

Lernfestival 2010

Evaluation der Online-Umfragen:

KoordinatorInnen Anbieter



Schweizerischer Verband für Weiterbildung
Fédération suisse pour la formation continue
Federazione svizzera per la formazione continua
Swiss Federation for Adult Learning

Zürich, 21. Oktober 2010

Irena Sgier, SVEB

Inhalt

	Seite
Einleitung	3
2. Rückblick auf das LF 2010: Zahlen und Fakten	4
2.1 Veranstaltungen	4
2.2 BesucherInnen	4
2.3 Informationskanäle	5
2.4 Aufwand für die Vorbereitung des LF10.....	6
2.5 Eckdaten – LF 2009 und LF 2010 im Vergleich	8
3. Erwartungen und Bilanz der Beteiligten	9
3.1 Erwartungen der Anbieter	9
3.2 Erwartungen der KoordinatorInnen	10
2.3 Nutzen der SVEB-Dienstleistungen	11
3.2 Kurzbilanz der KoordintorInnen.....	12
4. Ausblick: Lernfestival 2011	15
4.1 Engagement von KoordinatorInnen und Anbietern	15
4.2 Das Lernfestival-Konzept.....	15
4.3 Wünsche der Anbieter an die KoordinatorInnen	18
4.4 Wünsche der Anbieter an den SVEB	19
4.5 Wünsche der KoordinatorInnen an den SVEB.....	20
Tabellenverzeichnis	21

1. Einleitung

Die vorliegende Evaluation des Lernfestivals wurde im Auftrag der nationalen Projektleitung im SVEB durchgeführt.

Die Evaluation stützt sich auf

- eine standardisierte schriftliche Umfrage bei allen KoordinatorInnen (via Internet)
- eine standardisierte schriftliche Umfrage bei allen Anbietern (via Internet)

Um die Vergleichbarkeit der Resultate sicherzustellen, wurden dieselben Fragebogen verwendet wie im 2009.

An den schriftlichen Umfragen haben die meisten KoordinatorInnen (33 von 37 Personen, im 2009 waren es 23) und 128 Anbieter (im 2009: 151) teilgenommen. In beiden Jahren wurden ca. 60 % aller Anbieter erfasst. Damit lassen sich die Einschätzungen zum LF 2010 zum LF 2009 gut vergleichen.

Anders als in den letzten Festivevaluationen wurden dieses Jahr kein externer Evaluator beigezogen und keine Empfehlungen formuliert. Grund dafür ist: Mit der Strategiegruppe Lernfestival existiert seit 2009 ein unabhängiges, externes Gremium, welches das Lernfestival kritisch begleitet und strategisch ausgerichtete Empfehlungen für dessen Weiterentwicklung abgibt. Die Strategiegruppe hat ihre Analysen und Reflexionen in einen Vorschlag für ein neues Geschäftsmodell integriert. Mitte 2010 wurde das Modell dem SVEB-Vorstand unterbreitet. Abklärungen zu seiner Umsetzbarkeit sind in Gang.

Geplant ist ausserdem eine externe, unabhängige Metaevaluation, welche die Folgen und das Potenzial der Umstellung von Festivalwochen zu jährlichen Festivaltagen näher beleuchten wird.

Aufgrund dieser Situation beschränkt sich die diesjährige Evaluation auf die Auswertung der beiden schriftlichen Umfragen, die übrigens dieses Jahr erstmals anonym durchgeführt wurden.

Wie die Resultate zeigen, haben die meisten KoordinatorInnen und Anbieter sich mit grosser Begeisterung und viel Energie für ihr Lernfestival engagiert. Obwohl sie mit Schwierigkeiten konfrontiert waren und ihr Einsatz nicht immer mit dem verdienten Publikumsinteresse belohnt wurde, wollen die allermeisten am Ball bleiben: Rund 80% der KoordinatorInnen und über 90% der Anbieter können sich vorstellen, nächstes Jahr wieder am Lernfestival dabei zu sein.

Da der Evaluationsbericht nicht nur dem Rückblick, sondern vor allem der Weiterentwicklung des Lernfestivals dienen soll, kommen die kritischen Anmerkungen hier tendenziell stärker zum Tragen als das Herzblut, das das Lernfestival am Leben hält. Um einer verzerrten Wahrnehmung vorzubeugen, sei allen LeserInnen empfohlen, die Kurzbilanz der KoordinatorInnen auf S. 12 zu lesen. Die KoordinatorInnen wurden gebeten, ihr grösstes Highlight und ihre grösste Hürde im LF 2010 sowie ihren grössten Wunsch fürs LF 2011 in je 1 Satz festzuhalten. Die Liste der Highlights verrät Ihnen, warum es sich lohnt, ein Lernfestival zu organisieren.

2. Rückblick auf das LF 2010

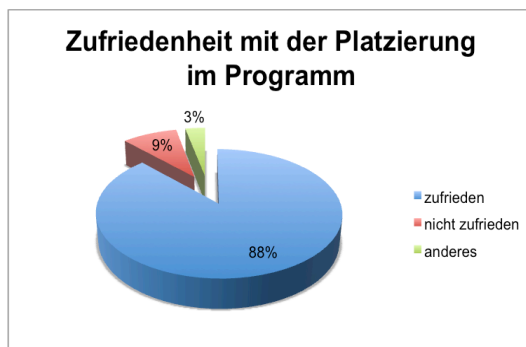
2.1. Veranstaltungen

Das Lernfestival 2010 umfasste **28 Programme** mit insgesamt rund **500 Veranstaltungen** an **28 Standorten**. Die Programme waren als 24-Stunden-Programme strukturiert, wobei die tatsächliche Dauer aber nicht überall 24 Stunden betrug. Zusätzlich fanden **4 Events** statt, die an kein 24-Stunden-Programm angebunden waren.

Die in der Evaluation erfassten **128 Anbieter** haben zusammen **267 Veranstaltungen** angeboten, was ca. 55% des gesamten Festivalangebots im 2010 entspricht (Evaluation 2009: 254 Veranstaltungen bzw. rund 60%). Davon fanden 235 Veranstaltungen in der deutschen Schweiz, 19 in der französischen und 13 in der italienischen Schweiz statt.

