

Bekanntheit von Anschub.de

Durchführung

Es wurden insgesamt 500 Schulen angeschrieben und gebeten, einen Fragebogen zur Bekanntheit von Anschub.de zu beantworten. Eine erste Welle (150 Fragebögen) wurde Mitte November bis Mitte Dezember 2006 verschickt, eine zweite Welle im Januar 2007 (350 Fragebögen). Alle beteiligten Schulen konnten mit dem Fragebogen (s. Anhang) einen Memory-Stick mit Materialien des Projekts anfordern.

Die Quoten für Länder und Schulformen wurden auf der Basis der Daten des statistischen Bundesamtes festgelegt.¹ Es wurde versucht, die Quoten auch innerhalb der Bundesländer einzuhalten, was natürlich nur bei größeren Bundesländern und häufigeren Schulformen approximativ gelang. Bei Bundesländern mit Modellregionen (Bayern, Berlin, Mecklenburg-Vorpommern, NRW) wurden Schulen dieser Regionen nicht angeschrieben.² Die Schulen wurden aus einer Schuldatenbank per Zufall ausgewählt.

Rücklauf und Repräsentativität

Von 500 angeschriebenen antworteten 109 Schulen. Der Rücklauf beträgt somit 21,80%: Eine Zahl, die den Prozentsatz der Schulen mit grundsätzlichem Interesse an Anschub.de abschätzt.

**Tabelle 1: Verteilung der verschickten Fragebögen
und des Rücklaufs der Fragebögen aufgeteilt nach Bundesländern**

¹ <http://www.destatis.de/basis/d/biwiki/schultab1.php> (Schuljahr 2005/06)

² In einem Fall wurde versehentlich eine Anschub-Schule angeschrieben. Diese Schule wurde aus der Analyse entfernt und durch eine weitere Schule ersetzt.

Bundesland	Verschickt	Erhalten	Prozentsatz
Baden-Württemberg	65	13	20,00%
Bayern	76	17	22,37%
Berlin	21	5	23,81%
Brandenburg	16	2	12,50%
Bremen	4	1	25,00%
Hamburg	11	2	18,18%
Hessen	37	8	21,62%
Mecklenburg-Vorpommern	10	4	40,00%
Niedersachsen	48	16	33,33%
Nordrhein-Westfalen	109	24	22,02%
Rheinland-Pfalz	25	3	12,00%
Saarland	6	3	50,00%
Sachsen	26	3	11,54%
Sachsen-Anhalt	15	4	26,67%
Schleswig-Holstein	17	3	17,65%
Thüringen	14	1	7,14%
Gesamt	500	109	21,80%

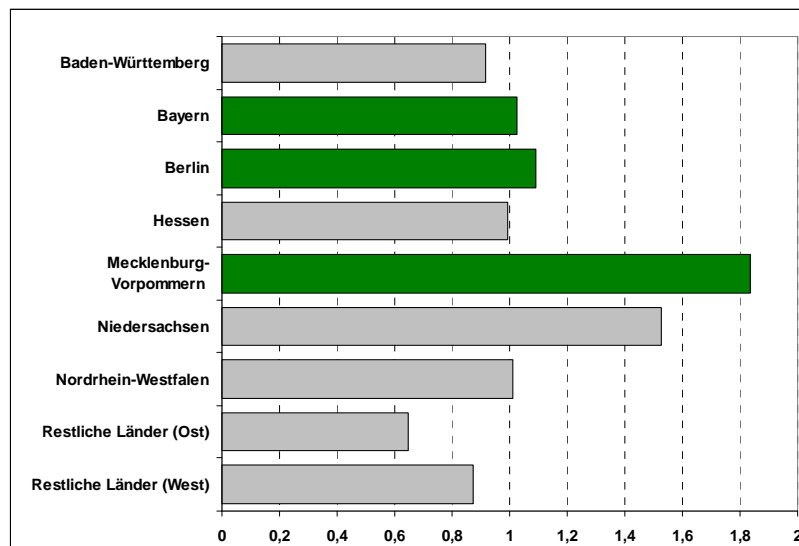


Abbildung : Repräsentativität der Bundesländer im Rücklauf

1=korrekt repräsentiert;

2=in der Befragung doppelt so hoch repräsentiert wie nach Bevölkerungsquote

0,5 = in der Befragung halb so hoch repräsentiert wie nach Bevölkerungsquote

Die bisherigen Modellregionen zeigten höhere Prozentsätze als im Gesamtmittel – Schulen aus dem Land Niedersachsen waren mit ihrem Rücklauf erheblich höher als der Durchschnitt.

Untersucht man die Repräsentativität in Bezug zu den Schulformen so wird erkennbar, dass Schulen mit mehreren Bildungsgängen, Gymnasien oder auch berufsbildende Schulen die Rücklaufquote positiv beeinflusst haben. Auch Realschulen sind im Rücklauf überrepräsentiert. Förderschulen, Grundschulen und Hauptschulen sind geringer vertreten. Die zwei angeschriebenen Waldorfschulen haben nicht geantwortet.

