dem von ihnen verlangten Ausmaß zu leisten. Maßnahmen

der persönlichen Interaktion mit potenziellen Nutzer/innen, Zielgruppenvertreter/innen etc. (Netzwerkarbeit, Lobbying, persönliche Gespräche, ...) sind für die meisten Projektträger/innen am wichtigsten und am wirkungsvollsten. Funding bodies wollen umgekehrt eher Webseiten, Flyer, Poster, Magazinartikel, Konferenzbeteiligung, etc. sehen.

Aus Sicht der Diskussionsteilnehmer/innen werden von den Projektträger/innen teilweise Dinge verlangt, die sie einfach nicht leisten können, da es eigentlich nicht ihre Hauptkompetenz ist. Know-How und Wissen über Disseminierung und Marketing für ein Projekt ist notwendig —> Empfehlung: Hilfestellung zum Thema Disseminierung für die Projektträger/innen von Seiten der Fördergeber.

Frage: Welche Tools verwenden Sie, um die Bekanntheit von Projekten zu erhöhen?

Frau Beneke findet es unumgänglich darauf zu schauen, was die Zielgruppe braucht, und nicht darauf, was die funding bodies wollen. Eine Webseite ist mittlerweile kein Dissemination-Tool mehr, sondern ein Informationsmedium. Wie kann also die Zielgruppe am besten erreicht werden? Im Normalfall ist das die Mundpropaganda!

Problemfall Presseartikel: Es wäre leichter, die „Themen zu verkaufen“, und nicht die Projekte.

Frage: Zielgruppenerreichung - Erreichen Sie mit den eingesetzten Disseminierungsaktivitäten die gewünschten Zielgruppen an der eigenen Institution, im Bildungsbereich, auf politischer Ebene?

Im E-Twinning Projekte von Fr. Rüter-Gangol arbeiten 30 Schulen aus vielen europäischen Staaten zusammen. Die wichtigste und beste Zielgruppe sind die Schülerinnen und Schüler: Spaß bei den Projekten, Erfahrungsaustausch, Kennenlernen anderer Menschen und Kulturen, Aufbau von gegenseitigem Respekt und so hautnah miterleben, was Europa ist. Bürgermeister und regionale Presse nannte Fr. Rüter-Gangol als wesentliche Faktoren für die Verbreitung der Projektergebnisse. Europa beginnt im Klassenzimmer und das bereits in der Grundschule. Doch ein gemeinsames Europa braucht auch eine gemeinsame Sprache und das ist „Englisch“.

Für Hrn. Sieberth haben seine Projekte im Jugendbereich langfristig zwei Zielsetzungen: Einerseits geht es darum, wie man es schaffen kann, eine intensive Erfahrung aus solchen Projekten mit nach Hause zu nehmen. Andererseits geht es aber auch darum, wie man Teilnehmer/innen so unterstützen kann, dass diese vielleicht auch einen Antrag einreichen können. Hr. Sieberth und seine Kolleg/innen entwickeln gerade ein Tool, welches bei diesen beiden Zielen unterstützen soll - Vernetzung zwischen dem Organisatorischen und dem Erlebten! Dieses Tool soll dann dabei helfen, die Abwicklung von Projekten zu erleichtern (Abrechnung, Adressen, ..), aber auch das Erlebte darstellbar machen (Fotos hochladen, von Erlebnissen berichten,...).

Empfehlungen:

Mehr Vertrauen in die Projektträger/innen, dass sie wissen welche Marketing Maßnahmen für das jeweilige Projekt sinnvoll sind. (Kommen bestimmte Schlüsselworte im Antrag nicht vor, wie Facebook, Twitter, & Co., hat ein Projekt oft keine Chance genehmigt zu werden. Vertrauen darauf, dass die Projektträger/innen gut einschätzen können, was für ihr Projekt sinnvoll ist.)

Final Checks mit den NAs als wichtiger Erfolgsfaktor für Projekte schon am Beginn.

Förderlogik: Das Thema Dissemination ist im Projektbudget nicht mehr als extra Posten vorgesehen. Verbreitung müsste wieder ein extra Budget bekommen und klarer Teil der intellektuellen Ergebnisse (bei KA 2 Projekten) werden.