Im Durchschnitt hat jeder Anbieter **2.2 Angebote** bereitgestellt. Gut 60% der erfassten Anbieter boten jedoch eine einzige Veranstaltung an.

Die überwiegende Mehrheit (95%) der Anbieter boten ihre Veranstaltungen im Rahmen eines Lernfestival-Programms an, bei den restlichen 5% war das Angebot nicht Teil eines 24-Stunden-Programmes. Die meisten Anbieter waren mit ihrer zeitlichen Platzierung innerhalb des regionalen Programmes zufrieden (vgl. Grafik 1)



Grafik 1: Zufriedenheit mit der Platzierung im Programm

2.2. BesucherInnen

An den hier erfassten Veranstaltungen haben rund **3'150 Personen** teilgenommen, wobei rund 55% der Veranstaltungen in der Evaluation erfasst wurden. Auf alle Events hochgerechnet dürften also rund **5'800 Personen** das Lernfestival 2010 besucht haben.

Durchschnittlich wurde **jede Veranstaltung von 12 Personen** besucht (2009: 8 Personen), wobei 4 Veranstalter keine Angaben zur Besucherzahl machten. Überhaupt keine BesucherInnen verzeichneten 9 Veranstaltungen, was knapp 12% des erfassten Angebotes entspricht – gegenüber 22% im 2009.

Die durchschnittliche **Teilnehmerzahl pro Anbieter betrug 25 Personen** (2009: 16 Personen); manche Anbieter boten mehrere Veranstaltungen an. Insgesamt haben rund 70% der Anbieter mit ihrer oder ihren Veranstaltung/en weniger als 20 Personen erreicht. 10% haben mehr als 50 Personen erreicht. Die bestbesuchte Veranstaltung verzeichnete 250 BesucherInnen.

Punkto Besucheraufkommen konnte das LF10 gegenüber dem Vorjahr eine markante Verbesserung erzielen.

2.3 Informationskanäle

Bei den Informationskanälen, die eingesetzt wurden, um auf das Lernfestival aufmerksam zu machen, dominierte im 2010 wie schon im Vorjahr der Festivalflyer. An zweiter Stelle folgte das Internet. Sowohl Flyer wie Internet haben gegenüber dem Vorjahr zugelegt.

Am stärksten zugenommen hat die Nutzung von Infoversänden per Post. Während im 2009 nur gerade 35% der KoordinatorInnen solche Versände einsetzten, waren es dieses Jahr doppelt so viele (70%). Eine relativ wichtige Rolle spielten auch die sozialen Medien (Facebook, Twitter u.a.), die immerhin von einem Viertel der KoordinatorInnen genutzt wurden.

Einen deutlichen Rückgang als Informationskanal für das Lernfestival erfuhr dieses Jahr das Radio.

Insgesamt kann festgestellt werden, dass mit Ausnahme von Radio und Telefon sämtliche erfragten Informationskanäle dieses Jahr intensiver genutzt wurden als im Vorjahr.

	KoordinatorInnen, die diese Kanäle genutzt haben (N= 33 im 2010, N=23 im 2009)
Flyer	91% (80%)
Internet	82% (70%)
Plakate	76% (74%)
Zeitungen, Zeitschriften	73% (61%)
Infoversand per Post	70% (35%)
Radio	36% (44%)
Social Media (Facebook, Twitter u.ä.)	24% (--**)
Telefon	15% (17%)
SMS	12% (4%)
Fernsehen	9% (4%)

Tab. 1: Nutzung diverser Kanäle für die Informationsverbreitung zum LF

(Zahlen in Klammern: Wert für 2009)

** Die Kategorie Social Media wurde im 2009 nicht erfragt

2.5 Aufwand für die Vorbereitung des LF10

Zusammengenommen, haben KoordinatorInnen und Anbieter einen beachtlichen Aufwand betrieben, um das Lernfestival zu organisieren und umzusetzen. Total wurden schätzungsweise **6'600 Stunden** für das Lernfestival 2010 gearbeitet.

Aufwand der KoordinatorInnen

Von den 33 erfassten KoordinatorInnen haben nur 21 Angaben zu ihrem Aufwand gemacht. Deren Aufwand beträgt zusammengenommen **2'213 Stunden** (2009: 1'720 Stunden). Auf alle KoordinatorInnen hochgerechnet, ergibt dies ein Total von **ca. 3'400 Stunden**. Der durchschnittliche Aufwand pro Programm betrug **106 Stunden**, womit der Aufwand gegenüber dem Vorjahr leicht gesunken ist (2009: 115 Stunden).

Die Unterschiede zwischen den KoordinatorInnen sind allerdings gross: Während die Hälfte von ihnen einen Aufwand von weniger als 50 Stunden betrieben haben, beläuft sich der höchste Koordinationsaufwand auf ganze 400 Stunden.

Insgesamt ist also der Koordinationsaufwand leicht gesunken (um 10 Stunden pro 24-Stunden-Programm), während der Aufwand der Anbieter etwas angestiegen ist (um 4 Stunden pro Anbieter).

Subjektive Wahrnehmung des geleisteten Aufwandes

Abgesehen von der Anzahl geleisteter Stunden wurden die KoordinatorInnen auch danach gefragt, ob sie ihren Koordinationsaufwand für spezifische Aufgaben als sehr hoch, hoch, mittel, oder gering einschätzen.

	gering (%)	mittel (%)	hoch-sehr hoch (%)	k.A* (%)
Medienarbeit	0% (31%)	30% (25%)	52% (44%)	18% (-)
Anbieter finden	18% (18%)	21% (41%)	49% (35%)	12% (6%)
Veranstaltungen im Programm platzieren	12% (6%)	33% (19%)	40% (75%)	15% (-)
Suche nach Sponsoren	12% (18%)	12% (6%)	42% (48%)	33% (28%)
Zusammenarbeit mit dem SVEB	21% (38%)	46% (56%)	15% (6%)	18% (-)
Akquisition von Inseraten für den Flyer	9% (24%)	24% (18%)	24% (35%)	43% (23%)

Tab. 2: Aufwand der KoordinatorInnen für die einzelnen Aufgaben, N=33 (im 2009: N=23)

(Zahlen in Klammern: Wert für 2009)

*k.A = keine Antwort. Einige KoordinatorInnen haben keine Sponsoren/Inserate akquiriert.