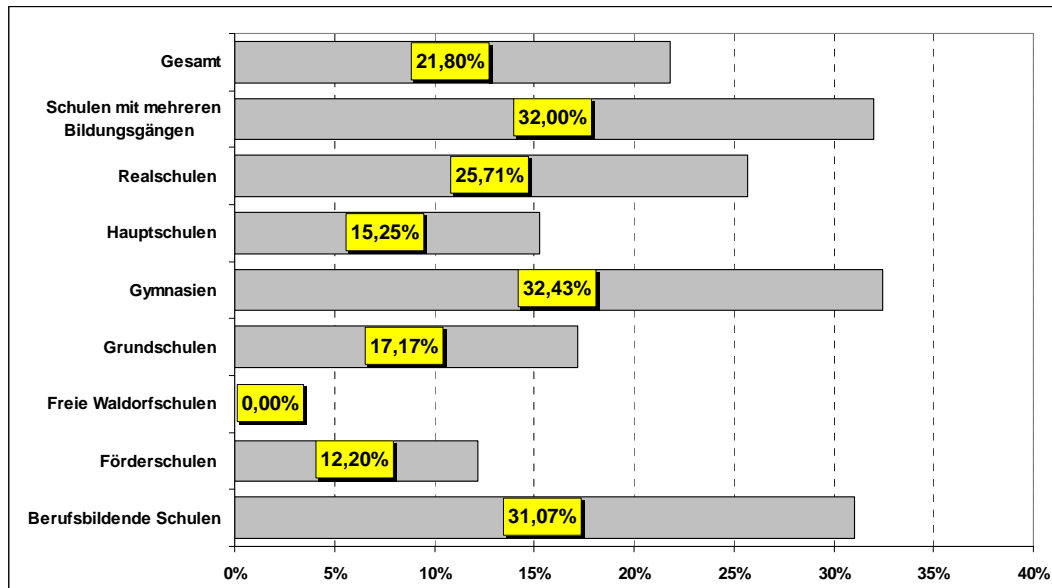


Abbildung : Rücklaufquoten aufgeschlüsselt nach Schulformen

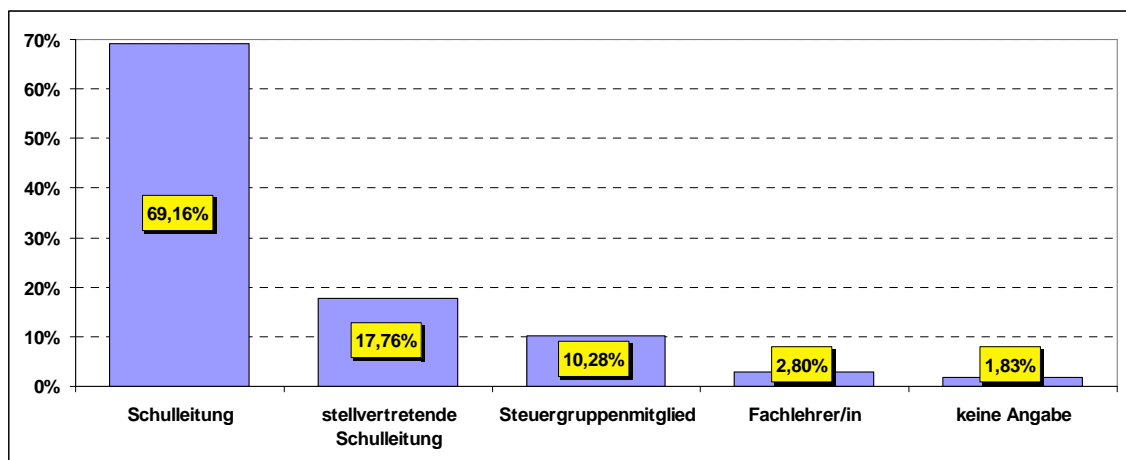


Abbildung : Klassifikation der Position der antwortenden Lehrkräfte

Die vorhergehende Abbildung lässt erkennen, dass die Antworten der Lehrkräfte zum größten Teil im Bereich der Schulleitung anzusiedeln sind. Eine Delegation an Fachlehrer außerhalb der Steuerung der Schulprozesse fand kaum statt.

Bekanntheit von Anschub.de

In der Befragungsstichprobe war Anschub.de knapp 60% der Personen bekannt.

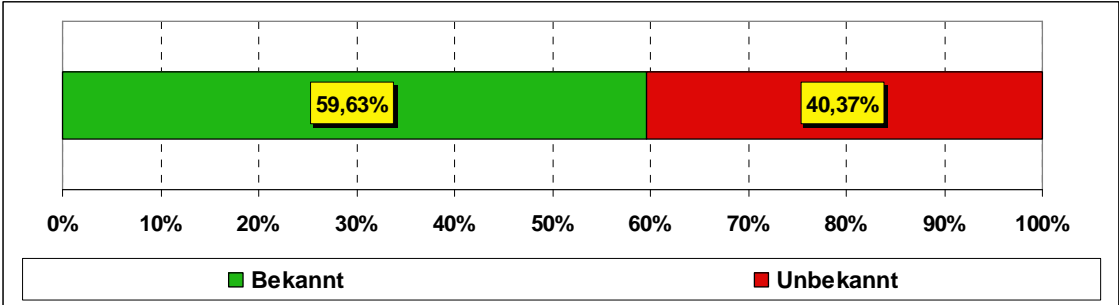


Abbildung : Bekanntheit von Anschub.de in der Befragungsstichprobe

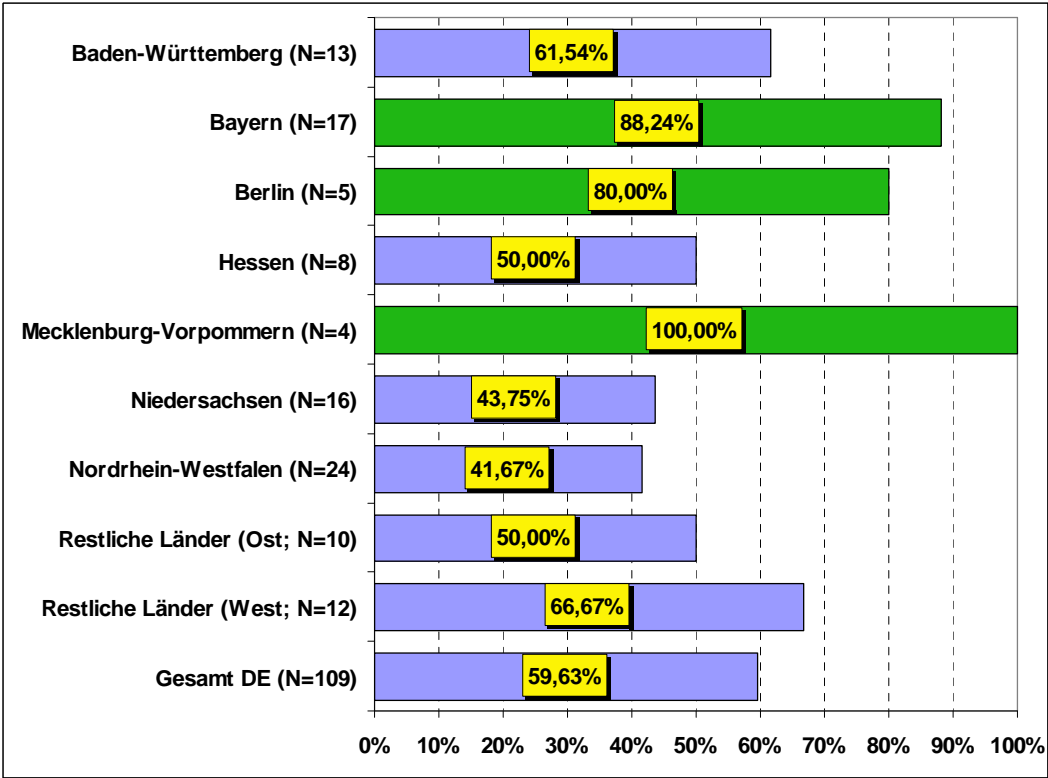


Abbildung : Bekanntheits(potenzial) aufgeschlüsselt nach Bundesländern

Verrechnet man die Rücklaufquote mit der Bekanntheitsquote, so kann man schließen, dass mehr als 12% der Schulen Interesse an Anschub.de haben und das Projekt auch kennen.

