



Erasmus+ Jahrestagung 2016

Beschreibung Gesprächskreis 1

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

Moderation: Melanie Pichler, Regionalstelle für Erasmus+: Jugend in Aktion

Expert/innen:

- **Claudia Linditsch**, FH Joanneum GesmbH (Berufsbildung: Erasmus+ KA2 Projekt "Social Media Training to Combat Unemployment Among Higher Education Graduates")
- **Maria Pichlbauer**, Servicereferat EU/Internationalisierung, Landesschulrat für Steiermark (Schulbildung: Erasmus+ KA1 Projekt "Innovative Praktiken im Bereich des allgemeinen und fachspezifischen Lesens im europ. Vergleich")
- **Rainer Svacinka**, Boku Wien (Hochschulbildung: Wissensallianz „European Food Studies & Training Alliance“)
- **Marc Germeshausen**, Verein Gemma (Erasmus+ Jugend: KA1 Projekt „EVS goes Carinthia“)

Rapporteurin:

Annibelle Seilern, 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?

Marc Germeshausen berichtet, dass sein Verein an höheren Schulen zur Bewerbung des Erasmus+ Programms EU-Frühstücke organisiert. Bei diesen erzählen Freiwillige „testimonials“ (In- und Outgoings) von ihren Erfahrungen im Ausland. Durch diese Erfahrungsberichte werden die Hard-Facts abgedeckt, in einem „face to face“ Ausklang mit Frühstück können Interessierte noch mehr Details erfahren. Jedes Monat wird eine Schule besucht, insgesamt sind es 8 Termine/Jahr. Es werden neben der Programmschiene Europäischer Freiwilligendienst auch „Jugend Begegnungen“ beworben.

Maria Pichlbauer betont, dass von Anfang an geplant war, das Projekt auf eine breite Basis zu stellen. Deswegen wurden neben Lehrer/innen waren auch Direktor/innen und alle Landesinspektor/innen der Steiermark involviert. Es wurde versucht, alle die bereits zu dem Thema des Projektes aktiv waren, miteinzubeziehen. Auch eine PH wurde zur wissenschaftlichen Auswertung des Projektes involviert, mit dem Plan auf Basis der Ergebnisse eventuell ein neues Projekt zu initiieren.

Zu Marketingzwecken wurde der Titel geändert, denn ein ziehender Titel ist laut Maria Pichlbauer für eine effektive Öffentlichkeitswirkung essentiell. Um auch die Politik für das Projekt zu interessieren, wurde die EU-Abteilung des Landes über das Projekt informiert.

Wesentlich ist für Maria Pichlbauer, allen aktiven Mitarbeiter/innen im Projekt eine entsprechende Wertschätzung entgegen zu bringen. Deshalb wurden bei der Evaluierungsveranstaltung alle Beteiligten eingeladen und vom Landeshauptmann unterschriebene „Dankes-Urkunden“ verteilt. Zur Erzielung einer Breitenwirkung sollte das Projekt in der Gesellschaft verankert werden, nicht nur in der Schule bzw. in der Einrichtung der Projektträgerin/des Projektträgers.

Die Plattform „eTwinning“ wurde zur Kommunikation aber auch als Marketingtool eingesetzt. Für den Schulbereich ihres Erachtens eine sehr sinnvolle Vernetzungsplattform.

Valor empfindet Maria Pichlbauer als nicht sehr effektives Marketingtool, da diese Datenbank immer befüllt und upgedatet werden muss. Darüber hinaus ist sie der Meinung, dass jede Schule ihr eigenes hart erarbeitetes Firmennetzwerk hat und dieses nicht unbedingt auf einer Plattform teilen möchte.

Sinnvoll ist es, auf regionaler Ebene Ansprechpersonen zu haben, an die Empfehlung aus dem Projekt weitergegeben werden können, damit diese dann eine dementsprechende Verbreitung der Thematik in der Region unterstützen.