Wie die Übersicht zeigt, beurteilen die KoordinatorInnen den Aufwand für die erfassten Aufgaben auch dieses Jahr tendenziell als hoch. Spitzenreiter in Sachen Aufwandsintensität ist dieses Jahr aber eindeutig die Medienarbeit, während im 2009 noch die Platzierung der Veranstaltungen im Programm diesen Platz einnahm: Drei Viertel der KoordinatorInnen (75%) hatten diese Aufgabe letztes Jahr als sehr aufwändig beurteilt, dieses Jahr sind es lediglich 40%.

Deutlich gestiegen ist hingegen der Aufwand für die Suche nach Anbietern. Als leicht höher wird ausserdem der Aufwand für die Zusammenarbeit mit dem SVEB eingeschätzt.

Aufwand der Anbieter

Die in der Umfrage erfassten **Anbieter** (d.h. ca. 60%) haben zusammen **1'973 Stunden** (2009: 1'527 Stunden) für die Vorbereitung der Veranstaltungen aufgewendet. Rechnet man das auf alle Anbieter hoch, wurden insgesamt schätzungsweise **3'440 Stunden** (2009: ca. 2'500 Stunden) aufgewendet.

Der durchschnittliche Aufwand beträgt **16 Stunden** pro Anbieter (2009: 12 Stunden). Die Hälfte der Anbieter hat aber (gleich wie 2009) weniger als 5 Stunden für die Vorbereitung aufgewendet. Mehr als 50 Stunden haben nur 5% der Anbieter eingesetzt.

Der Gesamtaufwand der Anbieter ist gegenüber 2009 um mehr als ein Drittel gestiegen.

Die Hälfte der Anbieter (51%) beurteilt den **Vorbereitungsaufwand als mittel**, gut jeder vierte Anbieter (27%) hält ihn für gering, und jeder fünfte (20%) für hoch oder sehr hoch.

Wie die offenen Bemerkungen zeigen, sind die meisten Anbieter mit dem Aufwand für ihren Beitrag zufrieden. Neben viel Lob für KoordinatorInnen und (teilweise freiwillige) MitarbeiterInnen findet sich nur sehr vereinzelt Kritik an der Koordination.

2.5 Eckdaten – LF 2009 und LF 2010 im Vergleich

Das Lernfestival 2010 bestand aus folgenden Aktivitäten (in Klammern: Werte für 2009):

- 28 (17) 24-Stunden-Programme und 4 (7) separate Events
- 29 (17) KoordinatorInnen und 4 (6) einzelne Anbieter. Das ergibt insgesamt 33 (23) Personen, die für ein Programm verantwortlich waren
- ca. 215 (238) Anbieter
- ca. 500 (426) angekündigte Veranstaltungen (nicht alle konnten tatsächlich durchgeführt werden)
- 28 (65) Veranstaltungsorte
- 14 (13) Kantone
- 262 (180) Presseberichte

Anbieter (60% aller am LF beteiligten Anbieter)	
Anzahl Anbieter in der Umfrage	128 (151)
Anzahl Anbieter total	215 (238)
Anzahl erfasster Veranstaltungen	267 (254)
Anzahl Veranstaltungen total (= geschätzt für das ganze LF)	500 (450)
Anzahl erfasster TeilnehmerInnen (erfasste Veranstaltungen)	3'150 (2'083)
Anzahl TeilnehmerInnen total (geschätzt für das ganze LF)	5'800 (3'500)
Durchschnittliche Teilnehmerzahl pro Veranstaltung	12 (8)
Anteil Veranstalter mit 0 TeilnehmerInnen	12% (22%)
Anteil Veranstalter mit ≤ 10 TeilnehmerInnen	44% (71%)
Vorbereitungszeit für die Veranstaltungen total (erfasste Anbieter)	1'973 Std (1'527)
Vorbereitungszeit für die Veranstaltungen total (geschätzt, alle 215 Anbieter)	3'440 (2'500)
Vorbereitungszeit pro Anbieter , durchschnittlich	16 Std (12)
Vorbereitungszeit pro Veranstaltung , durchschnittlich	7 Std (6)
Anteil Anbieter, die weniger als 5 Std. Vorbereitungszeit hatten	40% (50%)
Anbieter, die zum ersten Mal an einem LF teilgenommen haben	64% (83%)
Anbieter, die sich vorstellen können, 2011 wieder teilzunehmen (ja + evtl.)	92% (95%)
KoordinatorInnen (alle 33 KoordinatorInnen)	
Anzahl KoordinatorInnen in der Umfrage	33 (23)
Aufwand für die Koordination, total (erfasste 21 KoordinatorInnen)	2'213 Std (1'720)
Aufwand für die Koordination, total (geschätzt für alle 33 KoordinatorInnen)	3'400 Std (1'800)
Aufwand pro Programm (Fahrplan) , durchschnittlich	106 Std (115)

Tab. 3: Eckdaten LF 2009 und LF 2010 im Vergleich (In Klammern: Werte für 2009)

3. Erwartungen und Bilanz der Beteiligten

Die Antworten zur Frage, inwiefern ihre Erwartungen an das Lernfestival 2010 erfüllt wurden, lassen einige Unterschiede in der Bewertung der KoordinatorInnen und der Anbieter erkennen. Sind die Anbieter generell mit dem LF 2010 zufriedener als mit dem LF 2009, so zeigen die KoordinatorInnen umgekehrt eine Tendenz zum kritischeren Blick auf das LF 2010.

3.1 Erwartungen der Anbieter

Die Zufriedenheit der Anbieter ist gegenüber dem Vorjahr klar gestiegen. So ist der Anteil der Anbieter, deren Erwartungen erfüllt wurden, in sämtlichen erfragten Kategorien höher als im Vorjahr. Was die Zahlen nicht zeigen, ist, ob die grössere Zufriedenheit aus einem besseren Verlauf des Festivals oder auf einer Anpassung der Erwartungen beruhen. Die Kommentare, die bei den Umfragen angebracht wurden, weisen aber darauf hin, dass beide Aspekte eine Rolle spielen.

Am markantesten zeigt sich die Verbesserung bei den Erwartungen bezüglich Besucherzahlen: Waren im Vorjahr noch fast 60% mit dem Erreichten unzufrieden, so sagen dieses Jahr nur 38%, dass sie mehr BesucherInnen erwartet hätten. Wirklich zufrieden mit dem Besucheraufkommen war allerdings nur jeder vierte Anbieter.