Bei Betrachtung der folgenden Abbildung wird sichtbar, dass in den Bundesländern mit Modellregionen (Mecklenburg-Vorpommern, Bayern und Berlin) die höchste Bekanntheitsquote zu beobachten ist.

Wird der Bekanntheitsgrad über die Schularten verglichen, so fallen etwas niedrige Werte in den Grundschulen und den Hauptschulen auf.

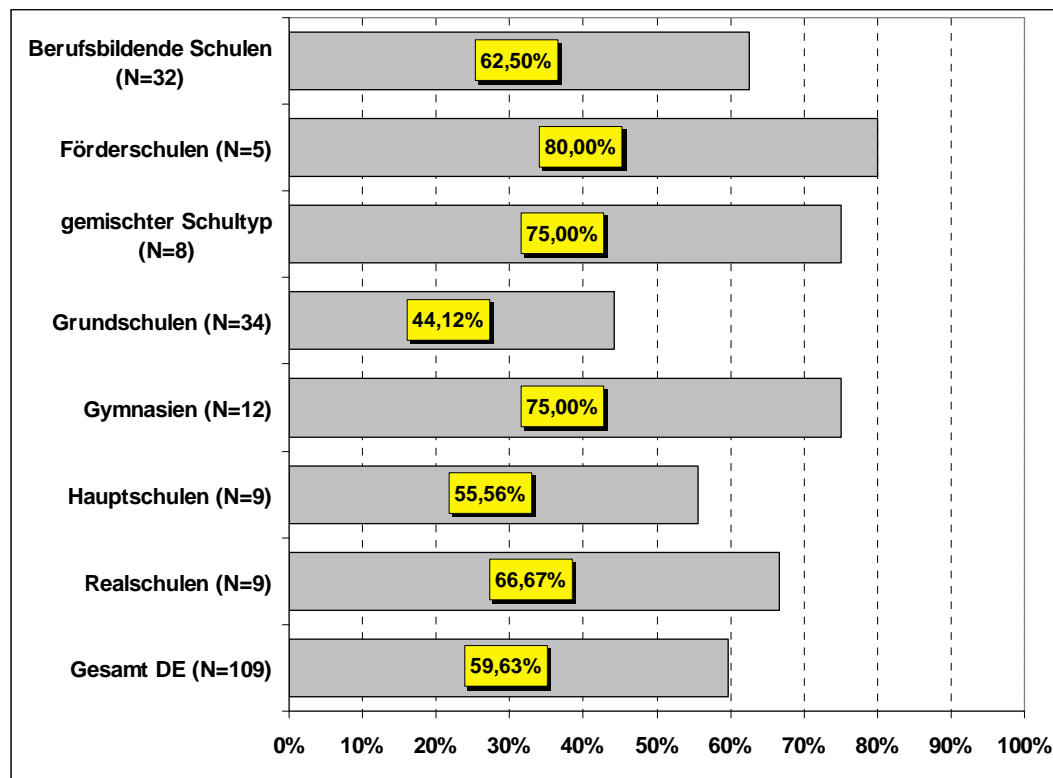


Abbildung : Bekanntheit(spotenzial) aufgeschlüsselt nach Schultypen

Genutzte Informationsquellen

Die Frage nach der Häufigkeit genutzter Informationsquellen über Anschub.de ergab einen deutlichen Trend zur Informationsquelle "Internet". Dies gilt über die Schularten und die Bundesländer hinweg.

Weitere wichtige Quellen sind Informationen aus dem Kollegenkreis und Broschüren. Der Aspekt „Teilnahme an Kongressen und Tagungen“ mit 11,01% ist etwas geringer und dürfte einen eher vertiefenden Effekt auf die Bekanntheit haben.

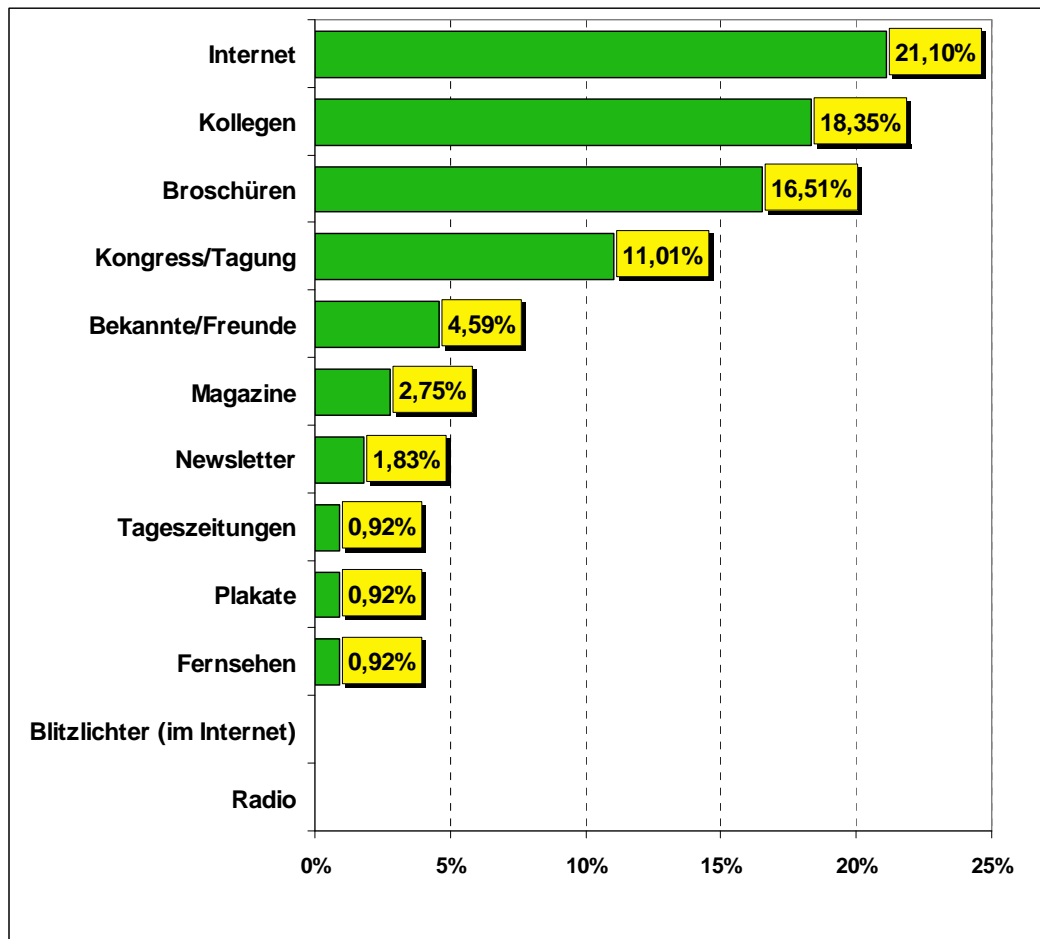


Abbildung : Häufigkeit der genutzten Informationsquellen über Anschub.de

Kontakte zu Anschub.de sind grundsätzlich sehr gering mit einer Häufung bei den Anforderungen von Informationsmaterialien.

