

Evaluationsbericht Projekt like2be

Evaluation der Projektarbeiten



Dr. Janine Lüthi

Gwendolin Mäder, M.A.

Monika Hofmann, M.A.

Inhaltsverzeichnis

1.	Evaluationskonzept.....	3
2.	Evaluation der Spielentwicklung	3
2.1	Test des Spiels in Schulklassen.....	3
2.2	Anpassungen aufgrund des Tests.....	5
3.	Evaluation der Begleitmaterialentwicklung	6
3.1	Test des Begleitmaterials	6
3.2	Anpassungen aufgrund des Tests.....	7
4.	Evaluation der Kommunikationsmassnahmen	7
4.1	Kommunikationsmaterialien	7
4.2	Stakeholder und Multiplikator_innen	8
4.3	Versendungen	11
4.4	Newsletter	11
4.5	Publikationen.....	12
5.	Evaluation der Webseite-Aufrufe und Kartenset-Verteilung	13
5.1	Statistik der Webseite-Aufrufe.....	13
5.2	Statistik der Kartenset-Verteilung.....	13
6.	Bilanz.....	14

1. Evaluationskonzept

Der vorliegende Bericht gibt eine Übersicht über die Evaluation einzelner Phasen und Schritte im Projekt like2be. Das Projekt war ein Folgeprojekt des vorangegangenen SNF-Agora-Projektes "I'd like to be..." - A game promoting gender-atypical career choice. Das Projekt like2be startete im April 2017 und endete im Oktober 2018. Like2be wurde mit Beiträgen des Eidgenössischen Büros für die Gleichstellung von Frau und Mann (EBG), der Stiftung Mercator Schweiz, des Staatssekretariats für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI) und von Fachstellen für Gleichstellung der Kantone Basel-Stadt und Bern finanziert. Aus dem Projekt entstand das Produkt like2be, ein elektronisches Lernspiel zur Unterstützung der gender-sensiblen Berufswahl sowie ein Kartenset als didaktisches Begleitmaterial zur Anwendung im Unterricht.

Die Projektarbeiten fokussierten zunächst auf inhaltliche und technische Verbesserungen des elektronischen Spiels, die mittels Spieltests eruiert wurden. Im Hauptteil des Projekts aber lag der Fokus auf der Entwicklung des didaktischen Begleitmaterials und auf der Promotion des Produkts. Dieser Evaluationsbericht richtet sich nach den Arbeitsschritten des Projekts. Er beinhaltet zum einen die Evaluation des Spiels und die darauf basierenden inhaltlichen und technischen Verbesserungen. Der Schwerpunkt liegt auf der Evaluation der beiden Hauptarbeiten des Projekts: die Entwicklung des didaktischen Begleitmaterials und die Promotionsmassnahmen. Weiter enthält der Bericht Statistiken der Webseite und des Kartensetbestandes. Der Bericht schliesst mit einer Bilanz zum Gesamtprojekt.

2. Evaluation der Spielentwicklung

Das Ziel im Rahmen der Spielentwicklung war die technische und inhaltliche Erweiterung und Verbesserung von "like2be 1.0". Erste Rückmeldungen nach der Lancierung des Spiels und eigene Erfahrungen betrafen in erster Linie Mängel hinsichtlich des Tutorials und der Geschwindigkeit im Spiel. Neben internen Tests wurde das Spiel durch Schulklassen getestet, um den Verbesserungsbedarf zusammen mit der Zielgruppe zu identifizieren.

2.1 Test des Spiels in Schulklassen

Von Mai bis Juni 2017 fanden zu diesem Zweck Spieltests in Schulen statt, um das Spiel von der Zielgruppe auf inhaltliche und technische Schwächen zu testen und so Fehler, Lücken und Unklarheiten identifizieren zu können. Getestet wurden in der 8. Klasse Sek und Real an der Oberstufenschule Vechigen und in der 7. Klasse Real am Progymnasium Thun.



