

14. Oktober 2024

Abschlussbericht

Projekt 'Anders weiter!' - Nationale Bildungswoche und Dialogkampagne

Executive Summary

Bildungsarbeit leisten, Impulse setzen, Vernetzung fördern, Wissen und Unterstützung vermitteln, ethische Verantwortung wahrnehmen wollen und zur Sensibilisierung beitragen - diese Anliegen von *plusbildung* sind von grosser Bedeutung für die ökumenische Arbeit, die Bildungslandschaft und die Bevölkerung in der Schweiz.

2024, in der zweiten Dekade des Bestehens des Verbands, wurde nach Findungs-, Strategie- und Konzeptarbeiten ein gemeinsames Projekt entwickelt, um noch stärker zu diesen Wirkungszielen beizutragen, Impulse zu setzen, Bildungsarbeit zu leisten, zu sensibilisieren und im gemeinsamen Diskurs Menschen zusammenzubringen: Das Dialogprojekt 'Anders weiter!', mit der **Nationalen Bildungswoche auf 3 Ebenen - lokal, regional, national** - in der ersten Septemberhälfte 2024, der begleitenden Sensibilisierungs- und **Dialogkampagne** zwischen Frühsommer und September 2024 sowie der Folgekommunikation zur **Multiplikation** der Bildungs-, Sensibilisierungs- und Projekthinhalte.

Das Dialogprojekt 'Anders weiter!' mit der Nationalen Bildungswoche und der begleitenden Sensibilisierungs- und Dialogkampagne erreichte eine **Reichweite von über 3.5 Millionen** Kontakten mittels Medienarbeit, Online-Campaigning, Email-Campaigning, Multiplikation und über Erlebnisse direkt vor Ort und rollte Werbemassnahmen wie Plakate und Flyerkampagnen aus. Über das Projekt wurde überdies die Entwicklung einer gemeinsamen Motto-Selektion ermöglicht, welche Interessierte aus verschiedenen Mitgliedsorganisationen in regelmässigen Treffen zusammenbrachte und **Aufgabe nach innen und Wirkung nach aussen** des Verbands und der Mitglieder schärfte und unter dem Motto 'Anders weiter!' zusammenbrachte. Relevanz und Notwendigkeit für Dialog und Austausch in der Bevölkerung wurde mit diversen Umfragen abgefragt, sowohl zuhause bei den Mitgliedern wie der Bevölkerung. Extra und erstmals für das Projekt aufgesetzt, aber langfristig für die kommenden Jahre nutzbar wurden zahlreiche **Kommunikationskanäle und Materialien**, deren Verbreitung und Bekanntheit dank des Projekts, das Inhalt und 'Storytelling' bereitstellte,¹ überhaupt möglich waren, unter anderem ein neues CICD (Corporate Identity/Design), Social Media-Auftritte auf 3 Plattformen, Hunderte von Social Media-Beiträgen, ein Newslettertool oder der Aufbau einer Adressdatenbank

¹ Inhalte auf Kanälen stossen nur dann auf Aufmerksamkeit und Interesse, wenn sie mit echten Inhalten, Berichterstattungen und 'Storytelling' gefüllt sind. Reine Werbeeinhalte für einen Verband, Organisationen oder Bildungsinhalte oder reine (Absender-orientierte) Informationsinhalte ohne Storytelling oder Partizipationsmöglichkeiten werden von den Empfängerinnen und Empfängern nicht wahrgenommen.

inklusive Medienadressen in der Deutschschweiz und der Romandie, zahlreichen Mailings, Communiqués, gestalterischen Elementen wie Plakate und Flyer, Merchandisingmaterialien wie Onlineflyern, Online-Postern, Postkarten, Bierdeckel, Visuals und vielem mehr.

Dank der Bildungswoche selbst konnten Verband und aktiv partizipierende Mitglieder gegenseitig voneinander profitieren. Bei den beiden Regionaltagen in der Deutschschweiz und in der Romandie und am Nationalen Tag der Bildung 'Anders weiter!' 2024 in Bern konnten nicht nur diverse Partner und Besuchende vor Ort erreicht werden: Ganz besonders zeigte die Bildungswoche dank der im Rahmen des Projekts erstellten Video-, Bild- und Textmaterialien 2 riesige Potentiale für *plusbildung* auf: Zum einen das **Potential der zeitlich und örtlich unabhängigen Erreichung von Publikum** bzw. der Bildungs- und Sensibilisierungsarbeit über Multiplikation und **Online**-Verbreitung, zum anderen die **hohe Qualität von Begegnungen im Analogen Raum** - also Erlebnissen vor Ort - welche die Generierung von authentischem, attraktivem Video-, Bild- und Textmaterial und deren Verbreitung überhaupt ermöglichten.

Analyse & Handlungsempfehlungen

Mit 'Anders weiter!' ermöglichten der Verband *plusbildung* und seine Mitglieder der Bevölkerung, zentralen Themen und Fragen nachzugehen, vermittelten Wissen, boten Plattformen für den Diskurs und Impulse für ethisch verantwortungsvolles Denken, Handeln und Miteinander, erreichten das Publikum Online, vor Ort und über die Nachverfolgung der Erlebnisse und Inhalte, sensibilisierte für die Bedeutung der Bildungsarbeit und stärkte mit den Aktivitäten und der begleitenden Kommunikation zum einen die Vernetzung des Verbands mit den Mitgliedern und zum anderen durch die hohe Reichweite die Bekanntheit von *plusbildung* und seiner Mitglieder und das Netzwerk zu Partnern nach aussen. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das Projekt 'Anders weiter!' und die Nationale Bildungswoche 2024 seine Ziele erreichen konnte - inklusive Einhaltung des Budgets - und gleichzeitig zusätzlich neue Chancen und Potentiale erschlossen hat, die der Verband und damit die Gesellschaft in der Schweiz langfristig nutzen und davon profitieren können.