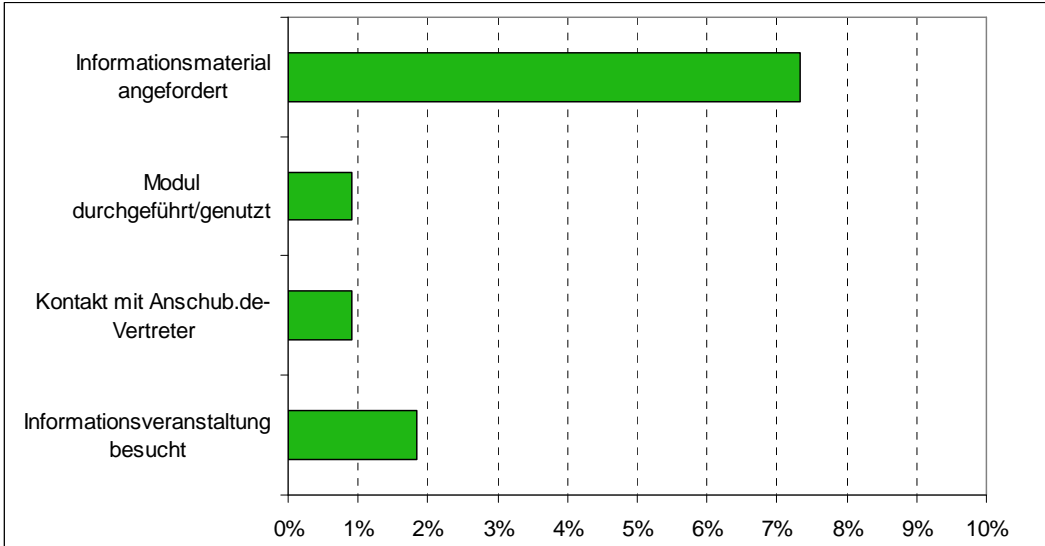


Abbildung : Häufigkeit des Kontakts zu Anschub.de

Die Bitte um eine Bewertung der Qualität ausgewählter Produkte der Öffentlichkeitsarbeit ergab – bei denjenigen, die sich eine Meinung zu diesen Themen gebildet hatten – ein Gleichgewicht zwischen den Newslettern und dem Internetauftritt im Bereich “sehr gut” (mit 25%). Der weit höhere Anteil lag hingegen bei allen drei Angeboten (um die 60%) im Bereich “eher gut” wobei nur zwischen 12,5% und 17,86% die Öffentlichkeitsarbeit von Anschub.de als mittelmäßig bewerteten.

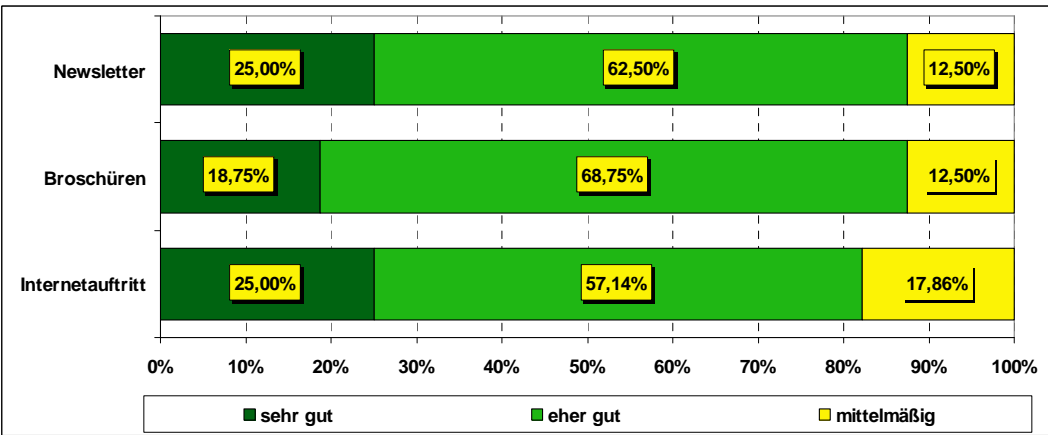


Abbildung : Bewertung der Qualität ausgewählter Produkte der Öffentlichkeitsarbeit

Image von Anschub.de

Die folgende Abbildung zeigt die Bewertungen zum Image von Anschub.de.