Maria Pichlbauer plädiert für ein Koordinierungsbüro, das z.B. eine Konferenz zu einem spezifischen Thema organisiert, bei der thematisch gleich oder ähnlich gelagerte Projekte eine Plattform bekommen, um die Projektoutputs zu verbreiten, zu verwerten und zu nutzen.

Ein Diskussionsteilnehmer kritisiert, die starke organisatorische Trennung im Programm von formaler und non-formaler Bildung. Er empfindet es als Manko des Programms, dass es keine Möglichkeit für Kinder zwischen 8 und 14 Jahren gibt, im Rahmen des non-formalen Bereichs am Programm Erasmus+ teilzunehmen.

Rainer Svacinka koordiniert vorwiegend Projekte im Food Bereich, bei denen es um die Zusammenarbeit zwischen akademischer Ausbildung und Wirtschaft geht, zwischen Universität und Unternehmen. Auch Entrepreneurship ist ein Thema. Grundsätzlich merkt Rainer Svacinka hierzu an, dass die Industrie auf Grund der Konkurrenz kein Wissen verlieren möchte. Das heißt, wird die Ausbildung an die Anforderungen eines Industrieunternehmens angepasst, dann profitieren auch die anderen Unternehmen von den Absolvent/Innen der Ausbildung, was natürlich nicht im Interesse des Initial-Unternehmens ist. Deshalb basiert in diesem Bereich alles auf persönlichen Kontakten und dem einzelnen Bedarf der Unternehmen. Die Hochschule hat hier den Vorteil, als neutral zu gelten und hat dadurch die Möglichkeit gegebenenfalls zwei Firmen zusammenzubringen. Multiplier für Projektergebnisse sind laut Rainer Svacinka insbesondere Fachverbände.

Frage: Inwieweit werden Facebook & Social Media zur Disseminierung verwendet?

Zu Marketingzwecken nutzt Rainer Svacinka gerne Facebook, denn im Gegenteil zu einer Webseite – hierbei Bedarf es immer eines Zwischenschritts - ist es auf Facebook sehr einfach Dinge hinaufzuladen. Darüber hinaus kann es auch weit informeller genutzt werden als eine Webseite. Ein weiterer Vorteil ist, dass etwas einmal Online Gestelltes auf Facebook sehr einfach wieder gelöscht werden kann. Er empfiehlt eine eigene Seite pro Projekt zu verwenden.

Marc Germeshausen schaltet viel Werbung auf Facebook und verwendet Facebook zur Partnersuche für Folgeprojekte.

Maria Pichlbauer schätzt die Möglichkeit bei Facebook Beiträge teilen zu können.

Claudia Linditsch erzählt in diesem Zusammenhang von ihrem Projekt SALE, bei dem es darum geht die Arbeitslosigkeit von Jungeuropäern zu verringern, indem diesen geholfen wird, Social Media zu ihrem Vorteil zu nutzen. Wie kann das Profil in den Social Media des Einzelnen, z.B. das Profil auf linked in, verbessert werden, um die eigene Attraktivität zu erhöhen und die Chancen zu erhöhen am europäischen Arbeitsmarkt einen Job zu erhalten.

Die Projektträgerin bedauert, dass auf Grund der knappen finanziellen Mittel die Ergebnisse ihres Projektes nur an ihrer eigenen Hochschule vermarktet werden können, jedoch für weitere Disseminierungsaktivitäten kein Geld mehr vorhanden ist. Eine Übernahme des Produkts seitens des AMS ist nicht möglich, da es nicht zertifiziert ist.

In den Partnereinrichtungen wird das Social Media Training zwar in den Unterricht eingebunden, wodurch die Nachhaltigkeit zwar erhalten wird, doch können keine weiteren Disseminierungsschritte auf Grund der mangelnden finanziellen Mittel gesetzt werden.

Themenblock 2: Wirkung & Nachhaltigkeit

Frage: Was wird für eine nachhaltige Wirkung des Projektes neben mehr finanziellen Mitteln benötigt?