Ebenfalls positiver als im Vorjahr fällt das Fazit aus. Rund ein Viertel der Anbieter bezeichnet ihre Erwartungen an das Lernfestival 2010 insgesamt als erfüllt. Fast die Hälfte sieht sie als teilweise erfüllt an. Der Anteil jener, deren Erwartungen überhaupt nicht erfüllt wurden, ist von 39% im 2009 auf 22% gesunken.

Erwartungen der <u>Anbieter</u> bezüglich:	Erfüllt	teilweise erfüllt	nicht erfüllt	k.A.
Interesse der BesucherInnen	60% (59%)	21% (13%)	13% (21%)	6% (7%)
Anzahl BesucherInnen	27% (19%)	32% (18%)	38% (59%)	4% (4%)
Standortförderung	19% (24%)	29% (22%)	22% (30%)	30% (24%)
Neues Netzwerk	16% (9%)	35% (37%)	32% (33%)	17% (21%)
Werbeeffekt	16% (13%)	32% (35%)	34% (38%)	18% (14%)
Medieninteresse	14% (17%)	21% (20%)	45% (49%)	20% (14%)
Fazit: Ihre Erwartungen insgesamt	24% (16%)	46% (42%)	22% (39%)	8% (3%)

Tab. 4: Erwartungen der Anbieter, N=128 (im 2009: N=144)

(Zahlen in Klammern: Wert für 2009)

Wie die obigen Zahlen zeigen, bezeichnen rund 70% der Anbieter ihre Erwartungen als ganz oder teilweise erfüllt. In den Kommentaren erwähnen einige die neuen Kontakte und Erfahrungen, andere stellen fest, dass sie keine überbissenen Erwartungen an die Besucherzahlen hatten und das LF deshalb ungefähr den Erwartungen entsprochen hätte.

Die wichtigsten Faktoren, die zu Enttäuschungen führten, sind mangelnde Werbung, geringes Medieninteresse, Konkurrenz durch andere Veranstaltungen in der Region (Bsp. Sport) oder durch das samstägliche Einkäufen der Berufstätigen. Ebenfalls negativ zu Buche schlug zum Teil das (zu gute!) Wetter, das die Leute von Workshops fernhielt.

Ein Anbieter in der Romandie berichtet von der Ablehnung jeglicher Unterstützung durch seine Stadt, bis hin zur Weigerung, das Lernfestival im öffentlichen Veranstaltungskalender online zu publizieren. Das eigene Fazit umschreibt er wie folgt: Er (oder sie) habe realisiert, dass der Röstigraben in Wahrheit ein Röst-Himalaya sei.

Vereinzelte Anbieter ziehen bezüglich der Kosten/Nutzen-Balance eine ernüchternde Bilanz, stehen aber trotzdem hinter der Idee Lernfestival - wenn auch nicht für unbeschränkte Zeit, wie ein Anbieter anmerkt: Die Idee Lernfestival sei sehr gut und noch im Aufbau, sie müsse aber im nächsten Jahr «zum Fliegen» kommen, da das Missverhältnis zwischen Kosten und Nutzen sonst nicht mehr zu rechtfertigen sei.

3.2 Erwartungen der KoordinatorInnen

Bei den KoordinatorInnen zeigt sich ein etwas anderes Bild: Ihr Fazit fällt im Gegensatz zum Fazit der Anbieter negativer aus als im 2009. Sagten letztes Jahr noch 45% der KoordinatorInnen, ihre Erwartungen seien insgesamt erfüllt worden, so kommen dieses Jahr nur 36% zu diesem positiven Gesamturteil.

Betrachtet man die einzelnen Bereiche, fällt die Bilanz der KoordinatorInnen in folgenden Bereichen deutlich negative aus als im letztes Jahr: Medieninteresse, Interesse der BesucherInnen, Neues Netzwerk.

Klar positiver fällt die Bilanz bei den Erwartungen bezüglich der Anzahl Anbieter aus. Knapp 60% bezeichnen ihre Erwartungen in dieser Hinsicht als erfüllt.

Nicht wesentlich verändert hat sich die Erfüllung der Erwartungen bei folgenden Bereichen: Support durch den SVEB, Eigenwerbung, Sponsorensuche, Marktplatz-Inserate.

Erwartungen der <u>KoordinatorInnen</u> bezüglich:	Erfüllt	teilweise erfüllt	nicht erfüllt	k.A.
Support durch SVEB	61% (58%)	18% (24%)	6% (10%)	15% (8%)
Anzahl Anbieter	58% (47%)	9% (37%)	18% (11%)	15% (5%)
Interesse der BesucherInnen	46% (63%)	27% (21%)	12% (11%)	15% (5%)
Eigenwerbung	36% (35%)	30% (30%)	15% (10%)	18% (25%)
Neues Netzwerk	33% (43%)	33% (48%)	12% (5%)	21% (4%)
Sponsoren finden	15% (20%)	18% (20%)	33% (35%)	33% (25%)
Inserate Marktplatz	15% (15%)	9% (15%)	33% (45%)	42% (25%)
Medieninteresse	15% (43%)	33% (24%)	33% (33%)	18% (-)
Fazit: Ihre Erwartungen insgesamt	36% (45%)	30% (45%)	21% (10%)	12% (-)

Tab. 5: Erwartungen der KoordinatorInnen, N=33 (2009: N=21)

(Zahlen in Klammern: Wert für 2009)

In ihren Kommentaren halten mehrere KoordinatorInnen fest, dass das Interesse von Bevölkerung, Medien, Sponsoren und Inserenten hinter ihren Erwartungen zurückgeblieben sei. Vereinzelt wird auch bemängelt, der SVEB habe zu wenig Unterstützung in der Frage geboten, wie neues Publikum erreicht werden könnte.

Insgesamt kreisen die Kommentare der KoordinatorInnen vor allem um die Themen Information, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Finanzen. In diesen Bereichen würden fast alle KoordinatorInnen vom SVEB als nationalem Koordinator mehr Engagement erwarten.