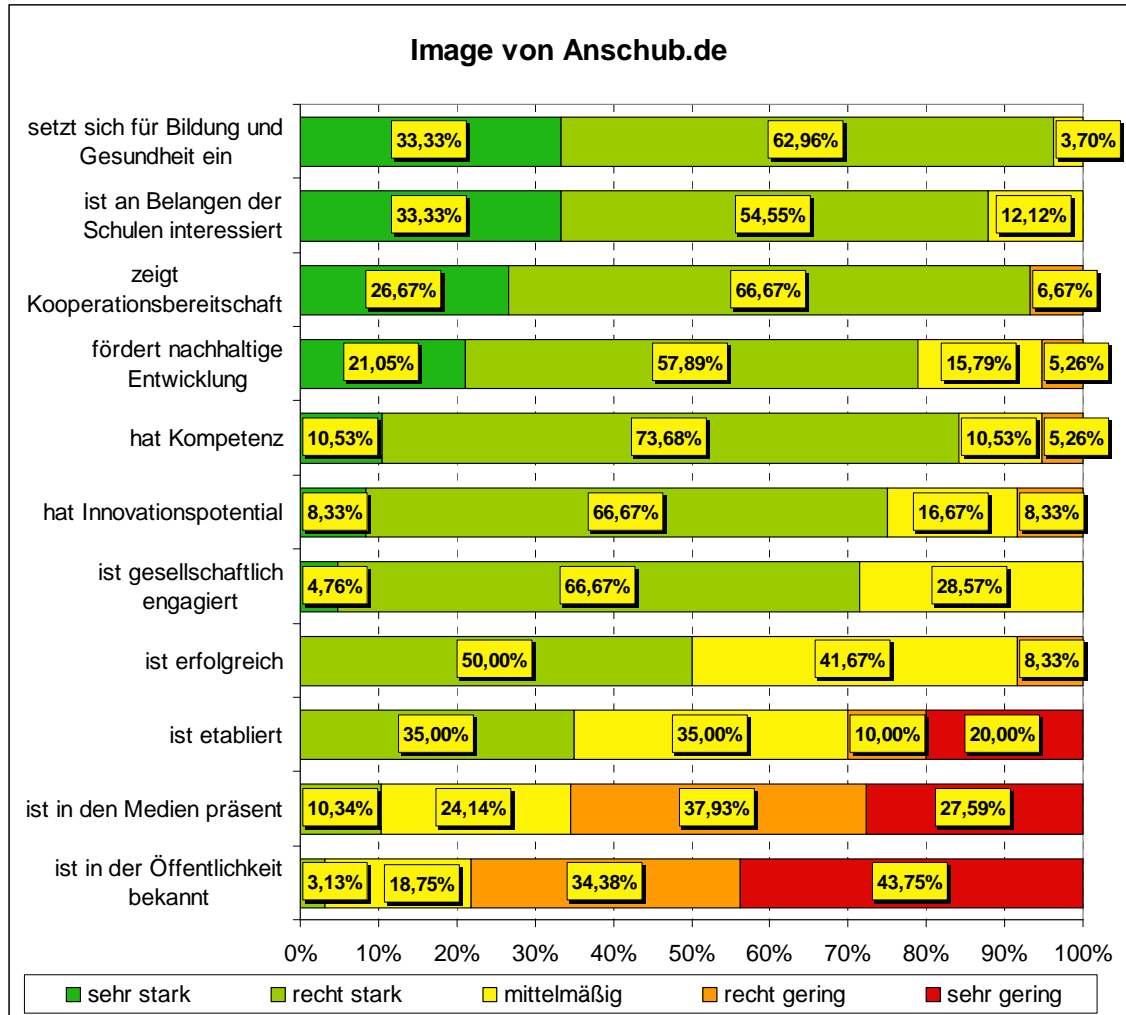


Abbildung : Häufigkeitsauszählung der Fragen zum Image von Anschub.de

Die Antworten zur Untersuchung des Images von Anschub.de kann man in vier Gruppen gestuft darstellen:

Gruppe 1: die Medienpräsenz und die Bekanntheit in der Öffentlichkeit wurde überwiegend als „recht gering“ bis „sehr gering“ beurteilt.

Gruppe 2: Die Bewertungen der Aussagen „Anschub.de...“ „ist erfolgreich“ und „ist etabliert“ zeigen eine große Indifferenz.

Gruppe 3: Die Aussagen „Anschub.de...“ „hat Kompetenz“; „hat Innovationspotential“ und „ist gesellschaftlich engagiert“ wurden mit 66,7% und 73,68% als „recht stark“ bewertet.

Gruppe 4: Diese befindet sich im oberen Wertebereich und versammelt die Fragen: „Anschub.de...“ „setzt sich für Bildung und Gesundheit ein“ – „ist an

Belangen der Schulen interessiert“ – zeigt Kooperationsbereitschaft“ und „fördert nachhaltige Entwicklung“. Alle vier Fragen werden fast ausschließlich mit den Bewertungsvorgaben „recht stark“ bis „sehr stark“ bewertet.

Partner assoziiert mit Anschub.de

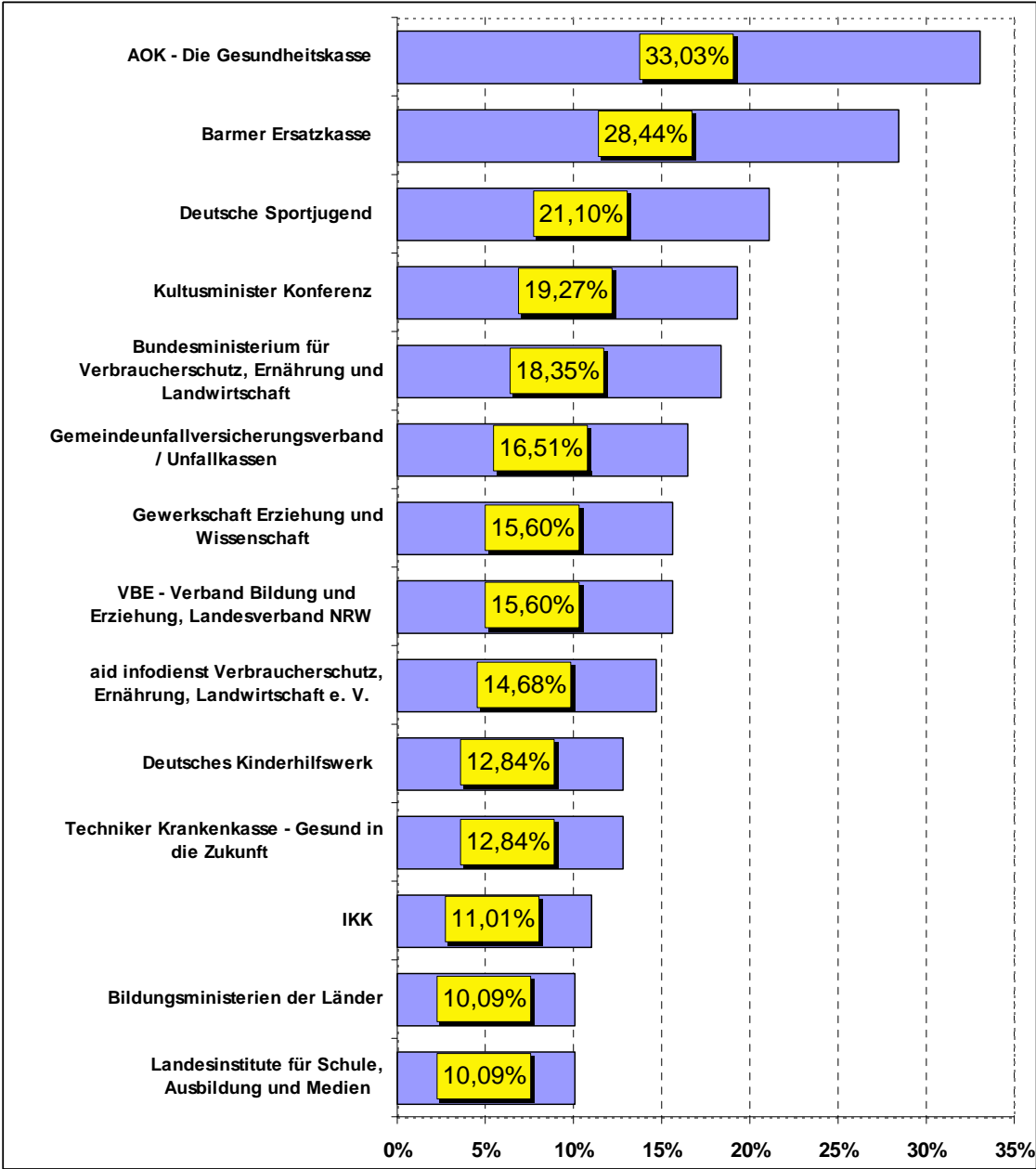


Abbildung : Assoziierte Partner zu Anschub.de (mit mehr als 10% Nennungen)