Chancen und Potentiale (s. Visualisierung im Anhang)

- ☐ optimale **langfristige aktive Nutzung der generierten Inhalte und Materialien** (z.B.: der Visuals, der Aufnahmen der Podiumsdebatten, der Referate, u.a.m.) im Rahmen der Verbandsarbeit nach innen wie nach aussen und für Sensibilisierung mit den Inhalten und als Beispiel für Sensibilisierung, Dialog, Begegnung, Bildung und Auseinandersetzung mit ethisch-gesellschaftlichen Fragestellungen;

- ☐ langfristige **aktive regelmässige Nutzung, Pflege und Ausbau der im Rahmen des Projekts entwickelten und langfristig für den Verband und seine Mitglieder nutzbaren Kommunikationskanäle** (interaktive, mobilgerechte Webseite, Social Media-Plattformen, Mailings, Medienarbeit, Umfragen, Interaktionstools allgemein);
- ☐ **Pflege der geschaffenen Kontakte nach aussen** (Partnerorganisationen, Organisationen der Podiumsgäste, Multiplikatoren), z.B. über Mailings, Direktkontakte, Einladungen, u.w. und nach innen zu den Mitgliedern;
- ☐ Evaluation **Durchführung des Projekts und der Bildungswoche als 'Biennale'**, mit Nutzung sämtlicher generierter Inhalte und Kanäle (Visuals, Werbematerialien online und physisch, usw.), so dass alle Ressourcen in Planung und Rollout fliessen können und keine neuen Designs oder Materialien mehr erstellt werden müssen, bestenfalls Start Setup direkt Anfang des kommenden Jahres, um Termine² und Weiteres bereits 1.5 Jahre im Voraus fixieren zu können;
- ☐ Evaluation **Transformieren der Inhalte der bestehenden Webseite bildungswoche.ch in eine neue Webseite mit einem Arbeits- und user-gerechten CMS** wie Wordpress, so dass sowohl die Verbandskommunikationsleitung wie weitere Beteiligte diese eigenständig und ressourcenschonend nutzen können und die für die Arbeit von Bildung, Sensibilisierung und Events geeignet ist;
- ☐ Evaluation eines Setups eines Aufbaus einer Adressdatenbank (**'Listbuilding'**, Emailadressen - eventuell Auslagerung dieser Arbeit an einen Umsetzungspartner) mit dem Ziel, in den nächsten 1.5 Jahren 2'000 Adressen zu generieren, um für mögliches Einladungsmanagement sowie für Multiplikation generell Adressen verfügbar zu haben;
- ☐ Evaluation **Nutzung der Chancen und Potentiale von Online-Erlebnissen und von Bildungsarbeit über Multiplikation** generell;
- ☐ Evaluation **Setup einer Verbandskommunikation** inklusive Kommunikationsplanung für alle Kanäle (Marketing, Social Media, Mailings, Mitgliederpflege u.a.m.), Netzwerkschaffung und aktiver Synergieschaffung besonders auch mit den Mitgliedsorganisationen: ressourcenschonende, einfache und interaktive Kommunikationstools, die den Mitgliedern Mitsprache ermöglichen, ohne zusätzlich Zeit zu beanspruchen, wie diese das Projekt zutage brachte wie z.B. Umfragen, Direktkontakten wie Telefonaten, Bedürfnisabfragen oder

² zu evaluieren ist der Zeitpunkt der Durchführung; September eignet sich, weil es als 'Eventmonat' bekannt ist und keine Schulferien sind, gleichzeitig gibt es viele Konkurrenzevents, was z.B. im November oder im Mai weniger der Fall ist.

gemeinsamer Medien- und Kampagnenarbeit;

- ☐ Evaluation von Durchführungen expliziter **Sensibilisierungs-, Dialog- oder Bildungskampagnen**, um das grosse Interesse und Bereitschaft für Aufmerksamkeit der Bevölkerung über Kampagnenkanäle aufzufangen, Inhalte zu bieten und für die Bildungsarbeit zugänglich und nutzbar zu machen;
- ☐ Evaluation Erstellung eines kurzen **Handouts** zuhanden Mitgliedsorganisationen mit den Haupteckensteinen aus dem Projekt / der Bildungswoche, etwa der Stärkung der Präsenz auf Social Media, der Nutzung von Synergien (z.B., dass der Verband künftig die Events / Veranstaltungen der Mitglieder über Social Media bewerben könnte oder über einen Blog mittels Storytelling an die Bevölkerung bringen könnte), der Vorteile von Events vor Ort mit Multiplikation über professionelle Aufnahmen im Nachgang u.w.m.
- ☐ **wirkungsorientiertes 'Erfolgs-Storytelling'**: um zur Bildungsarbeit im Sinne von *plusbildung* beizutragen (Verbandszweck) und um *plusbildung* und seine Mitglieder bekannter zu machen, wird empfohlen, die Erfolge der Bildungswoche weiter und intensiv zu kommunizieren und damit die Bevölkerung an der 'Erfolgsgeschichte', die mit der Nationalen Bildungswoche 2024 angestossen werden konnte, partizipieren kann.

Herausforderungen und Optimierungsbereiche

In der Evaluation des Projekts und in Hinblick auf eine nächste Durchführung lassen sich 3 Bereiche identifizieren, die für eine nächste Durchführung optimiert werden können:

1. Die Projekt-Webseite konnte erst verspätet - im Juni statt im April - und dann mit Fehlen signifikanter Inhalte in Betrieb genommen werden, und wies ein für das Projekt und den Verband nicht brauchbares CMS auf. Dies verspätete und erschwerte die Bewerbung und das Einladungsmanagement für Publikum an den Regionaltagen und dem Nationaltag stark, was durch sehr grossen Mehreinsatz der Beteiligten - des Verbands und des Umsetzungspartners - aufgefangen werden musste.
2. Das Publikumsaufkommen vor Ort an den Regionaltagen und am Nationaltag lag unter den anvisierten erhofften bzw. erwarteten Werten. Die Besuchendenzahl blieb am Regionaltag in der Deutschschweiz leicht unter dem anvisierten Minimalziel (80 Personen statt 100), am Nationaltag zu rund einem Drittel unter dem anvisierten Minimalziel (60 Personen statt 100).³