3.3 Nutzen der SVEB-Dienstleistungen

Die angebotenen Dienstleistungen und Produkte wurden von den KoordinatorInnen als unterschiedlich nützlich beurteilt.

An erster Stelle stehen die Beratung durch das SVEB-Team und das (gedruckte) Programm. Fast alle KoordinatorInnen (90%) haben die Beratung genutzt, rund drei Viertel beurteilten sie als sehr nützlich, die meisten übrigen als teilweise nützlich. Ähnlich sieht es beim Programm aus. Zwei KoordinatorInnen haben es als wenig nützlich beurteilt, während alle übrigen das Programm sehr nützlich (73%) oder teilweise nützlich (20%) fanden.

Wie schon im Vorjahr, gehören das Logo und der «Knüddel» auch im 2010 zu den Schlusslichtern. Nur rund die Hälfte der KoordinatorInnen fand diese Dienstleistung nützlich.

Bemerkenswert ist die Veränderung in der Bewertung der Dienstleistungen Website, Pressetexte, Medienleitfaden und Festival-Newsletter. Bei allen diesen Angeboten ist der Anteil der KoordinatorInnen, die sie als sehr nützlich beurteilten, um ca. 15-20% gesunken. Dies bedeutet allerdings nur, dass sich die Bewertung bei rund einem Fünftel der KoordinatorInnen von «sehr nützlich» zu «teilweise nützlich» verschoben hat.

	Sehr nützlich	teilweise nützlich	Geringer Nutzen	Nicht genutzt
Beratung durch SVEB-Team	73% (67%)	13% (19%)	3% (10%)	10% (5%)
Programm («Fahrplan»)	73% (40%)	20% (40%)	3% (5%)	3% (15%)
Werbemittel (Plakate u.a.)	59% (52%)	31% (19%)	7% (14%)	3% (14%)
Website www.lernfestival.ch	48% (60%)	31% (20%)	10% (10%)	10% (10%)
Informationstreffen	27% (29%)	33% (19%)	10% (5%)	30% (48%)
Evaluationsbericht 2009 (2008)	24% (11%)	38% (16%)	10% (11%)	28% (63%)
Pressetexte	21% (43%)	41% (29%)	21% (14%)	17% (14%)
Medienleitfaden	17% (33%)	55% (33%)	21% (14%)	7% (19%)
Logo und Knüddel	14% (14%)	38% (38%)	24% (24%)	24% (24%)
Festival-Newsletter	13% (33%)	57% (10%)	20% (24%)	10% (33%)

Tab. 6: Nutzen der SVEB-Dienstleistungen für die KoordinatorInnen, N=33 (Im 2009: N=23)
(Zahlen in Klammern: Wert für 2009)

Bei den offenen Bemerkungen wurde eine Reihe von Hinweisen eingebracht. Im Zentrum steht der **Programm-Flyer**:

Eine Reihe von Anbietern stellt beim Flyer deutliche Verbesserungen bezüglich Gestaltung, Übersichtlichkeit und Benutzerfreundlichkeit fest. Ungefähr gleich vielen erscheint der Flyer aber trotz der Weiterentwicklung gegenüber dem Vorjahr immer noch unübersichtlich. Kritik erntet der Flyer auch von Seiten vieler KoordinatorInnen.

Bemängelt wird neben der Lesbarkeit und dem Layout vor allem die Struktur der Zeitangaben. Bei einstündigen Angeboten scheint diese Struktur zu passen, während es bei mehrstündigen Angeboten und bei solchen mit halben Stunden Unklarheiten gibt. So erschien das Publikum in einigen Fällen zur falschen Zeit, weil die Zeitangaben im Flyer nicht eindeutig waren. Einzelne Befragte stellen ausserdem fest, dass ihre Angebote im Flyer fehlerhaft ausgeschrieben wurden (fehlende oder fehlerhafte Namen, Logos und Ortsangaben).

3.4 Kurzbilanz der KoordinatorInnen

Die KoordinatorInnen wurden gebeten, je in 1 Satz zu sagen, was ihr Highlight, ihre grösste Hürde und ihr grösster Wunsch für die Zukunft des LF ist. Die vollständigen Antworten lauten:

Highlights

Grosses Interesse/Bereitschaft der Anbieter

Die Zusammenarbeit mit anderen Institutionen, Schulen und der LF-Organisation

Freude der Veranstalter - auch mit wenig Teilnehmern, Offenheit der Bevölkerung auf Fremdländisches (beste Besucherzahl und Teilnahme ganzer Nachmittag)

Der spontane Besuch eines türkischen Ehepaares, das erst seit kurzem in der Schweiz lebt.

Dass nach langem suchen sich spontan ein Hauptsponsor gemeldet hat

Reges Interesse bei älteren Personen

Dass man nur genügend Anbieter gewinnen kann, wenn man in der Region gut vernetzt ist.

Zu erkennen, dass ich in der Lage bin, eine solche Veranstaltung vorzubereiten und durchzuführen

Die Aktivitäten und die Stimmung auf dem Neumarktplatz am Samstag

Viele lachende und zufriedene Gesichter über alle Generationen ...

Dass alles so wunderbar geklappt hat, samt spez. eingerichtetes Bistro

Die reibungslose Zusammenarbeit zwischen dem Gehörlosenbund Schweiz und www.kafimobil.ch und dem Jugendhaus Münchenstein.

Unsere Information zum Lernfestival wurde in sämtlichen Gemeindeblättern veröffentlicht

Das Interesse und die Motivation der Teilnehmer.

Die schönen Flyer

Zusammenarbeit mit dem Verband der Gehörlosen

20 Std dabei zu sein ohne müde zu werden!

Der Jahrmarkt des Lernens

Dass unser LF gut besucht war und die Organisation bestens geklappt hat

Interkulturelles Mittagessen von Flüchtlingen gekocht

Die sehr gut besuchten Angebote: Eröffnungsveranstaltung, nächtliche Stadtführung, interkulturelles Mittagessen

Die spannenden, verschiedenen Workshops und interessierten Besucher!

Gutes Gelingen unseres Programms und breite Bekanntmachung im Publikum über die Bedeutung des gewählten Themen

Dass alle Stunden ausgefüllt waren

Aucun

Les rencontres avec la FSEA et les futurs prestataires

L'apertura con il regista Erik Bernasconi e Joel Pretot e la chiusura a Losone (im media per i due eventi 70 persone).