Die AOK und die Barmer EK werden relativ hoch mit Anschub.de assoziiert. Es gibt allerdings starke Unterschiede zwischen den Bundesländern. Die folgenden Abbildungen zeigen die Werte der beteiligten Kranken- und Unfallkassen. Die

Rückmeldungen aus Berlin sind generell relativ gering, während die Schulen aus Bayern hier schon Assoziationen zu den Kassen sehen – allerdings auf niedrigem Gesamtniveau bei den GUVV und der TK.

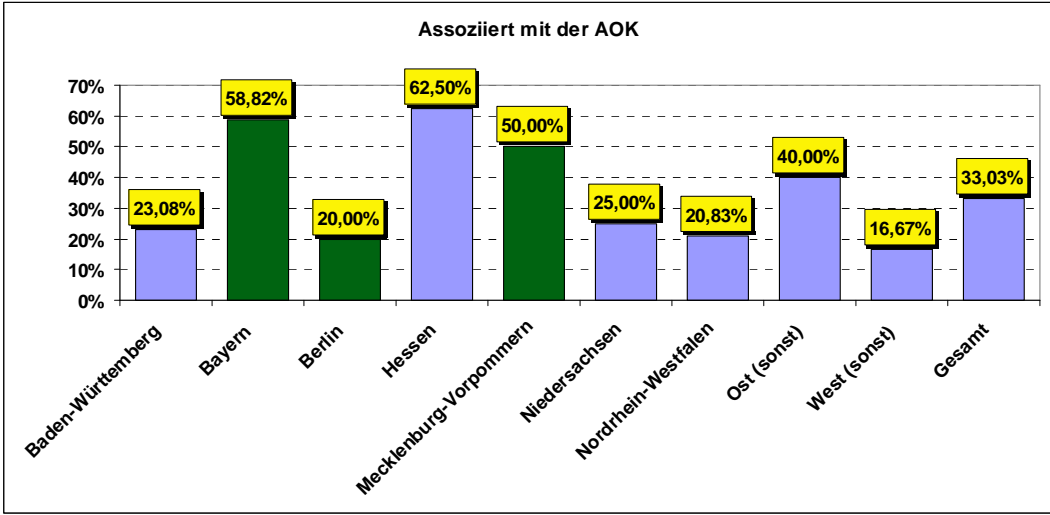


Abbildung : Assoziation der AOK mit Anschub.de aufgeschlüsselt nach Bundesländern

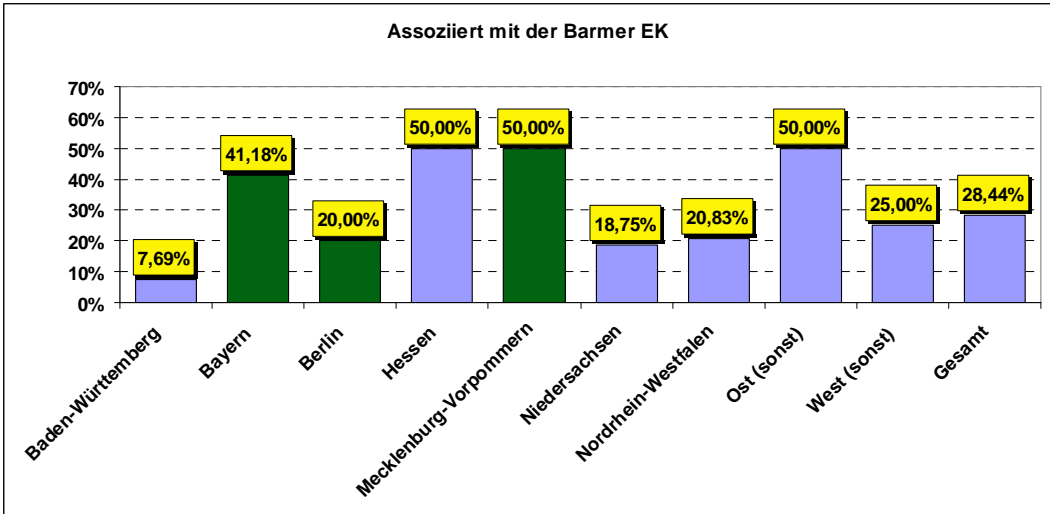


Abbildung : Assoziation der Barmer EK mit Anschub.de aufgeschlüsselt nach Bundesländern

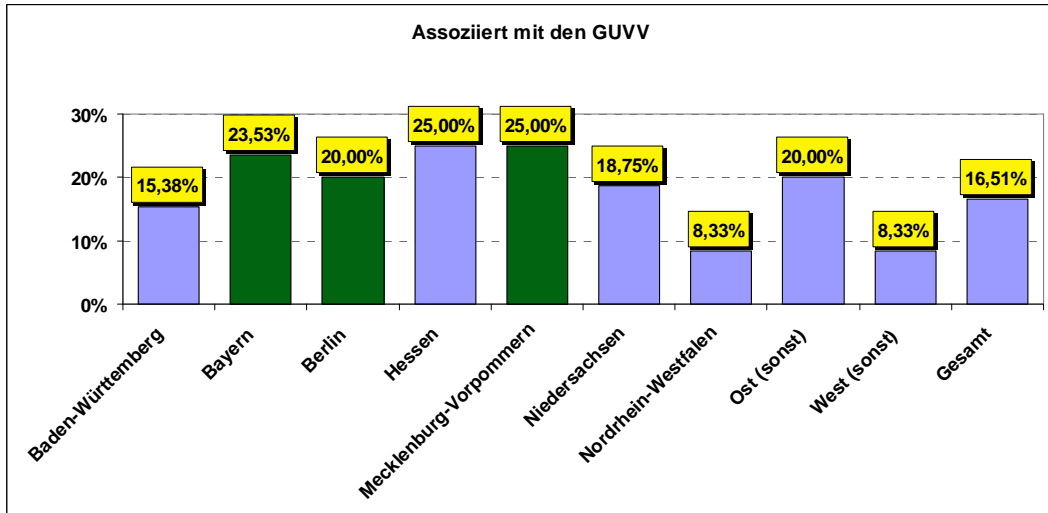


Abbildung : Assoziation der GUVV mit Anschub.de aufgeschlüsselt nach Bundesländern