³ Als Hauptgrund identifizieren lässt sich die fehlende Webseite und nach Lancierung deren fehlende Inhalte, welche die Bewerbung erschwerten. Als zweiten Punkt ist festzuhalten, dass die anvisierten 10 Gäste pro partizipierender Mitgliedsorganisation (ca 10 pro Eventtag) in keiner Weise erreicht werden konnten und zu hoch gesetzt waren. Als dritten Punkt könnte das Vorgehen des Verbands, Einladungsmanagements jeweils ohne Anmeldefunktion und ohne Ticketing durchzuführen, überdacht werden, da Menschen in der heutigen Zeit eher an Anlässe kommen, wenn sie sich vorab dazu verpflichtet haben. Als vierten Punkt lässt sich identifizieren, dass nach aussen wirkende Kommunikationskanäle durch das Projekt

Das liegt angesichts der Teilnehmendenzahlen und der Benchmarks von Events weniger am erreichten Publikumsaufkommen selbst, das z.B. am Regionaltag Deutschschweiz als sehr zufriedenstellend beurteilt werden muss, sondern grundsätzlich daran, dass analoge Events vor Ort aufgrund der hohen Konkurrenz (Arbeit, Familienleben, Erholung, viele Events gleichzeitig in der Schweiz) die mit am schwierigsten zu erreichende Ziele überhaupt sind, weswegen das Publikumsaufkommen zwar nicht die gesetzten Ziele erreichen konnte, aber insgesamt als 'gut' beurteilt werden muss. Es ist zu evaluieren, ob bei kommenden Bildungswochen oder ähnlichen Veranstaltungen der Zielwert angepasst werden soll bzw. der Schwerpunkt auf die Generierung von attraktiven Material und der Verbreitung gelegt werden soll (s.u.). Für eine künftige Durchführung kann *plusbildung* zum einen von den 2024 geschaffenen Erfolgen und 'institutional readiness' profitieren und über ein Listbuilding sowie zum anderen über angepasste Zielsetzungen (Hauptzielsetzung Generierung attraktiver, relevanter Inhalte vor Ort mit Streuung Online und über Verbreitung), also tiefer angesetzten Publikumszielen, erfolgreich und wirkungsvoll auch weitere Bildungswochen oder Events durchführen. Empfehlenswert wäre zudem, die Strategie des Verbands, Veranstaltungen ohne Ticketing durchzuführen, zu überprüfen und künftig Ticketings zu implementieren. Insgesamt muss aber festgehalten werden, dass die Qualität sowie der Lern- und Wohlfühlfaktor der Events von den Anwesenden ausnahmslos als 'extrem hoch' beurteilt wurde (mündliche Umfragen bei fast jedem Gast); eine Qualität, die die anschliessende Verbreitung der Aufnahmen und damit der multiplizierenden Bildungs- und Sensibilisierungsarbeit überhaupt ermöglichte.

3. Ein dritter Punkt, dessen Zielsetzungen zwar erreicht werden konnte, der sich aber sehr arbeitsintensiv gestaltete, war die Kommunikation vonseiten Verband mit den Mitgliedsorganisationen. Verbands-Kommunikation bedarf intensiver Arbeit von Umsetzenden, entweder als externe Beauftragung oder im Rahmen der Arbeit einer/eines Kommunikationsleitender/n, die nicht über Content oder Inhaltserstellung aufgefangen werden kann, sondern mit Fokus 'Organisation' und 'Kommunikationsadministration' sowie Kommunikationsleitung insgesamt, umgesetzt werden muss. Es könnte evaluiert werden, wie der Verband künftig diese Organisatorisch ausgerichtete Kommunikation intern oder extern pflegen und umsetzen kann, die für das Wirken des Verbands im Verbund von grosser Bedeutung ist.

aufgebaut wurden und nicht bereits existierten, so dass das gesamte Einladungsmanagement über Eigenanstrengung des Verbands und des Umsetzungspartners erreicht werden musste (z.b. über Partnermailings).

Verband plusbildung

www.plusbildung.ch

info@plusbildung.ch

Alpenquai 4
Postfach 116
CH-6002 Luzern

Detailbericht

Ausgangslage und Ziel

Eine Gesellschaft ist so stark und resilient wie die Möglichkeit und Bereitschaft zum Dialog und der Partizipation ihrer Mitglieder. Unsere Demokratie und die Art unseres Zusammenlebens fusst auf den Prinzipien des konstruktiven Gesprächs, kommunikativer Aushandlungsprozesse und der Integration aller Mitglieder der Gesellschaft in den Dialog über Fragen eines ethischen Zusammenlebens und der Gestaltung unseres Miteinanders. Die Nationale Bildungswoche 2024 und die begleitende Dialogkampagne unter dem Motto 'Anders weiter!' hatten zum Ziel, genau diese gesellschaftskonstituierenden Prinzipien zu adressieren und zu fördern und damit nicht nur über Lösungswege aus kommunikativen Grabenkämpfen zu sprechen, sondern Lösungen direkt erfahrbar zu machen.

In einer gesellschaftlichen Stimmung, die von Unsicherheiten, kommunikativ bewirtschafteten Missverständnissen und wenig Bereitschaft zum gegenseitigen Verständnis geprägt ist, sind die **Grundwerte einer funktionierenden Demokratie wie Dialogbereitschaft, Perspektivenwechsel und die Begegnung von Menschen** unterschiedlichster Hintergründe wichtiger denn je. *plusbildung* setzte mit der Nationalen Bildungswoche und der Sensibilisierungskampagne im Vorfeld Impulse innerhalb des Netzwerks Ökumenische Bildungslandschaft Schweiz, indem die Vernetzung und Kooperation unter den Anbietern von katholischer und evangelisch-reformierter sowie ökumenischer Erwachsenenbildung gefördert und im Rahmen des gemeinsamen Projekts der Zusammenhalt und die Zusammenarbeit gestärkt wurde. Die Nationale Bildungswoche 2024 adressierte und förderte dabei mittels einer Dialogkampagne mit Elementen wie den im Folgenden beschriebenen 'Dialogbank' und Erlebnissen digital und vor Ort den Austausch, den Dialog und die Begegnung zwischen Menschen aus der breiten Bevölkerung. Unter dem gemeinsamen Motto "Anders Weiter" (Avancer Autrement) begegneten sich Menschen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, die ansonsten nicht zusammengefunden hätten und diskutierten unterschiedliche Perspektiven zu Fragen des ethisch verantwortungsvollen Zusammenlebens in einer Weise, die in unserer von Klickzahlen und Schlagworten geprägten Debattenkultur ansonsten so nie hätten beleuchtet werden können.