Erhebungsmethode

Die Spieltests fanden in den Informatikräumen der jeweiligen Schulen statt. Aufgeteilt in zwei Klassenhälften, spielten die Jugendlichen während rund dreissig Minuten das Spiel an individuellen Computern. Dabei wurden sie vom Projektteam beobachtet. Als Grundlage für die Beobachtung diente ein Beobachtungsleitfaden. Beobachtet wurde zum Beispiel, ob das Spiel mit dem Tutorial selbsterklärend ist, ob das Spieltempo angemessen ist und ob die Jugendlichen während der gesamten Spieldauer motiviert und konzentriert bleiben. Bei Fragen konnten sie die Jugendlichen direkt an das Projektteam werden und auch das Projektteam fragte je nach Situation direkt bei den Jugendlichen nach, zum Beispiel weshalb sie sich für einen Spielzug entschieden haben oder wie sie die Geschwindigkeit der Sprechblasen einschätzen. Anschliessend wurden die Jugendlichen in kleinen Gruppen anhand eines Leitfadens zum Spielverlauf befragt. In einem ungefähr fünfzehnminütigen Gespräch wurde so erfragt, was den Jugendlichen am Spiel gefallen hat und was nicht, wo sie generell Verbesserungspotential sehen und wie sie einzelne Aspekte wie zum Beispiel Spielgeschwindigkeit, Spieldauer oder Feedbackart beurteilen.

Resultate

Die Spieltests in Schulklassen zeigten, dass like2be 1.0 als Spiel grundsätzlich sehr gut funktioniert und bei Jugendlichen gut ankommt, so dass sie während der ganzen Spielzeit konzentriert und motiviert gespielt haben. Die Spielinhalte sind ausreichend um mindestens eine Unterrichtslektion ohne Wiederholungen zu füllen, was den Anforderungen entspricht. Inhaltliches Verbesserungspotential zeigte sich vor allem hinsichtlich des Tutorials und des Feedbacks jeweils am Ende eines fiktiven Spieltages. Das Tutorial der Version 1.0 des Lernspiels bestand aus einem erklärenden und mit Bildern illustrierten Text, den man herunter scrollen musste, um ihn bis ans Ende zu lesen. Die Tests ergaben, dass nur wenige Jugendliche die Erklärungen bis zum Ende gelesen haben. Das inhaltliche Feedback der Version 1.0 bestand aus einer schlichten Rückmeldung darüber, ob die Personen korrekt vermittelt wurden (ohne Angaben dazu, welche der Personen falsch vermittelt wurde). Das mündliche Feedback der Jugendlichen zeigte, dass detaillierteres Feedback erwünscht ist und zum Spielreiz beitragen kann. Weiter wurden einige technischen Schwächen beim Spieltest identifiziert:

Nicht-synchroner Sound, Fehlprogrammierung bei Feedback sowie das Spieltempo. Für die Mehrheit der Jugendlichen passte das Spieltempo, für einige Jugendliche war es aber zu schnell.

2.2 Anpassungen aufgrund des Tests

Die Spieltests haben ergeben, dass das Spiel grundsätzlich sehr gut funktioniert. Sie haben aber auch einige inhaltliche und technische Schwachstellen aufgezeigt. Tabelle 1 zeigt überblickartig die wichtigsten Schwächen der Version 1.0 und die daraus resultierenden Anpassungen:

Tabelle 1: Schwächen und Anpassungen für die weitere Spielentwicklung

Inhaltlichen Schwächen	Inhaltliche Anpassungen
1) Tutorial wurde nicht zu Ende gelesen	Interaktives Tutorial
2) Feedback zu wenig detailliert	Im Feedback wird ersichtlich, wer korrekt und wer falsch vermittelt wurde
Technische Schwächen	Technische Anpassungen
3) Nicht synchroner Sound	Fehler wurde behoben
4) Programmierfehler der Feedbacks	Fehler wurde behoben
5) Spielgeschwindigkeit passt nicht für alle	Tempoanpassung (verschiedene Niveaus möglich)

Für das Tutorial wurde entschieden, dieses dem Zielpublikum besser anzupassen und es interaktiver zu gestalten. Das komplett neu gestaltete Tutorial beinhaltet nun die Interaktion der Spielenden mit einer fiktiven Chefin. Diese spricht mittels kurz gehaltenen Textblasen zu den Spielenden und erklärt ihnen die Aufgaben. Die Jugendlichen müssen, damit das Tutorial fortschreitet, die erklärten Inhalte anklicken und werden so bereits vor Spielbeginn mit den Spielmöglichkeiten vertraut. Das neue Tutorial ist durch die Interaktion somit einerseits ansprechender gestaltet. Andererseits wird nun sichergestellt, dass alle Jugendlichen die Spielanweisungen bis zum Ende lesen.

Das inhaltliche Feedback wurde so verbessert, dass nach jedem verstrichenen Tag angezeigt wird, welche Personen korrekt und welche falsch vermittelt wurden. Fotos der korrekt vermittelten Personen werden dann automatisch an die fiktive Bürowand geheftet. So ist zu jedem Zeitpunkt ersichtlich, wie viele Personen schon erfolgreich vermittelt wurden. Das Anheften der Fotos trägt zudem visuell zum Spielreiz bei und wird von den Jugendlichen sehr geschätzt.

