

Wir fördern Europa.



Schlussbericht

für das Projekt Nr. 131

„Gateway – Abenteuer Neue Medien“

im Rahmen des Interreg IV-Programms Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein



I. Allgemeine Angaben

Projektnummer und -titel

Projekt Nr. 131
GATEWAY - Abenteuer Neue Medien

Projektkoordinator

Mag.(FH) Johannes Rinderer
Supro / Stiftung Maria Ebene
Am Garnmarkt 1, 6840 Götzis
johannes.rinderer@mariaebene.at

Projektpartner *(kurze Liste mit Bezeichnung und Herkunftsland der beteiligten Partner)*

Amt für Soziale Dienste (Jugendschutz), FL
Synergie Soziale Bildung, Bayern

Projektlaufzeit *(TT.MM.YYYY - TT.MM.YYYY)*

01.06.2009 – 15.8.2012

Anlagenverzeichnis *(für zusätzlich beigelegte Dokumente)*

Anlage 1: Auswertung der Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit
Anlage 2: Pressespiegel

II. Inhaltlicher Schlussbericht

II.1 Projektbeschreibung

Das Projekt bietet Erwachsenen Orientierungshilfe, um den Medienkonsum ihrer Kinder besser begleiten zu können. Ziel ist es, Eltern und MultiplikatorInnen mit geeigneten Maßnahmen für das „Abenteuer Neue Medien“ zu sensibilisieren, zu informieren und sie zu befähigen, Kinder und Jugendliche bei der Entwicklung eines mündigen Umgangs zu begleiten und zu unterstützen.



Gateway setzt auf die Expertise von Kindern und Jugendlichen. So werden Pädagogen und Eltern nicht nur die medialen Lebenswelten interaktiv näher gebracht, sondern auch ein respektvoller Zugang zu jugendlichen Nutzern mit missbräuchlichem Medienkonsum vermittelt. Erwachsene können bei Veranstaltungen mit Unterstützung von jungen Game-Guides die Faszination, eventuelle Gefahren aber auch nützliche Aspekte von Neuen Medien kennen lernen. Sie werden dadurch für das Thema sensibilisiert und dazu motiviert, spielerisch neue Erfahrungen zu sammeln und sich untereinander auszutauschen. Ein weiteres Anliegen ist es, die Medienkompetenzen zu fördern. Mit Hilfe einer mobilen Medienwerkstatt kann flexibel und je nach Anlass mit Jugendlichen und ihren Bezugspersonen gearbeitet werden. Jugendliche und MultiplikatorInnen werden bei der Produktion und Reflexion eigener Projekte begleitet. Über Workshops, Medientage und Mediocamps erweitern sie ihre Medienkompetenzen und lernen alternative Freizeitangebote kennen. Die produzierten Arbeiten werden wiederum bei Elternabenden und Workshops eingesetzt und online veröffentlicht. Im Bereich der Schule werden Unterrichtsmaterialien erstellt und Elternabende zum Thema Fernsehen, Handy, Computerspiele und Soziale Netzwerke durchgeführt.

II.2 Gegenüberstellung geplanter und tatsächlich durchgeführter Aktivitäten

Auf Grund der starken Nachfrage mussten für die drei Zielgruppen (Jugend, Eltern und MultiplikatorInnen) weit mehr Aktivitäten als ursprünglich geplant durchgeführt werden. Die Abwicklung der einzelnen Projektphasen und Umsetzung der Maßnahmen verlief nach Plan und sehr erfolgreich, siehe folgende Übersicht:



Jugend	Geplant	Durchgeführt / Ergebnisse
Jugendevents	Veranstaltungen zur Bewerbung des Angebots/Mediencamps	Präsentation auf div. Messen von 2010 – 2012 (z.B. Frühjahrs-/Herbstmesse in Dornbirn/A, 2x Messeauftritt auf der LIGHA in Schaan/FL, Aktionswochen und Jugendveranstaltungen in Lindau (Nov. 2010). Inhaltlich: Grenzüberschreitender Kreativwettbewerb („Setze deinen digitalen Alltag kreativ in Szene“), Überprüfung der Sicherheitseinstellungen beim „Facebook-Check“.
Medienwerkstatt	Konzeption und Einrichtung einer Medienwerkstatt mit Ausleihe	Die Medienwerkstatt wurde vor allem in Vorarlberg gut angenommen und konnte sich gegen Projektende mit fixen Räumlichkeiten in der Supro nachhaltig verankern.
Abenteuer-Mediencamps	Ursprünglich waren zwei Camps für 2009 und 2010 geplant.	Juli 2009: Umsetzung von mehreren Medienworkshoptagen August 2010: Durchführung des einwöchigen „Abenteuer-Mediencamps“ an der FH Vorarlberg in Dornbirn Juli 2011: Abenteuer-Mediencamp, FH Vorarlberg/Dornbirn Auf Grund des Erfolges und im Sinne der Nachhaltigkeit wurde im Juli 2012 ein weiteres Camp veranstaltet. Dies führte unter anderem auch zu einer Verlängerung der Projektlaufzeit.
Kursangebot für Jugendliche	Entwicklung eines Kursangebots zum kontrollierten Medienkonsum	Der ursprüngliche Plan, „Heavy User“-Angebote zu entwickeln, wurde auf Grund der hohen Nachfrage nach klassenbezogenen Maßnahmen verändert. Zudem wurden in verschiedenen Settings Informations- und Reflexionsangebote für Jugendliche ab der 5. Schulstufe entwickelt. Aufgrund der starken Nachfrage und durch den Aufbau eines Referentenpools konnten über 200 Workshops mit Schulklassen, Lehrlingen etc. durchgeführt werden. Im Jahr 2012 wurden auch Workshops für jugendliche Peers entwickelt und umgesetzt.