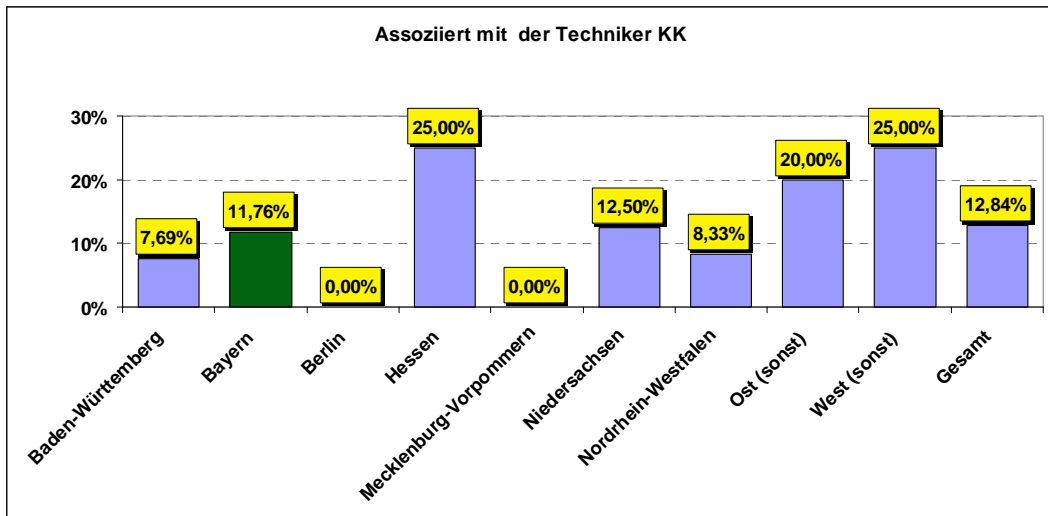


Abbildung : Assoziation der TK mit Anschub.de aufgeschlüsselt nach Bundesländern

Bekanntheit von Modulen

Die Bekanntheit der Module ist insgesamt relativ niedrig. Immerhin: „Prima Klima“ und „Bewegungsfreudige Schule“ erfreuen sich einer gewissen Bekanntheit.

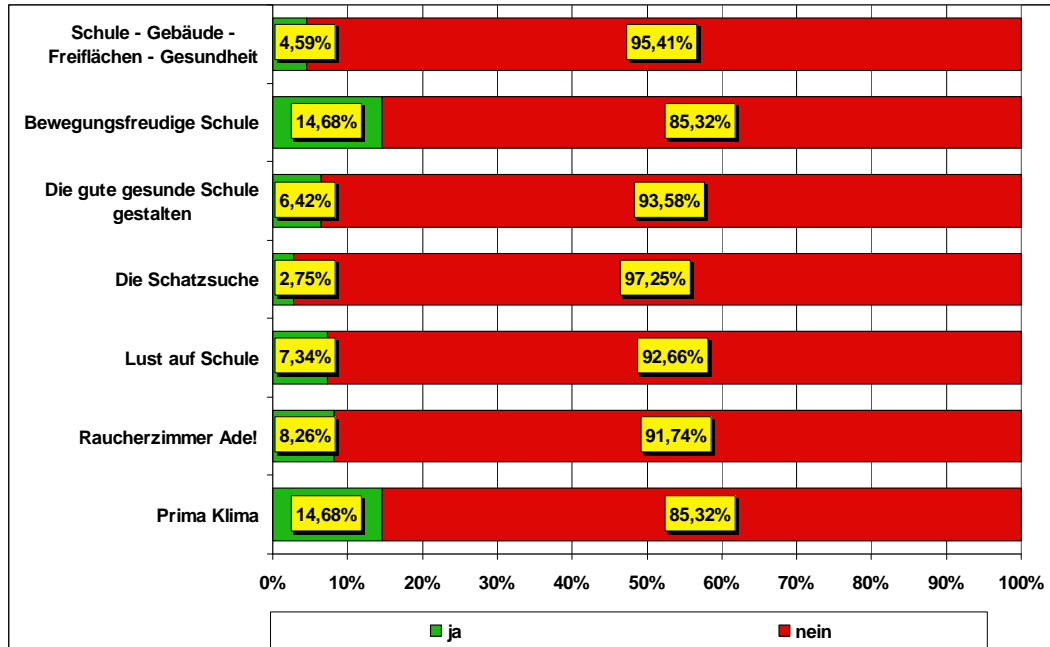


Abbildung : Bekanntheit ausgewählter Module von Anschub.de

Interpretation der Ergebnisse

Bekanntheit von Anschub.de an Deutschen Schulen

Die Bekanntheitsbefragung hatte mit über 21% einen guten Rücklauf, wobei noch anzumerken ist, dass es eine Reihe von Schulen geben wird, die auch lange nach der Deadline Fragebögen beantworten und zurückschicken werden. Der Rücklauf dürfte sich in den nächsten Wochen so noch um ein paar Prozente verbessern. Etwas problematisch ist der selektive Rücklauf: Schulen in den Ost-Ländern sind unterproportional beteiligt und auch Grund-, Haupt- und Realschulen haben eine geringere Beteiligungsrate. Letzteres dürfte durch die geringeren Delegationsmöglichkeiten in diesen Schulen erklärbar sein.

Wenn man mit dem Prozentwert des Rücklaufs das Interesse an Anschub.de operationalisiert (da als „Verdienst“ nur weitere Materialien des Projekts zu erhalten waren), so ist der Bekanntheitsgrad in dieser Gruppe von Schulen mit knapp 60% als gut zu bezeichnen. Die bisherigen Modellregionen haben eine etwas höhere Rate – in Niedersachsen und in NRW sind mit unter 50% die

geringsten Bekanntheitswerte zu verzeichnen. Auch in der Bekanntheit liegen die Grundschulen mit unter 50% am unteren Ende.

Betrachtet man die Informationsquellen, so ist das Internet mit über 20% die Quelle mit dem höchsten Anteil, gefolgt von Informationen über Kollegen und über Broschüren. Die Aktualität des Internetauftritts sollte deshalb einen hohen Stellenwert bekommen.

Die aktive Kontaktsuche ist bisher gering. Wenn Quellen rezipiert werden, so wird diesen durchweg eine hohe Qualität zugebilligt.