Der nicht synchrone Sound und die Programmierfehler beim Feedback wurden behoben. Ausserdem wurden verschiedene Spielgeschwindigkeiten ins Spiel integriert. So werden die Jugendlichen nach der ersten Spielrunde gefragt, ob ihnen das Spiel zu langsam oder zu schnell ist. Mit Mausclick können sie das gewünschte Spieltempo wählen. Möglich sind drei verschiedene Geschwindigkeiten. Sämtliche Anpassungen wurden von August bis Oktober 2017 vorgenommen.

3. Evaluation der Begleitmaterialentwicklung

Ursprünglich war die Entwicklung eines didaktischen Handbuchs geplant, welches Lehrpersonen den Zugang zum Spiel und zur Thematik erleichtern sollte. Nach der ersten Sitzung mit der Projektpartnerin LerNetz AG zeichnete sich aber die Strategie ab, die Ressourcen zu bündeln und das didaktische Produkt so zu gestalten, dass es gleichzeitig auch zur Kommunikation dient. Es entstand die Idee eines Kartensets in A6-Format, welches Erklärungen zum Lernspiel, Tipps zur Anwendung im Unterricht und didaktische Hilfestellungen zur inhaltlichen Vertiefung beinhalten sollte. Die Entwicklung der Karteninhalte geschah im Projektteam und in Zusammenarbeit mit der LerNetz AG. Ein erster Prototyp wurde durch drei Mitglieder der Trägerschaft gesichtet und kommentiert, woraufhin bereits erste Anpassungen gemacht werden konnten. So entstand ein Set à 46 Karten, die beidseitig bedruckt all die oben genannten Punkte abdecken. Der Fokus liegt dabei klar auf den didaktischen Inputs und Hilfsmaterialien, die mit 39 Karten auch mengenmässig den Schwerpunkt ausmachen.

3.1 Test des Begleitmaterials

Im November 2017 wurde das Begleitmaterial durch zwei Berufsberatende, fünf Lehrpersonen und eine Gleichstellungsbeauftragte getestet. Das Ziel war, das Kartenset auf Attraktivität, Verständlichkeit, Einfachheit und Informationsgehalt zu überprüfen.

Erhebungsmethode

Das Kartenset wurde physisch oder als PDF per Email an die Testteilnehmenden verschickt. Die Lehrpersonen wurden gebeten, das Set im Unterricht zu testen. Mit dem Kartenset wurde ein kurzer Fragebogen verschickt, der die folgenden Fragen enthielt:

- Was ist Ihr erster Eindruck zum Kartenset (inhaltlich, graphisch, Aufbau)?
- Ist es einfach anwendbar für den Unterricht, einfach zugänglich und verständlich?
- Ist alles dabei, was benötigt wird? Wenn nicht, was fehlt?
- Ist der zeitliche Aufwand (Aufteilung auf ca. 2 Lektionen) realistisch?
- Was sind Ihrer Meinung nach die Stärken/Schwächen dieses Begleitmaterials?
- Würden Sie es selbst anwenden? Würden Sie das Spiel und Kartenset weiterempfehlen?
- Haben Sie sonstige Anregungen, Kommentare oder Verbesserungsvorschläge?

Die Testteilnehmenden schickten ihre Rückmeldungen schriftlich.

Resultate

Die Rückmeldungen der Testteilnehmenden waren grösstenteils positiv. Die Mehrheit fand das Kartenset auf den ersten Blick sehr ansprechend und logisch aufgebaut. Die Inhalte sind verständlich mit Ausnahme einiger kürzeren Textpassagen, die zu Unklarheiten führten. Geschätzt wurde die Passung der Inhalte an den Lehrplan 21. Die Anknüpfung und Ergänzung zum das elektronische

Lernspiel wurde ebenfalls als sinnvoll und logisch bewertet. Für den Unterricht sei das Kartenset einfach anwendbar. Der Zugang sei schnell und leicht, und der Aufwand zur Vorbereitung angemessen. Die Themenschwerpunkte und Methoden zur Erarbeitung wurden positiv bewertet. Der zeitliche Aufwand von zwei Lektionen wurde als eher knapp beurteilt. Einige Lehrpersonen schlugen vor, den Rahmen etwas zu strecken, da das Material viel mehr hergebe. Gleichzeitig wurde auch hervorgehoben, dass das Kartenset individuell eingesetzt werden könne. Abzüge erhielt das Kartenset auf den ersten Blick bei einer Lehrperson hinsichtlich der Grafik. Eine weitere Lehrperson gab als Schwäche an, dass ein Kartenset bei grösseren Klassen womöglich nicht ausreichen würde, dass in diesem Fall aber ein zweites hinzugezogen werden könnte.