La sortie à l'extérieur avec des personnes motivées pour voir les chauves-souris dans la nature

l'intérêt du public et les remerciements des participants

Hürden

Werbeakquisition

Der Erstkontakt

Mehrere Standorte zu haben - Zeitfaktor für Medienarbeit und Bekanntmachung unterschätzt, Konkurrenz mit anderen Anlässen war massiv

Viel zu wenig Publikum und die Anbietenden in die Lage versetzen, dass sie für ihr Produkt selbst werben, die mangelnde Medienpräsenz

Sponsorensuche - habe das noch nie gemacht

Sehr schönes Wetter

Den potenziellen Anbietern ihren Nutzen klar zu machen, sie dafür zu motivieren.

Wir hatten kaum BesucherInnen. Das war sehr sehr ernüchternd

Medienarbeit

Den Anlass publik zu machen und die Bevölkerung zu motivieren zu kommen ...

Eigentlich keine

PR Arbeit. Wo bleibt die Presse?

Zusammenarbeit mit einzelnen Anbietern

Mangel an Anbietern

Organisation des ganzen Materials

Publikumsinteresse

Medienberichte online Arbeit

Das öffentliche Interesse

Distribution der Flyer an Interessierte, Interesse zu wecken

Unsere Zielgruppe (Menschen mit Migrationshintergrund) zu erreichen

Unsicherheit aushalten, ob Anbieter/innen und Geldgeber/innen gefunden werden

Das Lernfestival bekannt zu machen!

Sponsoring

Werbung bei der Zielgruppe

Le manque de coordination ROMANDE pour quelqu'un qui commence

Le manque de temps, le jeûne genevois

Non abbiamo avuto grandi ostacoli

Le manque de moyens financiers

Trop tôt dans la saison /beaucoup de manifestations dans le Jura ce vendredi/samedi

Wünsche

Auch im Business Bereich stärker verankern.

Die Basis noch zu verbreitern

Evaluation Zeitpunkt des Festivals - gibt es eine bessere Jahreszeit mit weniger Konkurrenzangeboten?

National und regionale Verknüpfungen herstellen, genaue Recherche was schon im Eventkalender ist und Vernetzungen anstreben, so kommt ein Filmfestival mit dem Lernfestival zusammen und konkurrenziert sich nicht.

Viele viele ganz 'neue' Besucher

Gutes Wetter

Kontinuität und ein breiteres Echo in der Bevölkerung (auch im Vorfeld)

Ganz einfach noch mehr Besucher und ein noch abwechslungsreicheres Programm

Gemeinsame schweizweite PR und Werbekampagne.

Bin sprachlos

Viele, viele Menschen anzusprechen und zum Mitmachen motivieren.

Dass die öffentlichen Schulen und Weiterbildungsinstitutionen, die staatliche Subventionen erhalten, daran teilnehmen

Mehr Zuhörer

Dass die Besucherzahl weiterhin steigt.

Konzentrierter, kürzer und bekannter

Dass es noch mehr Erfolg hat

Neuer Programmflyer & die Möglichkeit, gezielter, breiter Werbung zu platzieren!

Weitermachen

Nicht 24h. Andere Flyer

Trouver un remplaçant

Une meilleure organisation

Avere uno slogan che attira come quello di quest'anno

Avoir les ressources nécessaires (humaines et financières) pour pouvoir proposer quelque chose de plus concret

Recevoir l'appui financier des sponsors officiels pour étoffer la manifestation

4. Ausblick: Lernfestival 2011

Im Rahmen der Umfragen schauten die Beteiligten nicht nur zurück, sondern auch nach vorne:

4.1 Engagement von KoordinatorInnen und Anbietern

Die meisten diesjährigen **Anbieter** (64%) haben sich 2010 erstmals am Lernfestival engagiert. Gut ein Drittel der Anbieter (36%) war bereits an früheren Lernfestivals als Anbieter involviert. Nach ihrem künftigen Engagement befragt, bieten sie folgendes Bild:

Die Hälfte der Anbieter (50%) kann es sich vorstellen, nächstes Jahr wieder mitzumachen, 42% meinen, sie würden vielleicht wieder teilnehmen, während 8% der Befragten ein erneutes Engagement als Anbieter am Lernfestival nicht in Betracht ziehen.

Bei den **KoordinatorInnen** sieht das bisherige Engagement im Vergleich dazu wie folgt aus: Gut die Hälfte der diesjährigen KoordinatorInnen (55%) waren bereits an früheren Lernfestivals als KoordinatorIn tätig. Rund ein Drittel (37%) haben sich auch schon als Anbieter an Lernfestivals beteiligt. Jede/r fünfte KoordinatorIn (20%) brachte Erfahrung in beiden Funktionen – sowohl als KoordinatorIn wie als AnbieterIn – mit. Erstmals an einem Lernfestival engagiert haben sich ca. ein Viertel (27%) der diesjährigen KoordinatorInnen.

Bezüglich ihres künftigen Engagements zeigt die Umfrage folgendes Bild: Knapp die Hälfte der KoordinatorInnen (47%) kann sich eine Teilnahme im nächsten Jahr vorstellen, fast ein Drittel (31%) will vielleicht wieder mitmachen. Jede/r fünfte KoordinatorIn (22%) kann sich nicht vorstellen, nächstes Jahr wieder mitzuwirken, was aber nur teilweise mit dem Lernfestival zu tun hat. Bei Einzelnen kommt eine Teilnahme nächstes Jahr aus persönlichen oder beruflichen Gründen nicht in Frage (Bsp. Studienabschluss).

4.2 Das Lernfestival-Konzept

Im Jahr 2009 erfuhr das Lernfestival eine tiefgreifende konzeptionelle Neuerung: Statt alle 3 Jahre eine Festivalwoche fand im 2009 erstmals ein auf jährliche Wiederholungen angelegter Festivaltag statt. Das Lernfestival 2010 folgte – mit kleinen Anpassungen – demselben Muster wie 2009. Damit bietet die Ausgabe 2010 erstmals die Gelegenheit, zwei Ausgaben des neuen 24-Stunden-Konzeptes zu vergleichen.