Die Ergebnisse der Image-Fragen sind positiv zu interpretieren. Die relativ geringen Werte für die Medienpräsenz und die Bekanntheit in der Öffentlichkeit sind konkordant mit der Rücklaufquote und der Schätzung der Bekanntheit von Anschub.de. Schon die Gruppe der indifferent beantworteten Fragen („Anschub.de ist erfolgreich“ und „Anschub.de ist etabliert“) zeigt, dass die Hälfte der Befragten diese Aspekte als erfüllt ansieht. Die anderen Image-Aspekte („Innovationspotential“ und „gesellschaftliches Engagement“) sind als gut bzw. sehr gut („fördert nachhaltige Entwicklung“, „zeigt Kooperationsbereitschaft“, „ist an den Belangen von Schulen interessiert“ und „setzt sich für Bildung und Gesundheit ein“) zu bezeichnen.

Die AOK und die Barmer-EK sind eindeutig die Partner, die am häufigsten mit Anschub.de assoziiert werden. Die Zuordnung der Partner zu Anschub.de ist über die Bundesländer sehr unterschiedlich: In Bayern und Hessen sind hier die höchsten Werte für die beiden Krankenkassen zu verzeichnen.

Bei der Bekanntheit der Module fallen die „bewegungsfreudige Schule“ und das Modul „Prima Klima“ etwas heraus. In den Freitexten wurde auch häufig das Modul „Adipositas“ angesprochen. Dies könnte mit den im Januar veröffentlichten Informationen zu diesem Bereich (und der Kooperation mit der Burda-Stiftung) zusammen hängen. Die Assoziation mit SEIS ist ebenfalls gegeben.

Die Assoziationen mit Anschub.de sind überwiegend wie intendiert: Innovation und gesunde Schule werden häufig genannt.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass

- die Bekanntheit von Anschub.de in einem adäquaten Umfang gegeben ist,
- die Internetpräsentation ein wesentlicher Faktor für die Verbreitung der Ideen ist,
- die Erreichbarkeit von Grundschulen gesteigert werden sollte,

Befragungen – wie diese hier – als Medium der vertiefenden Verbreitung eine gewisse Wirksamkeit aufweisen.

Anhang : Fragebogen zur Bekanntheit von Anschub.de

Allgemeine Fragen

Meine Funktion an der
Schule:

Ich bin: männlich weiblich

Informationsquellen

**Durch welche Informationsquellen sind Sie auf Anschub.de aufmerksam
geworden?**

(Mehrfachnennungen möglich)

- | | | |
|---|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Bekannte / Freunde | <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> Kongress / Tagung |
| <input type="checkbox"/> Kollegen | <input type="checkbox"/> Radio | <input type="checkbox"/> Newsletter |
| <input type="checkbox"/> Tageszeitung | <input type="checkbox"/> Fernsehen | <input type="checkbox"/> Plakate |
| <input type="checkbox"/> Broschüren | <input type="checkbox"/> Magazine | <input type="checkbox"/> Blitzlichter (im Internet) |

Nutzung der Informationsangebote

Sind Ihnen Broschüren / Flyer von Anschub.de bekannt?

- Ja, ich habe sie aber nie gelesen Nein
 Ja, und ich habe sie auch schon gelesen

Sind Ihnen Newsletter / Module von Anschub.de bekannt?

- Ja, ich habe aber nie darin gelesen Nein
 Ja, und ich habe auch schon darin
gelesen

Ist Ihnen der Internetauftritt von Anschub.de bekannt?

- Ja, ich habe ihn aber nie genutzt Nein
 Ja, und ich habe ihn auch schon genutzt

Wie oft haben Sie die Internetseite von Anschub.de in den letzten dreißig Tagen genutzt?

- gar nicht bis zu fünfmal
 einmal öfter als fünfmal

Qualität

Wie hoch schätzen Sie die Qualität der folgenden Informationsangebote von Anschub.de ein?

	sehr schlecht	eher schlecht	mittelmäßig	eher gut	sehr gut	nicht zu beurteilen
Internetauftritt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Broschüren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Newsletter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kontakt mit Anschub.de

Bitte beantworten Sie folgende Aussagen:

- Ich habe eine Informationsveranstaltung von Anschub.de besucht. ja nein
- Ich stehe in Kontakt mit einem Vertreter von Anschub.de. ja nein
- Ich habe ein Modul von Anschub.de durchgeführt / genutzt. ja nein
- Ich habe Informationsmaterial von Anschub.de angefordert. ja nein

Partner von Anshub.de

Welche der folgenden Institutionen / Organisationen sind Ihnen als Partner von Anshub.de bekannt?

- Deutsche Sportjugend
- Deutsche Vereinigung für Sportwissenschaft
- aid infodienst Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft e. V.
- Bundeskonferenz für Erziehungsberatung - bke
- Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft
- Bundesamt für Gesundheit Schweiz
- Landesvereinigungen für Gesundheit/Gesundheitsförderung
- Medusana Stiftung
- AOK - Die Gesundheitskasse
- Barmer Ersatzkasse
- Dräger & Hanse BKK
- Gemeindeunfallversicherungsverband / Unfallkassen
- IKK
- Techniker Krankenkasse - Gesund in die Zukunft
- Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen
- Education Development Center
- Wissenschaftliche Arbeitsstelle Evangelischer Schulen
- Kultusminister Konferenz
- Landesinstitute für Schule, Ausbildung und Medien
- Bildungsministerien der Länder
- OPUS-NRW: Netzwerk Bildung und Gesundheit
- VBE - Verband Bildung und Erziehung, Landesverband NRW
- Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e.V.
- Koordinationsstellen der Länder für Schulische Suchtvorbeugung
- SuchtPräventionsZentrum
- Architektenkammer Nordrhein-Westfalen
- BSV - Die BundesschülerInnenvertretung
- Deutsches Kinderhilfswerk
- Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft
- Land Brandenburg
- Landeselternrat Gesamtschulen in NRW e.V.
- Sozialministerium des Landes Mecklenburg-Vorpommern

- Zentrum für Türkeistudien

Bekanntheit der Themen

Welche Module / Themen von Anshub.de sind Ihnen bekannt?

Woran denken Sie, wenn Sie an Anshub.de denken?

Welches der folgenden Themen / Module von Anshub.de ist Ihnen bekannt?

- Prima Klima - Miteinander die gute gesunde Schule gestalten
- Raucherzimmer Ade! - Ein Beitrag zur guten gesunden Schule!
- Lust auf Schule
- Die Schatzsuche - Ein Modul für eine gute gesunde Grundschule
- Die gute gesunde Schule gestalten - Stationen auf dem Weg der Schulprogrammentwicklung
- Bewegungsfreudige Schule - Schulentwicklung bewegt gestalten
- Schule - Gebäude - Freiflächen - Gesundheit

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!