3.2 Anpassungen aufgrund des Tests

Es wurden diverse kleinere sprachliche Anpassungen vorgenommen und schwer verständliche Textpassagen umformuliert und vereinfacht beziehungsweise präzisiert. Basierend auf Hinweisen der Testteilnehmenden, wurde der Name einer Spielfigur ersetzt, weil er falsch ausgesprochen schnell missverstanden werden könnte. Der Begriff "Berufsberater_in" wurde bei den Erläuterungen zum Spielablauf im Kartenset durch "Berufcoach" ersetzt, da Berufsberater_innen keine Entscheide für Ratsuchende treffen, wie dies im Spiel passiert. So ist der Begriff "Berufcoach" angemessener. Die Angabe der Lektionen wurde auf zwei bis vier Lektionen ausgeweitet um der Menge an Inhalten und gleichzeitig der Flexibilität im Umgang mit den Inhalten gerecht zu werden.

4. Evaluation der Kommunikationsmassnahmen

Ab Januar 2018, als das Kartenset gedruckt vorlag, wurde die Kommunikation des Produkts intensiviert. Die LerNetz AG entwickelte ein detailliertes Kommunikationskonzept, das sich an den Zielen orientierte, das Produkt auffindbar zu machen, bekannt zu machen und das Zielpublikum gezielt zu informieren, zu involvieren und zu schulen. Das Kommunikationskonzept sah hierfür verschiedene Massnahmen vor im Bereich der Herstellung von Kommunikationsmaterial, der Kontaktaufnahme und Information von Multiplikator_innen und Stakeholdern, der gezielten Versendung sowie der Publikation und Bekanntmachung über Newsletter. Im Folgenden werden die einzelnen Kommunikationsmassnahmen, die dadurch erreichten Zielgruppen und deren Zeitpunkt aufgeführt.

4.1 Kommunikationsmaterialien

Um like2be als Produkt bekannt zu machen, wurden verschiedene Kommunikationsmaterialien erstellt. Zum einen diente das Kartenset selbst als Werbe- und Informationsmaterial. Zum anderen wurden aber auch Werbetexte in verschiedenen Längen und drei Sprachen entworfen, die für Publikationen und Newsletter genutzt werden konnten.

Massnahme	Zielgruppe	Zeitpunkt
Erstaufgabe Kartenset: <ul style="list-style-type: none"> • Deutsch: 1700 • Französisch: 850 • Italienisch: 300 	Lehrpersonen, Berufsberatende, Stakeholder, Multiplikator_innen	Januar 2018
Werbetexte in drei Längen und jeweils übersetzt ins Französische und Italienische, inklusive Bildmaterial, für Newsletter, Berichte, Publikationen	Stakeholder, Multiplikator_innen	Dezember 2017 / Januar 2018
Zweitaufgabe Kartenset: <ul style="list-style-type: none"> • Deutsch: 600 	Lehrpersonen, Berufsberatende, Stakeholder, Multiplikator_innen	März 2018
Drittaufgabe Kartenset: <ul style="list-style-type: none"> • Deutsch: 600 • Italienisch: 70 	Lehrpersonen, Berufsberatende, Stakeholder, Multiplikator_innen	September 2018

4.2 Stakeholder und Multiplikator_innen

An verschiedenen Veranstaltungen wurden Stakeholder und Multiplikator_innen informiert, involviert und geschult. Teilweise richteten sich diese Veranstaltungen gezielt an ein bestimmtes Publikum, teilweise aber auch an die breite Öffentlichkeit.