Handlungsbedarf und Problembeschrieb

Krisen, Kriege und kommunikative Grabenkämpfe haben in jüngster Vergangenheit unseren Alltag und das Zusammenleben geprägt und ihre Spuren hinterlassen. Eine Gesellschaft ist jedoch nur so stark und resilient wie ihre Mitglieder und deren Zusammenwirken: Wo das Gespräch versiegt und sich Menschen in ihre Filterblasen zurückziehen, sich anderen Perspektiven verschliessen und die Dialogbereitschaft abnimmt, erodiert das Fundament unserer Demokratie und damit unsere Basis eines konstruktiven Zusammenlebens. Der Wert unserer Demokratie wird uns nie so sehr bewusst wie in diesen Zeiten, in denen Autokraten verheerende Entscheidungen fällen, extremistische Parteien

vermehrt Zuspruch erhalten und echte Dialogbereitschaft erodiert. Doch eine Demokratie ist nicht nur Basis für unser politisches System und einen menschenwürdigen Aushandlungsprozess über die Rahmenbedingungen unseres Zusammenlebens: Sie ist auch sehr fragil und voraussetzungsreich, damit sie gelingen kann und eine Partizipation aller Beteiligten möglich wird.

Die Nationale Bildungswoche und die begleitende Kampagne setzten genau an diesem Punkt an und bildeten ein Gegengewicht zur verhärteten Debattenkultur. Durch Partizipationsmöglichkeiten online und vor Ort, Diskussions- und Bildungsveranstaltungen, der Sensibilisierungskampagne inklusive medialer Berichterstattung und niederschwelligen Angeboten zum Gespräch über gesellschaftsrelevante Fragestellungen im Kontext eines ethisch verantwortungsvollen Lebens brachte sie Menschen zusammen, die sonst nie zu einem Austausch zusammengefunden hätten. Ein Leuchtturmprojekt, das dem aktuellen Bedarf und Bedürfnis nach Austausch, echten Begegnungen und Zusammenführung unterschiedlicher Perspektiven nachkommt.

Zielsetzungen

Die übergeordneten Wirkungsziele von *plusbildung*, namentlich die Stärkung des Dialogs und die Wahrnehmung ethischer Verantwortung, die Förderung eines Austauschs der Mitgliedsorganisationen mit der Bevölkerung und die Vernetzung und Kooperation unter den Anbietern von katholischer und evangelisch-reformierter sowie ökumenischer Erwachsenenbildung fanden in den Zielen der Nationalen Bildungswoche konkreten Niederschlag. Die Nationale Bildungswoche verfolgte zwei Haupt- und vier konkrete Subziele, die als Säulen für das Dach begriffen werden können, unter dem sich die verschiedenen Events und Angebote zusammenfanden.

Hauptziele

- Hauptziel 1: Sensibilisierung von Entscheidungstragenden als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren und der breiten Bevölkerung für die Bedeutung des gesellschaftlichen Dialogs und der Auseinandersetzung miteinander zu gesellschaftlichen und ethischen Fragestellungen.
- Hauptziel 2: Sensibilisierung der teilnehmenden Bevölkerung zur Bedeutung der Bildungsarbeit und von plusbildung und seiner Mitglieder.

Subziele

- 1) Lokale und regionale Erlebnisse: Attraktive, spannende und inspirierende Aktivitäten für alle vor Ort und digital.
- 2) Impulse für die Gesellschaft und das Zusammenleben: Erörtern von zentralen Themen, Vermittlung von Wissen, Aufwerfen von Fragen und Bieten von Plattformen für den Diskurs und ein integrierendes Denken, Handeln und Miteinander.

- 3) Reichweite und Wirkung für die breite Bevölkerung: Erreichen der breiten Bevölkerung dank nationaler Kommunikation und der Niederschwelligkeit der Angebote.
- 4) Förderung der Vernetzung und Stärkung der Bekanntheit: Sensibilisierung für die Bedeutung der Bildungsarbeit und dank der Aktivitäten und begleitenden Kommunikation die Stärkung der Vernetzung der Mitglieder.

Chancen und Potential

Unter dem gemeinsamen Motto 'Anders weiter!' wurden unterschiedliche Themen, Fragestellungen und Perspektiven beleuchtet, Menschen niederschwellig erreicht und sensibilisiert und Fragen gestellt, wie wir ethisch verantwortungsvoll leben und zusammenleben können und wollen. In Podiumsgesprächen, Keynotes und Workshops und am nationalen und regionalen Bildungstag wurden zudem die Herausforderungen unserer Zeit thematisiert und diskutiert, wobei nicht in der Beschreibung der Herausforderungen verharret wurde, sondern Menschen zu Wort kamen, die Lösungsansätze nicht nur kennen, sondern ganz direkt praktisch leben und umsetzen - Anders weiter eben. Ob Künstliche Intelligenz, Weniger vom Zuviel, Klima und Politik oder Postwachstum: Expertinnen und Experten ermöglichten Einblicke in die Themen, die unsere Gesellschaft bewegen und unsere Zukunft prägen werden und motivierten dazu, unsere Zukunft gemeinsam mitzugestalten und zu prägen. Zudem wurde Aufmerksamkeit für die Bildungsarbeit generiert und die Bekanntheit von *plusbildung* insbesondere auch durch mediale Berichterstattung über das Projekt⁴ gestärkt.

⁴ <https://www.20min.ch/story/dialogbank-genderdebatte-als-dialogchance-nationalraetinnen-im-streitgesprach-103168184>

Die Nationale Bildungswoche 2024

- Ging zentralen Themen und Fragen in Bezug auf das gesellschaftliche Zusammenleben und die Gestaltung einer lebenswerten Zukunft nach, vermittelte Wissen und bot Plattformen für den Diskurs und das Gespräch zwischen Menschen mit den unterschiedlichsten Hintergründen und Biografien.
- Erreichte dank der Niederschwelligkeit von Angebot und Durchführung - das Publikum hatte örtlich und zeitlich diverse Möglichkeiten zu partizipieren, auch dank der Aufnahmen der Podien und Keynotes, die im Anschluss durch Teilnehmende und Podiumsgäste weitere Verbreitung fanden - sowohl das bestehende Publikum als auch die breite Bevölkerung;
- Sensibilisierte für die Bedeutung der Bildungsarbeit & stärkte dank der Aktivitäten und der begleitenden Kommunikation die Vernetzung und Bekanntheit von *plusbildung* und seiner Mitglieder.