Mögliche Festival-Varianten

In der Befragung 2009 wurden den KoordinatorInnen und den Anbietern 4 mögliche Varianten für die künftige Festivalorganisation zur Beurteilung vorgelegt. Zur Auswahl standen:

- (V1) **Jedes Jahr ein FestivalTag**, keine ganzen Festivalwochen mehr
- (V2) Zwei Jahre hintereinander 1 **FestivalTag**, dann 1 **FestivalWoche**
- (V3) Nur **alle 3 Jahre** eine **FestivalWoche**, keine FestivalTage
- (V4) Jedes Jahr eine FestivalWoche

Das Resultat fiel eindeutig aus: Rund 70% der Anbieter und KoordinatorInnen beurteilten die Variante eines jährlichen LF-Tags (ohne Festival-Wochen) als gut oder sehr gut. Keine der übrigen Varianten fand bei den Befragten Unterstützung. Am schlechtesten schnitt die Variante 2 ab, d.h. die Kombination von Festivalwochen und Festivaltagen. Rund 60% der Befragten hielten die Variante für schlecht oder sehr schlecht.

Auf der Basis dieses klaren Resultates haben wir darauf verzichtet, diese Fragen in der Evaluation 2010 nochmals zu stellen. Die Kommentare zu offenen Fragen in der Evaluation 2010 bestätigen im Übrigen, dass sowohl KoordinatorInnen wie Anbieter eine eindeutige Präferenz für das Modell des Festivaltags haben.

Das 24-Stunden-Konzept

Die Einschätzung der **KoordinatorInnen** zeigt deutliche Unterschiede gegenüber dem Vorjahr. Am geringsten ist die Verschiebung bei der Idee, während 24 Stunden Veranstaltungen anzubieten. Die entsprechende Bewertung ist leicht gesunken. Deutlicher ins Negative verschoben hat sich die Bewertung der Idee, Programme mit 24 Anbietern zu erstellen. Fand letztes Jahr noch über die Hälfte der KoordinatorInnen diese Idee gut oder sehr gut, teilt jetzt nur noch jede/r Dritte diese Sicht. Überhaupt sind sich die KoordinatorInnen in diesem Punkt uneinig: Ein Drittel hält die Idee für schlecht, ein Drittel für mittelmässig und ein Drittel für gut/sehr gut.

Grössere Einigkeit herrscht bezüglich Slogan: Drei Viertel der KoordinatorInnen (73%) bewerten den diesjährigen Slogan «Nur für Neugierige» als gut/sehr gut. Damit hat der Slogan 2010 den letztjährigen Slogan in der Gunst der KoordinatorInnen bei weitem überholt – der Slogan «Die Schweiz lernt – 24 Stunden» erhielt letztes Jahr nur gerade von 45% die Note gut/sehr gut.

Die Einstellung der Anbieter gegenüber der Konzeptidee ist praktisch unverändert gleich wie im Vorjahr. Eine leichte Verschiebung zeigt die Einschätzung des Slogans: «Nur für Neugierige» kommt bei den Anbietern – ganz im Gegensatz zu den KoordinatorInnen - etwas schlechter an als der letztjährige Slogan «Die Schweiz lernt – 24 Stunden».

	Schlecht	Mittelmässig	Gut-sehr gut
Idee, während 24 Std Veranstaltungen anzubieten	K: 26% (19%)	K: 30% (33%)	K: 44% (48%)
	A: 22% (23%)	A: 27% (27%)	A: 51% (49%)
Idee, einen Fahrplan mit 24 Anbietern zu erstellen	K: 33% (19%)	K: 33% (29%)	K: 33% (52%)
	A: 19% (18%)	A: 30% (28%)	A: 52% (54%)
Slogan «Nur für Neugierige» (2009: «Die Schweiz lernt – 24 Std»)	K: 8% (15%)	K: 19% (40%)	K: 73% (45%)
	A: 24% (20%)	A: 27% (31%)	A: 49% (49%)

Tab. 6: Konzeptidee. Einschätzung der KoordinatorInnen (K) + Anbieter (A).

(Zahlen in Klammern: Wert für 2009)

** Für die obige Tabelle 6 wurden die Noten gruppiert:

1–2 = schlecht; 3–4 = mittelmässig; 5–6 = gut bis sehr gut.

Kommentare der Anbieter

Zahlreiche positive Kommentare bekommt die Idee, 24 Veranstalter zu akquirieren. Zwar stellen einige die Vorgabe einer definierten Zahl in Frage, aber die Tatsache, dass jedes Programm eine Vielfalt an Anbietern umfasst, erzielt in den Kommentaren der Anbieter durchwegs positives Echo. Für einige dürften es gerne auch mehr als 24 Anbieter sein. Manche plädieren dafür, auf nationaler Ebene überhaupt keine Zahlen vorzugeben und die Entscheidung über Anzahl Anbieter und Stunden stattdessen den KoordinatorInnen und Anbietern zu überlassen.

Wie schon im letzten Jahr, beurteilen zahlreiche Anbieter die Nachtstunden (und die frühen Morgenstunden) auch dieses Jahr als problematisch. Trotzdem war die Zufriedenheit mit der eigenen Platzierung im Programm dieses Jahr klar höher als im letzten Jahr. Vereinzelt wird vermutet, das 24-Stunden-Modell passe gut für Städte mit ihrer Rund-um-die-Uhr-Mobilität, aber nicht für ländliche Gebiete.

Die grundsätzlichere Problematik der Nachtstunden bringt ein Anbieter prägnant auf den Punkt: «In den Stunden zwischen Mitternacht und morgen gehen auch neugierige lieber schlafen - als wachzubleiben, bis dann um 03.00 ein sie interessierender Workshop stattfindet.»

In Frage gestellt wird teilweise auch der Slogan. Während die Einen den Slogan als offen, einladend, pfiffig empfinden, nehmen andere den Ausdruck «Nur für Neugierige» als einschränkend oder ausgrenzend wahr. Weitere Kommentare reichen vom Vorschlag, auf einen Slogan zu verzichten, bis hin zum Vorschlag, den Slogan wie eine dauerhafte Marke zu behandeln statt ihn jedes Jahr zu wechseln.

Kommentare der KoordinatorInnen

Trotz des hohen Aufwandes sehen viele KoordinatorInnen die Erfahrung des LF 2010 als Bereicherung und sind motiviert dranzubleiben.