Massnahme	Zielgruppe	Zeitpunkt
Fachtagung "Berufsorientierung, Geschlecht und Schule", Universität Bern: Referat, rund 60 Teilnehmende	Fachpersonen aus Forschung und Praxis	9. September 2016
BAM, Berufs- und Ausbildungsmesse 2017: Flyer aufgelegt am Stand der Fachstelle für Gleichstellung des Kantons Bern	Lehrpersonen	8. bis 12. September 2017
Nacht der Forschung, Universität Bern: Inforaum mit Spielmöglichkeit; über 9000 BesucherInnen	Breite Öffentlichkeit	16. September 2017
PH Bern: Referat in der Vorlesung "Berufswahlvorbereitung", einmal pro Semester (je 60-100 Studierende)	Zukünftige Lehrpersonen	HS 2017, FS 2018, HS 2018
Konferenz der Einrichtungen für Frauen- und Geschlechterstudien im deutschsprachigen Raum (KEG): Referat	Fachpersonen	28. September 2017
Weiterbildungen Lehrpersonen anschreiben: <ul style="list-style-type: none"> • Die Welt im Klassenzimmer – Umgang mit kultureller Vielfalt / PH Zug • Digitaler Werkzeugkoffer / PH Thurgau • Unterrichtsqualität in heterogenen Klassen / PH Schwyz 	Dozierende Pädagogische Hochschulen, Studierende, Lehrpersonen	Januar 2018

<ul style="list-style-type: none"> Schul- und Unterrichtskultur, Gewaltprävention, Umgang mit Gewalt / PH Schwyz Apps und neue Medien für Kinder und Jugendliche / PH Bern DMU: Digitale Medien in Unterricht / PH Zürich Die Berufswahl mit den neuen Medien begleiten / PH FHNW Sonderpädagogik und digitale Medien / PH FHNW Was man von Games fürs Lernen lernt / PH FHNW Game Domain – digitale Spiele in der Schule / PH FHNW Mit einer pfiffigen Bewerbung zur Lehrstelle / PH Luzern 		
Kontaktaufnahme und Information französischsprachige PHs in FR, VS, VD, BE, Jura, NE	Zukünftige Lehrpersonen	Februar bis Mai 2018
Kontaktaufnahme und Information Réseau Genre et travail social (GeTS) in Lausanne	Lehrpersonen und Forschende mit einer Gender-Perspektive	Februar bis Mai 2018
Kontaktaufnahme und Information Schulleitungen in der französischsprachigen CH: BE, FR, GE, Jura, NE, VS, VD	Schulleitungen	Februar bis Juni 2018
Kontaktaufnahme und Information an Uni Genf, Études de genre	Fachpersonen	Februar bis Juni 2018
PH im Tessin: Kontaktaufnahme und Information	Zukünftige Lehrpersonen	Februar bis Oktober 2010
Redaktionen Bildungsmedien: Informationen zum Lernspiel an Redaktionen senden.	Lehrpersonen	März 2018
ICT-Verantwortliche: Informationen zum Lernspiel versenden; ca. 70 Kontakte	ICT-Verantwortliche, Lehrpersonen	8. März 2018
8. Bildungskonferenz: Welche Skills braucht die digitalisierte Berufswelt von morgen? Vermittelt unsere Schule das richtige Fundament? Standpräsenz vor Ort – das Angebot wird den Teilnehmenden vorgestellt.	Schulleitungen, Lehrpersonen, Bildungspolitik und Fachpersonen	20. März 2018
Wochenbrief Kanton SH	Schulleitungen, Lehrpersonen	22. März 2018
Platzierung auf Bildungsportalen: <ul style="list-style-type: none"> www.biblio.educa.ch www.zebis.ch www.unterrichtsmaterial.ch www.faechnet.erz.be.ch www.scuolalab.edu.ti.ch 	Lehrpersonen	März 2018
CAS "Pädagogischer ICT-Support PICTS": Das Angebot wird den Teilnehmenden an einem Vortrag vorgestellt. Material wird abgegeben. 40 Kontakte	Lehrpersonen, ICT-Verantwortliche	5. April 2018