Durch das Live Streaming der regionalen Bildungstage und des nationalen Bildungstages und der Aufzeichnung von Podien, Keynotes und Kulturprogramm, wurde die kostenlose Teilnahme an den hochkarätigen Inputs und Speeches einem breiten Publikum ermöglicht, das nicht die Möglichkeit hatte, physisch vor Ort zu sein.

Durch die sehr diversen Hintergründe der teilnehmenden Gäste, welche die Videoaufzeichnungen und im Vorfeld die Veranstaltungshinweise über ihre Kanäle teilten, wurde ein breites Spektrum der Bevölkerung erreicht, das von der Hochschulabsolventin über die Transformations-Vertretung bis zur Klimaseniorin die unterschiedlichsten Zielgruppen integrierte. Zum verbindenden Thema 'Anders weiter' bot die Nationale Bildungswoche Gedankenanstösse, brachte Menschen miteinander ins Gespräch und in Bewegung - im übertragenen wie auch im Wortsinne.

Massnahmen, Kanäle und konkrete Wirkung

Für die Dialogkampagne Bildungswoche 2024 hat *plusbildung* eine Reihe von Massnahmen sowohl vor Ort als auch online durchgeführt, um die Sichtbarkeit der Bildungswoche zu erhöhen und die Zielgruppen effektiv zu erreichen.

Kanäle & Materialien:

- Kampagnenauftritt auf der Webplattform www.bildungswoche.ch
- Diverses Visual- und Kampagnenmaterial (Online-Poster, Programmflyer, Medienpaket, Druckposter, Poster im A3- und A4-Format, auf Deutsch und Französisch etc.)
- Bereitstellung von Factsheet und Programmflyer der Bildungswoche 2024
- Visuals, Videos und programmierte Umfragen
- Social Media Auftritte (Einsatz von Facebook, Instagram und LinkedIn zur Verbreitung der Kampagneninhalte)
- Tägliches Social Media-Management auf drei Kanälen inklusive Interaktionsmanagement
- Setup des Mailingtools und Newsletterversände
- Aushang von Plakaten der Kampagne in den Städten Zürich, Bern, Lausanne und Freiburg, in denen der Nationaltag und die Regionaltage stattfanden
- Flyeraktionen in alle Haushalte der Zielgemeinden
- Newsbeiträge und Medienmitteilungen sowie Zahlreiche Informationsschreiben

plusbildung nutzte wirkungsvoll den Zugang über Inhalte und Themen, um das Netzwerk der eigenen Stakeholder zu stärken, Information und Sensibilisierung zu verbreiten und weitere Zielgruppen zu erschliessen. Die Bildungswoche weckte das Interesse der Menschen an attraktiven, lebensnahen Fragestellungen und erzielte eine hohe Bereitschaft zur Teilnahme an ressourcenschonenden, niederschweligen Mitmachprojekten. Zudem haben die Mitgliedsorganisationen mit zahlreichen involvierten Personen an der Mottoselektion, der Projektschärfung, der Herbsttagung und vielen weiteren Aktivitäten teilgenommen und damit den Verbund gestärkt. Die Attraktivität und Niederschwelligkeit der Angebote wurden angestrebt und die Vielfalt und Qualität der Inhalte haben verschiedene Zielgruppen erfolgreich umgesetzt und angesprochen.

Reichweite durch Multiplikation und Involvement

Das Projekt 'Anders weiter!' schaffte eine hohe Reichweite durch Information, Sensibilisierung und das Erzählen von Geschichten. Zum Start der Kommunikation von *plusbildung* - eines der Verbandsziele - auch in den Sozialen Medien und durch das Weitertragen der Bildungsarbeit auch im Digitalen Raum konnte *plusbildung* sich ein neues Bevölkerungssegment erschliessen und kann diese Kanäle und Kontakte für die weitere Arbeit und eine eventuelle Fortführung des Projekts künftig weiter nutzen und das volle Potenzial ausschöpfen.

Die Projektkommunikation erreichte über die Sozialen Medien eine Reichweite von rund 270'000 Kontakten, dazu kommen rund 50'000 von Plakaten und 13'000 Haushalte über Flyer, rund 3.3 Millionen Kontakte über Medienarbeit sowie zahlreiche über Direktkommunikation: Per Mailings, Infoschreiben und mehr und vor Ort an den Erlebnissen der nationalen Bildungswoche.

Erweiterung der Medienpräsenz

plusbildung erstellte für das Projekt erstmals Social Media Kanäle wie Facebook, Instagram und LinkedIn (s.o.) und nutzte diese, um das eigene Netzwerk zu stärken, zu sensibilisieren, zu informieren und eine breite Zielgruppe zu erreichen. Dazu wurden Kanäle neu aufgesetzt und mit Visuals und Videos der Dialogkampagne 'Anders weiter!' bespielt. Zeitgleich wurde die Aufmerksamkeit für die Bildungsarbeit generiert und die Bekanntheit von *plusbildung* und der Mitgliedsorganisationen gestärkt.

Webpräsenz

Regelmässige Informationen und Updates zur Dialogkampagne wurden teilweise über die Website der Bildungswoche und die Webseiten der Mitgliederorganisationen und besonders über die Social Media Kanäle und die Webseiten der Partner bereitgestellt.

Regelmässige Updates über die Dialogkampagne über die Sozialen Medien sowie die offizielle Webseite von *plusbildung* und seinen Partnern informierten die Zielgruppen über die Bildungswoche und ihre Veranstaltungen. Die Mitglieder und Partner von *plusbildung* haben eine Präsenz auf der Webseite der Bildungswoche erhalten, konnten ihre Bekanntheit stärken und über die Bildungsarbeit hinaus ihre Arbeit einer breiteren Bevölkerung zugänglich machen.