Maria Pichlbauer regt dazu an, bereits bei der Planung des Projektes die Nachhaltigkeit mit zu bedenken. Zum Beispiel durch die zukünftige Einspeisung des Ergebnisses in ein Nachfolgeprojekt von einer andern Institution, wie in ihrem Fall, in ein PH Forschungsprojekt. Ihre Empfehlung: von Anbeginn die möglichen Wiederverwertungsmöglichkeiten einzuplanen, um die Nachhaltigkeit zu gewährleisten. Wichtig ist eine Projekt-Evaluierung, um möglichst viel dazuzulernen und den Status Quo zu kennen.

Marc Germeshausen berichtet, dass die letzten zwei Tage eines Trainingskurses im Rahmen eines Projektes immer dazu genutzt werden, an neuen Projektideen zu arbeiten, in dem Sinn, welche Länder können zu welchen Themen miteinander kooperieren.

Rainer Svacinka meint, dass die Verlinkung von zwei Projekten oder einem Projektergebnis und einem neuen Projekt manchmal kritisch ist, da der Verdacht einer Doppelfinanzierung aufkommen könnte.

Es stellt sich für ihn die Frage, wie Know-How an die eigenen Institution hereingeholt werden kann, z.B. durch die Übernahme eines Kurs von einer anderen Institution, angepasst an die eigene Institution, ohne dass der Verdacht auf Doppelfinanzierung entsteht?

Seiner Meinung nach wäre es auch sinnvoll, wenn es die Möglichkeit gäbe, thematisch gleiche Projekte vernetzten zu können und zwar gleich beim Antrag bzw. der Antragsgenehmigung, insbesondere bei zentral eingereichten Projekten. Zusätzlich wäre es zielführend seitens der europäischen Kommission die Möglichkeit zu geben, in dieser Genehmigungsphase Projekte umschreiben zu können, sodass nicht zwei Thematisch ähnliche Projekte gleichzeitig durchgeführt werden, sondern diese Projekte zusammengelegt werden. Hierfür bräuchte es das aktive Zukommen seitens der Kommission auf die Projektantragsteller/innen.

Die Diskussionsteilnehmer/innen loben die gute Unterstützung seitens des OeAD und des IZ in Österreich, insbesondere im Vergleich zu anderen Ländern ist diese in Österreich sehr gut.

Empfehlungen

- Installation von Schulbildung-Koordinationsstellen in den Regionen, verankert in der/den Schulbehörden sowie ev. EU-Teams in den Schulen.
- Zusammenlegung aller EU-Webseiten für Bildung bzw. Verlinkung dieser, damit sie leichter bzw. überhaupt gefunden werden.
- Meta-Marketing und Meta-Linking von ähnlichen Projekt durch Koordination in Brüssel.
- Erhöhung der Nachhaltigkeit von Projektergebnissen, indem Projekte bzw. Projektergebnisse mehrfach genutzt werden (können) --> recycled projects.
Keine Anforderung der Innovation in allen Programmbereichen, denn wie bei z.B. Jugend in Aktion sind die Nutznießer des Projektes andere auch wenn das Thema dasselbe bleiben sollte.
- Mehr Austausch auf politischer Ebene und diesbezügliche Unterstützung seitens der Nationalagentur.
- Pluspunkte bei der Bewertung von Projekten, die Projektergebnisse aus Vorgängerprojekten oder aus Parallel-Projekten aufgreifen bzw. nutzen.
- Eine eigene Kostenstelle für die Disseminierung (nicht als Teil des Projektmanagementbudgets).
- Unterstützung und Schulungen seitens der NA für Trainings, Schulungsmaßnahmen, etc.
- Eine Möglichkeit für Kinder zwischen 8 und 14 Jahren, im Rahmen des non-formalen Bereichs am Programm Erasmus+ teilzunehmen.