Tagung Bildung Bern in Burgdorf – 1001 UNTERRICHTSIDEEN: EINE WUNDERLAMPE. Das Angebot wird den Teilnehmenden in einem Referat vorgestellt. Material ist aufgelegt. ca. 150 Teilnehmende	Lehrpersonen und Schulleitungen	9. Mai 2018
Industrienacht Schweiz: Flyer am Stand der Fachstelle für Gleichstellung des Kantons Bern	Breite Öffentlichkeit	17. Mai 2019
LerNetz-Trainer: Material zum Angebot an Trainer senden – Platzierung an Schulen	Lehrpersonen und Schulleitungen	22. Mai 2018
Netz Berufswahlvorbereitung (N BWV): Vortrag und Diskussion	Fachpersonen aus Berufsberatung, PH, Schulverlag	15. Juni 2018
6. Österreichische Berufsbildungsforschungskonferenz (BBK) "Bildung über Berufe mit Serious Games? Potenziale zur Förderung gendersensibler Berufsorientierung aus der Perspektive von angehenden Lehrpersonen", Referat (Dr. Katja Driesel-Lange und Prof. Dr. Elena Makarova)	Fachpersonen	6. bis 8. Juli 2018
European Conference on Educational Research (ECER) "Gender sensitive career education in secondary schools: Trainee teachers' attitudes towards use of the serious game 'like2be'": Präsentation eines Papers (Prof. Dr. Elena Makarova und Dr. Katja Driesel-Lange)	Fachpersonen	4. bis 7. September 2018
Berufsinfo-Messe AareLand in Olten: Kartensets aufgelegt	Breite Öffentlichkeit	4. bis 6. September 2018
Teilnahme am Praxis-Theorie-Dialog "chance_be": Förderung der Chancengleichheit bei der Berufs- und Studienwahl an den Berner Hochschulen (inkl. Projektpräsentation like2be)	Fachpersonen aus BIZ, Uni, PH, FHNW, EHB, Gleichstellung	2017 – 2020 Präsentation am: 8. Oktober 2018
SwissSkills: Informationsstand mit EQUALITY.CH (Schweizerische Konferenz der Gleichstellungsbeauftragten SKG): Kartensets verteilt im "Treffpunkt Formation"	Lehrpersonen	12. bis 16. September 2018
Berner Fachhochschule BFH: Vizerektorat Forschung und Kommission Chancengleichheit BFH: Referat "Gender Dynamiken der Beruf- und Studienwahl" (Prof. Dr. Michèle Amacker und Monika Hofmann, M.A.)	BFH-Mitarbeitende: Dozierende, Forschende	30. Oktober 2018
Basler Berufs- und Weiterbildungsmesse: Kartensets aufgelegt	Lehrpersonen, breite Öffentlichkeit	18. bis 20. Oktober 2018
Fachtagung "Gendersensible Berufsorientierung und Berufswahl: Beiträge aus der Forschung und Praxis", PH FHNW: Referat und Workshop, 85 Teilnehmende	Fachpersonen, Praxisleute	26. Oktober 2018
Tag der offenen Tür, Mittelstrasse 43 Universität Bern: Inforaum mit Spielmöglichkeit; rund 1'500 Teilnehmende	Breite Öffentlichkeit	27. Oktober 2018
BAM, Berufs- und Ausbildungsmesse 2018: Stand mit Begleitmaterial im "LehrerInnenzimmer", organisiert vom BIZ, Standpräsenz durch Projektteam like2be	Lehrpersonen	8. bis 12. November 2018

4.3 Versendungen

Als Werbemassnahme wurde das Kartenset zusammen mit einem Infobrief gezielt an Schulen, Berufsberatende sowie Gleichstellungsbeauftragte versendet.

Massnahme	Zielgruppe	Zeitpunkt
Versand an alle Oberstufenschulen im Kanton Bern (209 Schulen) durch die Erziehungsdirektion des Kantons Bern und im Kanton Basel-Stadt (ca. 40 Klassen) durch das Erziehungsdepartement Basel-Stadt	Schulleitungen	März bis Juni 2018
Versand an die 19 Inspektorate im Kanton Bern	Inspektor_innen	März 2018
Kontaktaufnahme und Versand an die Konferenz der Schulleitungen im Tessin	Schulleitungen	Januar bis März 2018
Versand BIZ: Versand je eines Kartensets und eines Infobriefs an alle BIZ-Standorte in der Deutschschweiz, sowie an die Kantonale Stelle für Berufsberatung im Tessin und die Berufsberatungsbüros (OP Centre orientation professionnelle) in BE, GE, VD, VS, FR, Jura, NE	Berufsberatungszentren	Januar bis August 2018
Versand Gleichstellungsbeauftragte: Versand je eines Kartensets und eines Infobriefs an alle kantonalen Gleichstellungsbüros	Gleichstellungsbeauftragte	Januar bis August 2018
Versand didaktische Zentren: Flyer und Kartensets an Mediotheken. 22 Kontakte	Lehrpersonen	15. Februar 2018
Versand Schulberatungsstellen Jura, VS	Schulberatung	Februar bis Juli 2018

4.4 Newsletter

Als Massnahme zur Bekanntmachung von like2be wurde über verschiedene Newsletter über das Projekt berichtet.