Kommunikationsinhalte und Branding

Im Rahmen des Projekts 'Anders weiter!' entwickelte *plusbildung* einen Auftritt, der durch ein zeitgemässes Design und Kampagnenvisuals geprägt ist. Diese Elemente stärken die visuelle Identität von *plusbildung* und fördern die Kommunikation der Bildungsanliegen. Die Kampagnenvisuals wurden gezielt gestaltet, um die Inhalte ansprechend zu präsentieren und verschiedene Zielgruppen zu erreichen. Durch diesen Auftritt und die dadurch generierten Materialien kann der Dachverband *plusbildung* nicht nur sichtbar werden, sondern auch einladender für eine breitere Öffentlichkeit, was zur Stärkung des Verbunds und zur Förderung des Dialogs über wichtige gesellschaftliche Themen beiträgt.

Höhepunkte aus den Bildungstagen und der Sensibilisierungskampagne

- **Institutional Readiness & Kommunikationskanäle und Inhalte:** Das Projekt 'Anders weiter!' erlaubte es plusbildung, seine Bildungs- und Sensibilisierungsarbeit in neue, noch nicht erschlossene Welten zu tragen: Die Ressourcen ermöglichten es, auf verschiedenen Plattformen in den Sozialen Medien Auftritte zu konzipieren und breit Menschen zu erreichen, sowohl mit inhaltlichen Themen wie auch mit der Sensibilisierung zur Relevanz der Bildungsarbeit und der Erwachsenenbildung insgesamt. Ebenso konnte ein neuer, zeitgemässer Auftritt gestaltet werden, der Jung und Alt anspricht und aufmerksamkeitsstark ist. Des weiteren konnte *plusbildung* den ersten Schritt tun in die Welt des Adressdatenmanagements, um Menschen intern - z.B. die Mitgliedsorganisationen - wie extern über Newsletter und Infomailing zu erreichen. Des weiteren ermöglichte das Projekt, erste Schritte im Bereich der Medienarbeit zu tun, mit dem Setup eines umfangreichen Medienverteilers, dem Versand von Communiqués und der aktiven Medienarbeit. Diese und viele weitere Schritte ermöglichen es, die Arbeit von *plusbildung* langfristig und nachhaltig nach aussen zu tragen.
- **Dialogbank: Kontroversen konstruktiv statt konfrontativ diskutieren!** Besonders in der aktuellen Zeit der aufgeheizten Stimmung und zunehmend verhärteten Fronten werden zu bestimmten Themen gern die rhetorischen Klingen gewetzt und gekreuzt, ohne sich mit der Perspektive des jeweiligen Gegenübers auseinandergesetzt zu haben. Die Aktion 'Dialogbank' im Rahmen der Sensibilisierungskampagne, je in der Deutschschweiz und in der Romandie, hatten das Gegenteil zum Ziel: Auf einer Bank inmitten der Öffentlichkeit fanden Personen aus der Politik zusammen, die zu einem aktuell hoch brisanten Thema gegensätzliche Positionen vertreten und sich einen harten Schlagabtausch gewohnt sind. Gerade in politischen Debatten stehen oft die Durchsetzung der eigenen Argumente und Positionen höher im Kurs als das Anhören und Verstehen der Position des anderen - ein Paradigma, das auf der Dialogbank durchbrochen wurde. So wurde beispielsweise vor der ältesten queeren Bar in Zürich über die zur Zeit verhärtet geführte Genderdebatte konstruktiv diskutiert und die Nationalrätinnen Anna Rosenwasser (SP) und Nina Fehr Düsel (SVP) fanden zu einem entwaffnend ehrlichen Gespräch und zum Schluss sogar zu einem gemeinsamen Nenner⁵. In Bundesbern hingegen wurde zum nicht weniger emotionalen Thema *Politik und Ernährung* diskutiert: Hier fanden Délfine Klopfenstein (Grüne) und Jacques Nicolet (SVP) zusammen und sprachen sich beide für einen konstruktiveren Diskurs in kommenden Abstimmungskampagnen aus - ein Gewinn nicht nur für den politischen Aushandlungsprozess, sondern auch für die Meinungsbildung in der Bevölkerung.
- **Vernetzung mit Partnern und Multiplikation:** Vernetzung fand zum einen nach innen statt, da sich viele Vertretende von Mitgliedsorganisationen über zwei Jahre - davon 12 Monate, von September/Oktober 2023 bis September 2024, in intensiver Arbeit - mit dem Thema, den Aufgaben der Bildungsarbeit und miteinander auseinandersetzen konnten. Besonders bei der

⁵ <https://www.20min.ch/story/dialogbank-genderdebatte-als-dialogchance-nationalraetinnen-im-streitgesprach-103168184>

Abfrage in Bezug auf die aktive oder passive Partizipation am Projekt oder etwa bei der Mottoselektion konnten Aufgaben und Bedürfnisse stark geschärft und gemeinsame Schnittmengen identifiziert werden - etwa der Bedarf der Niederschwelligkeit, der starken Kommunikation und der starken Onlinepräsenz sowie den Mut in thematischen Dingen, um sowohl die Aufmerksamkeit der Bevölkerung für die Bildungsarbeit zu erregen wie auch, um mit der Bildungsarbeit relevante Impulse für Demokratie, Gesellschaft und Zusammenhalt zu bringen, welche für die Arbeit. Ganz besonders erfreulich war auch die Vernetzung nach aussen, welche das Projekt ermöglichte. Durch das Rahmenprogramm und auch die Vorab-Anfragen an weitere Organisationen konnten über ein Dutzend Partnerorganisationen gewonnen werden, wie etwa die Wyss Academy for Nature oder Pro Juventute, welche tatkräftig 'Anders weiter!' und den Wert der Bildungsarbeit in ihre Kanäle trugen und mit denen langfristig ein nachhaltiger Kontakt gepflegt werden kann.