Einige bezweifeln allerdings, ob Konzept und Slogan das anvisierte Zielpublikum erreichen können. Das Thema sei teilweise zu breit und auf gut Gebildete ausgerichtet. Kritik erhalten wie bei den Anbietern auch hier die Nachtstunden, wobei einige sie gern streichen würden, während andere im Gegenteil Events zu ungewohnten Zeiten spannend finden und feststellen, man müsse tolle Ideen finden, um diese Stunden gut zu nutzen.

Beim 24-Stunden-Konzept werden diverse Probleme mit den 1-Stunden-Einheiten erwähnt. Das deckt sich mit den Rückmeldungen vieler Anbieter, denen die 1 Stunde als Einheit ein zu enges Korsett ist, das oft nicht zum Inhalt der Angebote passt.

4.5 Wünsche der Anbieter an die KoordinatorInnen

Diese Wünsche konzentrieren sich auf folgende Aspekte (zusammengefasst aus den offenen Antworten im Fragebogen):

- Mehr Werbung und Medienarbeit
- Frühere Planung
- Datum überdenken
- Bessere Organisation
- Attraktiver, übersichtlicher Flyer
- «Gut zum Druck» für die Flyers
- Verbesserung des Online-Kalenders
- Teilnehmerfreundliche Zeitpläne
- Keine Nachtstunden
- Attraktiver Slogan
- Einführung von Mottos, z.B. Gastländer (internationaler Anlass → grössere Bekanntheit)
- Einbezug von Schulen, Familien
- Klare Definition des Zielpublikums (statt: alles für alle), weniger Jekami
- Gemeinden und Behörden involvieren
- Bekannte Trägerschaft + fixer Termin im Jahreskalender
- Bessere Vernetzung im Vorfeld (Bsp. Meeting der Anbieter)
- Breiteres Angebot
- Koordination der Musik zu den Programmen
- Bessere Erreichbarkeit der KoordinatorInnen während Ferienzeiten
- Bessere Kommunikation der KoordinatorInnen (Bsp Beantwortung von Mails)
- Vertiefte Kenntnisse über den (Weiter-)Bildungsmarkt

4.4 Wünsche der Anbieter an den SVEB

Diese Wünsche konzentrieren sich auf folgende Aspekte (zusammengefasst aus den offenen Antworten im Fragebogen):

- Termin überprüfen (evtl. in eine «tote» Zeit verlegen)
- Zeitplan überdenken (Bsp. Nachtstunden)
- Kontakt mit grossen Firmen aufnehmen, die Erfahrung mit solchen Anlässen haben
- Frühzeitigere Planung
- Attraktiver Flyer
- Interkantonale, Grenzen sprengende Angebote statt Pflege des eigenen Gärtchens
- Bekanntheitsgrad des LF steigern
- Durchführungsorte überdenken, zentralen Standort prüfen
- Stadt/Land-Unterschiede berücksichtigen
- Starke Medienpräsenz
- Mehr nationale Werbung und Unterstützung der regionalen Werbung
- Ein Dankeschön an die Anbieter während der Eröffnungsveranstaltung
- Übersetzungs-Budget, damit bestimmte Events in mehreren Sprachregionen angeboten werden können
- Das LF im Voraus professioneller promoten
- Plakatfarben ändern: freudigere, lustvolle Farben statt der bisherigen technisch-kalten
- Schwerpunkt MigrantInnen
- Werbung in Schulen, höheren Schulen, Lehrbetrieben und Gemeinden

4.5 Wünsche der KoordinatorInnen an den SVEB

Diese Wünsche konzentrieren sich auf folgende Aspekte (zusammengefasst aus den offenen Antworten im Fragebogen):

- Frühere Planung (1 Jahr im Voraus)
- Das Datum im Voraus bei möglichst vielen nationalen Agendas eintragen lassen
- Konzept grundsätzlich überdenken, Thema und Zielgruppen enger definieren
- Breitere Einbettung in nationale Kampagnen
- Gleichen Support wie dieses Jahr
- Klar und frühzeitig kommunizieren, welche Unterstützung (Werbung, Finanzen) geboten wird
- Flexiblere Zeitfenster
- Plakatkampagne, mehr nationale Werbung
- Unterstützung bei der regionalen Werbung
- Ansprechenderes Werbematerial (Farben, Design, mehr Mut und Lernlust statt kaltem SBB-Prospekt-Design)
- Erklären, welche Werbemittel wozu taugen
- Breiter abgestützte Medienkampagne im Vorfeld, Vorberichte in Radio und TV inszenieren
- Starke Medienpräsenz
- Bessere Programmflyer, übersichtlicher, mehr individuelle Gestaltungsmöglichkeiten
- Vorlage für Programmflyer, wo Zeiten und Dauer durch die Anbieter angepasst werden können
- Programm auf Lesetauglichkeit (Bsp. ältere Menschen) überprüfen
- Online-Eingabe im Veranstaltungskalender verbessern
- Eine national bekannte Persönlichkeit als Gotte/Götti wählen und mit ihr das Marketing verstärken
- Mails im Titel klar bezeichnen (Bsp. «Termin mit X»)
- Begriff «Lern» aus dem Festival streichen
- Klären und klar kommunizieren, wozu der «Knüddel» gut sein soll
- Vernetzung mit grösseren Organisationen (Bsp. Bäckernacht) und Abstimmung der Events
- Eventagentur engagieren statt 20 KoordinatorInnen

Tabellen und Abbildungen

	Seite
Abb. 1: Zufriedenheit mit der Platzierung im Programm	4
Tab. 1: Nutzung diverser Kanäle für die Informationsverbreitung zum LF	5
Tab. 2: Aufwand der KoordinatorInnen für die einzelnen Aufgaben	6
Tab. 3: Eckdaten LF 2009 und LF 2010 im Vergleich	8
Tab. 4: Erwartungen der Anbieter	9
Tab. 5: Erwartungen der KoordinatorInnen	9
Tab. 6: Nutzen der SVEB-Dienstleistungen für die KoordinatorInnen	11
Tab. 6: Konzeptidee. Einschätzung der KoordinatorInnen und Anbieter	16
Tab. 7: Eckdaten im Überblick (Vergleich LF 2009 und LF 2010)	15