Massnahme	Zielgruppe	Zeitpunkt
Newsletter LerNetz: Das Angebot (mit Hinweis zum Kartenset) wird Schulen der Schulstufe Sek I vorgestellt; 350 Kontakte	Lehrpersonen und Schulleitungen	19. Februar 2018
Blogbeitrag LerNetz	Netzwerk LerNetz	21. Februar 2018
Facebook-Post LerNetz	Netzwerk LerNetz	21. Februar 2018
Tweet LerNetz	Netzwerk LerNetz	21. Februar 2018
Newsletter Gleichstellung BL	Netzwerk Gleichstellung BL	22. März 2018

Newsletter IZFG	Netzwerk IZFG	7. März 2018
Newsletter der PHSG	Lehrpersonen und Schulleitungen	23. April 2018
Newsletter an die Lehrpersonen im Tessin (ca. 3000 Lehrpersonen)	Lehrpersonen	Oktober 2018

4.5 Publikationen

Es wurde eine Vielzahl von Berichten in diversen Medien zur Bekanntmachung von like2be publiziert.

Massnahme	Zielgruppe	Zeitpunkt
Wissenschaftlicher Artikel: Makarova, Elena; Driesel-Lange, Katja; Lüthi, Janine; Hofmann, Monika (2017). Serious Games in der schulischen Berufsorientierung: Ein Instrument der Entdramatisierung von Geschlecht? In: Kampshoff, Marita; Scholand, Barbara (Hg.) Schule als Feld - Unterricht als Bühne - Geschlecht als Praxis (S. 180-198). Beltz Juventa	Fachpersonen Forschung	2017
Wissenschaftlicher Artikel: Makarova, Elena; Lüthi, Janine; Hofmann, Monika (2017). Innovative Wege einer gendersensiblen Berufsorientierung. Das elektronische Lernspiel like2be. In: Brügge- mann, Tim; Driesel-Lange, Katja; Weyer, Christian (Hg.) Instrumente zur Berufsorientierung: Pädagogische Praxis im wissenschaftlichen Diskurs (S. 239-252). Waxmann	Fachpersonen Forschung	2017
Wissenschaftlicher Artikel: Makarova, Elena; Katja Driesel-Lange, Christopher Honma, Stephan Zaune (2017). Forschungsbericht zur Evaluation des Spiels like2be unter angehenden Lehrpersonen. So- lothurn: Fachschule Nordwestschweiz PH FHNW.	Fachpersonen Forschung	2017
Bericht im Schulblatt AG SO	Lehrpersonen, Schulleitungen	6. April 2018
Bericht in der Berner Schule	Lehrpersonen, Schulleitungen	10. April 2018
Bericht in SCHULEkonkret	Lehrpersonen, Schulleitungen	4. Mai 2018
Bericht im Schulblatt Nidwalden	Lehrpersonen, Schulleitungen	23. Mai 2018
Berichte im Educateur	Lehrpersonen, Schulleitungen und Behörden	Mai, Juni und Ok- tober 2018
Bericht in Bildung Schweiz	Lehrpersonen, Schulleitungen und Behörden	5. Juni 2018

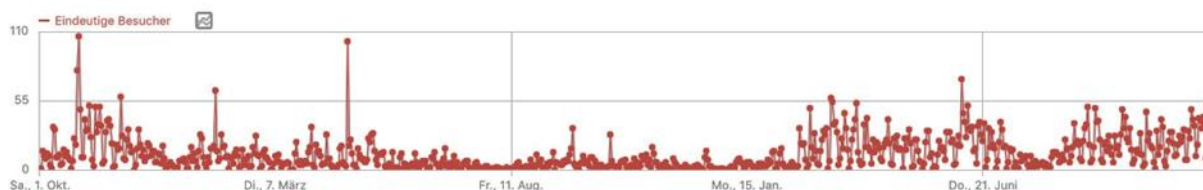
Bericht in Education	Lehrpersonen, Schulleitungen und Behörden	28. Juni 2018
Artikel in Zeitschrift "genderstudies"	Breite Öffentlich- keit	August 2018
Artikel im Bund "Der Einsteiger"	Breite Öffentlich- keit	22. September 2018

5. Evaluation der Webseite-Aufrufe und Kartenset-Verteilung

5.1 Statistik der Webseite-Aufrufe

Die Webseite www.like2be.ch verzeichnete seit der Lancierung am 1. Oktober 2016 bis Ende Oktober 2018 insgesamt 10'286 Besuche. Die Besuche nahmen ab Januar 2018, als die Promotion des Produkts intensiviert wurde, zu (s. Grafik 1).