- **Lokale Events:** Während der nationalen Bildungswoche fanden verschiedenste dezentrale Veranstaltungen zu gesellschaftlich relevanten Themen und Fragestellungen statt, die zum Nachdenken anregten, ohne im Nachdenken zu verharren, sondern zum Gestalten anstießen und ein gemeinsames (Anders?)-Weiterdenken ermöglichten. Ob ein Dreigang-Menü in der Denkbar in St. Gallen bei theologischen und philosophischen Gesprächen, die durch die kulinarische Begleitung einen erfrischend hedonistischen Rahmen erhielten oder ein Besuch einer gemeinnützigen Wohnbaugenossenschaft im Hinblick auf die Fragen "Wie wollen wir zusammenleben?" ganz konkret in Bezug auf unseren Wohnraum: Die Veranstaltungen boten sowohl geistigen als auch physischen und seelischen Input und Anregungen für alle Sinne und die unterschiedlichsten Bevölkerungsgruppen.
- **Regionaler Bildungstag am 10.09.2024:** Ein erster Höhepunkt fand am 10.09.2024 im Sihlcity in Zürich statt: Wo sonst ein gehetztes Treiben herrscht und die Köpfe von inneren Einkaufs- und To Do-Listen besetzt sind, brachte der Regionale Bildungstag die unterschiedlichsten Menschen mit spannenden Hintergründen zusammen und bot eine Oase des Innehaltens, des Austauschs und danach des anders Weiterdenkens und vielleicht anders Weitergehens. Nach musikalischer Einstimmung durch das Trio Anderscht auf dem Hackbrett wurden in den Workshops verschiedene Aspekte des anders Weitermachens beleuchtet und erfahrbar gemacht: Postwachstum in Anbetracht der wirtschaftlichen und klimatischen Herausforderungen als neuer Weg, Transformation der Kirche vom kirchlichen Gemeindehaus zum integrativen Treffpunkt oder das Labyrinth und seine Kraft als Lebenssymbol im praktischen Versuch - erfahren und diskutieren, statt dozieren war das Leitthema des Tages, das die Besuchenden sichtlich berührte und bewegte. Im anschliessenden Podium wurde mit Gästen aus der Zivilgesellschaft, der Kirche und der Bildung die Frage nach dem 'Anders weiter' anhand der Biografien der Teilnehmenden erörtert und zum Abschluss von Sarah Heiligttag, Mitgründerin vom veganen Lebenshof-Projekt "Transfarmation" treffend auf den Punkt gebracht: "Wir brauchen mehr Bildung in diesem Bereich. Sinnvoll wäre nicht nur das Fach Glück, sondern auch das Fach Empathie, das Fach Partizipation. Wir müssen Lösungen

aufzeigen und erlebbar machen - nicht nur darüber reden, sondern sie direkt erfahrbar machen." Genau dies hat der Regionale Bildungstag angestossen und viele bewegte Gäste und Mitdenkende im Anschluss nicht frustriert, sondern bewegt und bereichert beim abschliessenden Apéro zum Gespräch eingeladen.

- **Regionaler Bildungstag am 12.09.2024 in Fribourg/Lausanne:** Der Regionale Bildungstag Romandie fand vor Ort und online statt und verknüpfte die beiden Lebenswelten erfolgreich. Eingeladen wurde zum Thema 'Parler de la vie après la mort avec ChatGPT', mit zwei renommierten Keynote Speakern, Charles Morerod, Bischof von Lausanne, Genf und Freiburg, und Pierre-Philippe Blaser, Vizepräsident der Evangelisch-reformierten Kirche der Schweiz (EERS), unter der Moderation von: Olivier Keshavjee. Das geschaffene Material und die überraschenden Komponenten des Anlasses können langfristig für die Kommunikation genutzt werden.
- **Nationaler Bildungstag am 14.09.2024:** Der international bekannter Künstler Carlos Martinez mit seinem Pantomim-Programm 'Menschenrechte' zum Thema 'Anders weiter' und zwei Keynotes von Pro Juventute-Direktorin Nicole Platel und Pro Senectute-Direktor Alain Huber zeigten bereits zum Auftakt des Nationalen Bildungstages, dass der oft empfundene kommunikative Graben zwischen Jung und Alt - und alt sei hier sehr positiv verstanden im Sinne von lebenserfahren und geschichtsbewusst - keiner sein muss, sondern zusammen anders weitergegangen werden kann. Carlos Martinez berührte die Anwesenden mit einer extra für die Bildungswoche konzipierten Performance zum Thema 'Anders weiter' und Nicole Platel und Alain Huber eröffneten den Tag mit inspirierenden Keynote-Speeches, die noch lange nachklangen und auch auf dem Panel aufgegriffen wurden. Brandaktuelles wie Künstliche Intelligenz und Theologische Ethik, Klima und Politik: Wie sich einbringen für eine lebenswerte Zukunft? oder Ernährung, Konsum und Mobilität: Handlungsmöglichkeiten entdecken, behandelten die wichtigsten Herausforderungen unserer Gesellschaft und Zukunft nicht wie medial oft portiert aus einer Krisen- und Bewältigungsperspektive, sondern mit dem freudvollen Blick der Gestaltenden, die sich an Möglichkeiten bedienen können, Handlungsoptionen zu entdecken und umzusetzen, statt ohnmächtig im Krisenbewältigungsmodus zu verharren. Vertieft wurde diese Perspektive auf dem abschliessenden Panel zu den Fragen: Gelingt es uns, die Zukunft zu gestalten, und nicht (nur) den Niedergang zu verwalten? Wie erleben wir Disruptionen, wie gehen wir mit Bruchstellen um, wie nutzen wir diese als Chance? Welche Adaptionfähigkeiten haben wir, und welche Rolle spielen Sensibilisierung und Bildung, damit wir als Gesellschaft gemeinsam Anders weiter gehen können? Moderiert von Regula Späni, diskutierten die Teilnehmenden, unter anderem Zukunftsexperte Andreas Walker, Wyss Academy Policy Outreach-Leiterin Tatjana von Steiger, Gesellschaftsjournalistin Lea Oetiker, Philosoph, Physiker und Unternehmensethiker Mathias Schütz und plusbildung-Regionalvorstand Romandie, Nicole Awais diese essentiellen Fragen insbesondere im Hinblick auf unterschiedliche Generationen und das Verständnis für die

Situation und den Blickwinkel der jeweils anderen. Auf den Punkt brachte den ganzen Tag eine Teilnehmerin mit den Worten, sie müsse nun nach Hause gehen; der Tag habe sie so viel weitergebracht und positiv bewegt; diesen Input müsse sie nun erst einmal verarbeiten. Schön und schade zugleich - denn auch der Apéro zum Austausch zum Schluss hätte sich gelohnt!