NAs, EK, etc. könnten Hilfestellungen anbieten - wie kann PR, Marketing für ein Projekte gemacht werden. Die Akteure im Bildungsbereich sind keine Marketingexpert/innen, haben prinzipiell auch andere Aufgaben zu lösen und werden mit Anforderungen konfrontiert denen sie oftmals nicht gewachsen sind. Hier bräuchte es inhaltliche Unterstützung, Materialien, Workshops aber auch eine breitere Anzahl an Verbreitungsevents.

Beziehung NA und Projektträger/innen sollen eng sein bzw. enger werden. Bei Fragen hilft der direkte Kontakt mit Berater/innen in der NA sehr. AT aus Sicht der Diskutierenden hier ein gutes Beispiel, Kontakt relativ eng, Fragen können direkt gestellt werden.

Allgemein: Mehr Geld für die Bildung! (Warum verlangt Europa von „uns“ europäische Probleme zu lösen, aber gibt uns kein Geld dafür ... Landwirtschaft bekommt 50 % der Gelder der EU, muss aber nicht Arbeitslosigkeit, Flüchtlingsproblematik, etc. lösen.)

Themenblock 2: Wirkung & Nachhaltigkeit

Frage: welche Auswirkungen hat die Teilnahme am Programm Erasmus+ auf ihre Institution?

Die Messung der Auswirkungen ist aus Sicht der Teilnehmer/innen sehr schwierig. Es ist schwer zu sagen, was passiert wäre, wenn jemand nicht an einem Projekt teilgenommen hätte. Interessant wäre es die Interaktion zu verschiedenen Zeitpunkten zu messen ... also wie stark ist Interaktion während des Projekt, ein Monat später, eine Jahr später.

Frage: Sind Mobilitätsprojekte nachhaltig für die Institution? Was bleibt?

Hier kommen in der Runde verschiedene Meinungen auf: die einen meinen, sie lernen enorm viel von den internationalen Projekten - auf institutioneller Ebene aber auch auf individueller Ebene. Andererseits gibt es auch die Meinung, dass nicht genau erwiesen ist, dass die europäische Zusammenarbeit hier so viel mehr bringt, als eine lokale Zusammenarbeit. Man glaubt, dass es so ist, es gibt aber keinen Nachweis dafür. Für die einzelne Person war die Mobilität sicherlich sinnvoll und wertvoll. Aber für die dahinter stehende Institution ist dieser Mehrwert nicht immer gegeben. Ev. könnte es in einigen Fällen sogar sein, dass Jugendliche von einem Austausch heimkommen, und sich in ihren Vorurteilen bestätigt. Umso wichtiger sind eine sorgfältige Nachbereitung und Betreuung des Austausches!

Wichtig wäre es außerdem, dass es eine Abstimmung der NAs untereinander gibt – es kann vorkommen, dass in Österreich etwas gilt, was z.B. in Italien komplett anders ist. Ziel: Harmonisierung der nationalen Vorgaben!

Empfehlungen:

Wirkung: Antragsteller haben das Problem, dass zu Projektbeginn schon prognostiziert werden soll, welche Wirkung das Projekt am Ende haben wird. Aber selbst zu Projektende kann es mitunter schwierig sein, die Wirkung zu messen. Dies müsste vielleicht ein oder zwei Jahre nach Projektende geschehen.

Es wird in Erasmus+ aus Sicht der Diskutierenden viel entwickelt, aber auf die **tatsächliche Umsetzung** danach wird zu wenig Wert gelegt.

Analyse der tatsächlichen Wirkung von Auslandsaufenthalten .. **nicht zu viel an Wirkung von den Projektträgern verlangen, auf einer realistischen Ebene bleiben.** Die Messlatte für die Wirkung ist oftmals zu hoch angelegt, auch vorgebliche Kleinigkeiten können große und breite Wirkung erzielen, für den/die Einzelne/n.

Es wäre gut, wenn es Möglichkeiten für **nationale Kofinanzierung für die Implementierung von Projekten nach Projektende** gäbe.

Erfahrungen aus Erasmus+ sollten noch mehr für die **nationalen Bildungslandschaften** genutzt werden.

Die NAs, die EC sollten nur Projektanträge genehmigen, die einen **realistischen Bedarf** schildern, **glaubwürdige Wirkungsaktivitäten** planen und in ihrer Nachhaltigkeit nicht vom good will etwaiger polit. Entscheidungsträger abhängen