Grafik 1: Besuche der Webseite ab 1. Oktober 2016



Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Besucher_innen betrug 2 Minuten und 43 Sekunden. Diese Dauer erscheint auf den ersten Blick kurz. Dass die Webseite bei 48% aller Besuche nach einer Seite bereits wieder verlassen wurde, lässt aber vermuten, dass es sich bei diesen 48% häufig um sehr kurze Besuche handelt, und die Dauer der Aufenthalte der restlichen Besuche, inklusive derjenigen mit Spieldurchlauf, deutlich länger ist. Die Webseite verzeichnete insgesamt 2'385 Downloads (inklusive Kartenset, Dokumente, Bilder) und 194 ausgehende Verweise auf Linkziele anderer Webseiten.

5.2 Statistik der Kartenset-Verteilung

Zusätzlich zum gezielten Versand von Kartensets und zu den verteilten Sets an Veranstaltungen im Rahmen der Promotion, wurden bis Ende Oktober 671 Kartensets auf Bestellung verschickt. Von insgesamt 4'120 gedruckten Exemplaren (inkl. erster und zweiter Nachdruck) wurden bis Ende Oktober 3'392 Exemplare an die Zielgruppe und die Stakeholder abgegeben (82%). Der Restbestand besteht aus 460 deutschen, 240 französischen und 28 italienischen Sets. Diese werden weiterhin auf Bestellung verschickt, solange Vorrat.

6. Bilanz

Ziel des Projekts war einerseits die technische und inhaltliche Verbesserung des elektronischen Lernspiels, welches im Vorprojekt entwickelt und lanciert wurde. Mithilfe der Spieltest in verschiedenen Schulklassen mit unterschiedlichen Niveaus konnte der Verbesserungsbedarf identifiziert beziehungsweise bestätigt werden, und das Spiel entsprechend optimiert werden.

Der Schwerpunkt des Projektes lag auf der Entwicklung des didaktischen Begleitmaterials, welches das Lernspiel ergänzen und Ideen zur Anwendung im Unterricht liefern sollte, und auf der Promotion des Gesamtproduktes like2be, bestehend aus dem Spiel und dem Kartenset. Für die Entwicklung des Begleitmaterials erwies sich der Test mit Lehrpersonen, Berufsberater_innen und einer Gleichstellungsbeauftragten insofern als hilfreich, als dass das Material aus verschiedenen Perspektiven geprüft wurde. Basierend auf den Rückmeldungen konnten Fehler behoben und Unklarheiten beseitigt werden. So konnte ein möglichst optimal auf die Zielgruppe und auf den Zweck abgestimmtes Produkt entwickelt werden. Das Gesamtprodukt überzeugt durch die Abstimmung von Inhalten und Grafik im Spiel und im Kartenset.

Für die Promotion des Produkts konnte auf ein gezieltes Kommunikationskonzept zurückgegriffen werden. Ziel war es, das Produkt gut auffindbar zu machen, zu präsentieren und die Zielgruppe gezielt zu informieren und involvieren. Dies gelang durch unterschiedliche Massnahmen und Kanäle in der ganzen Schweiz. Wichtig war hierbei auch die Arbeit der Projektpartner_innen im Tessin und der Romandie, die in diesen Teilen der Schweiz das Produkt bewarben. Neben dem Kommunikationskonzept erwies sich auch das Netzwerk des Projektteams als hilfreich, da dieses viele weitere, vorerst nicht geplante Massnahmen der Bewerbung von like2be an Messen oder der Platzierung von Artikeln in bestimmten Medien ermöglichte, was die Promotion zusätzlich unterstützte. Die Trägerschaft des Projektes war von der Entwicklung bis zur Promotion eine starke Stütze des Projektes.

Das Produkt like2be stösst auf grosses Interesse und sein Bekanntheitsgrad ist in den letzten zehn Monaten der intensiven Kommunikation massiv gestiegen. Dies zeigt sich auch in der Anzahl Bestellungen und verteilten Kartensets, sowie den häufigen Besuchen der Webseite. Das grosse Interesse an like2be und die grosse Nachfrage an Kartensets ist sicherlich nicht nur auf die Attraktivität des Produkts, sondern auch auf die erfolgreiche Kommunikation zurückzuführen. Insofern hat es sich gelohnt, in diesem Projekt auf das Gesamtprodukt like2be, bestehend aus Spiel und Begleitmaterial, zu setzen und stark auf die Kommunikation und Promotion zu fokussieren.