Fazit

Die Bildungswoche zur Förderung des Dialogs und des Gesprächs über ethisch-inhaltliche Fragestellungen zum Zusammenleben mit Relevanz und Mehrwert für das Publikum hat nicht nur aktuell wichtige Impulse und Akzente gesetzt, sondern wird auch langfristig zu einer resilienten, auf Verständnis basierenden Gesellschaft und einer starken Demokratie beitragen. Über die erstmals und extra für das Projekt aufgesetzten, aber langfristig für den Verband nutzbaren, Social Media-Plattformen konnte im Rahmen des Projekts eine Reichweite 273'481 Kontakten erreicht werden, und insgesamt wurden mit 'Anders weiter!' weit über 3.5 Millionen Kontakte erreicht. Die Veranstaltungen, die aufgezeichnet und von diversen Beteiligten auf Social Media geteilt wurden, erzielten eine hohe Interaktion und organische Verbreitung angesichts der noch 'jungen' Auftritte und die Reaktionen der Teilnehmenden und Podiumsgäste sprachen eine eindeutige Sprache: Dialog und konstruktives Gespräch ist aktuell so notwendig wie selten zuvor und auch das Bedürfnis danach ist gross - doch fehlen in unserer von Klickzahlen und Optimierungsparadigmen geprägten Lebenswelt oft die Gefässe und der Raum, sich unvoreingenommen zu begegnen und mit echtem Interesse aufeinander einzulassen.

Nicht nur die Bildungswoche, sondern auch die Kampagne im Vorfeld mit beispielsweise den Dialogbank, auf denen sogar so verhärtete Themen wie die Genderdebatte in ein konstruktives Fazit mündeten, haben genau dies geschaffen: Ein Raum für Begegnung, ein qualitativ hochkarätiges Programm mit Impulsen von Fachpersonen und intellektuell und seelisch anregende Inputs ohne in den Duktus des Dozierenden zu verfallen, sondern mit echtem Interesse an der Perspektive des Gegenübers und des Publikums. Die Bildungswoche hat aufgezeigt, wie wir Anders Weitermachen können - nicht durch erklären und darüber reden, sondern durch das Tun selber, indem sie Anders weiterging und den Gedanken des Dialogs nicht nur ansties, sondern langfristig ins Rollen brachte und durch die weite Verbreitung der Inhalte online noch immer bringt.

Im Rahmen des Projekts 'Anders weiter!' hat *plusbildung* so einen neuen Auftritt entwickelt, seine Identität und die Kommunikation der Bildungsanliegen gestärkt, Partnerkontakte aufgebaut, Materialien generiert und die digitale Vernetzung unterstützt. Durch den frischen Auftritt wird der *plusbildung* nicht nur sichtbarer, sondern auch einladender für eine breitere Öffentlichkeit, was zur Stärkung des Verbands und zur Förderung des Dialogs über wichtige gesellschaftliche Themen beiträgt.

Das Projekt hat damit bereits erfolgreich zur Sensibilisierung und Vernetzung beigetragen und die Rolle von *plusbildung* in der Erwachsenenbildung gestärkt und seine Erkenntnisse und Produkte können als ersten Schritt für die weitere Zukunft von *plusbildung* gelten und eingesetzt werden.

Anhang: Visualisierung Langfristige Nutzung und Entwicklung von 'Anders weiter!' & der Bildungswoche

Langfristige Nutzung und Entwicklung des Projekt 'Anders weiter!' und der Bildungswoche

Das Projekt 'Anders weiter!' mit der Nationalen Bildungswoche 2024 und der Begleitkampagne bietet Chancen für nachhaltige Verbandsarbeit. Inhalte und Materialien sollen langfristig genutzt werden. Kommunikationskanäle werden ausgebaut und gepflegt.

FORMATIONplus
réseau oecuménique
suisse de la
formation continue



Aktive Nutzung der Inhalte

1

Visuelle Materialien & Inhalte

Visuals und Aufnahmen sowie Texte und Berichte werden für Sensibilisierung und Dialog eingesetzt.

2

Kommunikationskanäle

Webseite, Social Media und Mailings werden regelmässig genutzt und für die Bildungsarbeit und deren Aufmerksamkeit weiterentwickelt.

3

Kontaktpflege

Beziehungen zu Partnern und Mitgliedern werden aktiv aufrechterhalten und ausgebaut.



Biennale und Webseiten-Transformation

1

Biennale-Konzept

Die Bildungswoche wird als zweijährliche Veranstaltung etabliert.

2

Ressourcennutzung

Bestehende Materialien werden wiederverwendet, um Ressourcen einzusparen und Effizienz zu steigern.

3

Webseiten-Umgestaltung

bildungswoche.ch wird transformiert in ein benutzerfreundliches CMS für einfache Verwaltung.

Adressdatenbank und Online-Erlebnisse

Listbuilding

Ziel: 2'000 Adressen in 1,5 Jahren für Einladungsmanagement und Multiplikation.

Online-Potenziale

Chancen von digitalen Bildungserlebnissen werden evaluiert und genutzt.

Verbands-kommunikation

Ressourcenschonende und interaktive Kommunikationstools werden implementiert.

Kampagnen und Sensibilisierung



Kampagnen

Sensibilisierungs- und Bildungskampagnen werden evaluiert und durchgeführt.



Dialog

Interaktive Formate fördern den Austausch zu ethisch-gesellschaftlichen Themen.



Innovation

Neue Wege der Bildungsarbeit werden erkundet und umgesetzt.



Wissenstransfer und Erfolgs-Storytelling

Handout

Hauptkenntnisse werden für Mitgliedsorganisationen zusammengefasst.

Best Practices

Erfolgreiche Strategien wie Social-Media-Nutzung werden geteilt.

Storytelling

Erfolge der Bildungswoche werden kontinuierlich kommuniziert.