Eltern	Geplant	Durchgeführt / Ergebnisse
Messen	Ausstellung und Infoveranstaltungen	Die ursprünglich geplanten Veranstaltungen wurden in allen Regionen wie veranschlagt durchgeführt.
Elternabende	Entwicklung und Umsetzung von Elternabenden im Bereich Volksschule, Unterstufe und Oberstufe (24 Termine)	Es wurden weit über 100 Veranstaltungen für Eltern in Vorarlberg, Lindau und Liechtenstein durchgeführt. Die Inhalte wurden in Form von Materialien (Broschüren, Magazine) aufbereitet. Dabei ist es uns gelungen, viele Eltern auch über allgemeine Erziehungs- und Präventionsfragen zu informieren.
Multiplikatoren	Geplant	Durchgeführt / Ergebnisse
Veranstaltungen	Durchführung von Impulstagen zur Sensibilisierung und Information (2x Vorarlberg, 1x Lindau, 1x Liechtenstein), zusätzliche Veranstaltungen für MultiplikatorInnen	Erster Kick-off mit einem Impulstag am 28.1.2010 in Götzis (A), 5.5.2010 in Vaduz (FL), bei den Aktionstagen im Oktober 2010 bzw. bei einem Impulstag für MultiplikatorInnen im November 2011 in Lindau (D). Weitere Impulstage zum Thema „Chancen Neuer Medien“ fanden am 26.1.11 in Götzis und am 29.1.11 in Rankweil statt, wo das Vereinshaus zum digitalen Abenteuerspielplatz wurde.
Kiartext:Medien	Fortbildung und Schulungsunterlagen für LehrerInnenfortbildung. (16 Workshops)	Fortbildung und Materialien wurden wie geplant entwickelt und umgesetzt. Darüber hinaus wurde mit www.wellenreiter.at eine grenzüberschreitende Materialiensammlung für MultiplikatorInnen entwickelt und umgesetzt.
Fortbildungen	Versch. Fortbildungen für LehrerInnen und andere MultiplikatorInnen	Die Mischung aus Vorträgen und Computerspielworkshops kamen bei den MultiplikatorInnen besonders gut an. An den über 15 Fortbildungen nahmen mehr als 300 Personen teil.
Jugendarbeit	Koordination eines länderübergreifendes Projekts im Bereich der Offenen Jugendarbeit	Durchführung von Veranstaltungen mit der Offenen Jugendarbeit, grenzüberschreitend und vernetzt in allen drei Regionen: Juli 2010 mit der am.puls-Reihe in Götzis, April 2011 eine Facebook-Tagung der offene Jugendarbeit in Nenzing/ Vorarlberg, Umsetzung der Erkenntnisse in die alltägliche Arbeit der Jugendarbeit; Begleitung und Durchführung von Medienprojekten (z.B. Thema Cybermobbing) in Jugendtreffs der Region.



II.3 Finanzielle Projektumsetzung

Die Gesamtkosten liegen mit elf Prozent über Plan noch in einem vertretbaren Rahmen, da die ursprünglich geplante Projektlaufzeit um dreieinhalb Monate verlängert wurde (unter anderem für die Durchführung eines Abenteuer-Mediencamps im Juli 2012). Die Personalkosten machen 62% der Gesamtkosten aus und sind im Vergleich zum Kostenplan um 14 Prozent (42.873 Euro) höher ausgefallen, da viele Leistungen durch die ProjektmitarbeiterInnen selbst umgesetzt wurden. Viele Leistungen waren gerade zu Beginn des Projekts nur durch das entsprechend qualifizierte Stammpersonal zu bewältigen. Nach einer längeren Einführungs- und Pilotphase beauftragten wir auch externe Referenten für die Umsetzung. Aus diesem Grund wurde im Laufe des Projekts eine Umschichtung der geplanten Sachkosten zu Gunsten der Personalkosten vorgenommen und durch das Technische Sekretariat genehmigt.

Die Sachkosten sind 5% (8.875 Euro) über Plan. Die Investitionskosten sind 13% (2.595 Euro) höher. Dafür wurden um 20% (-2360 Euro) weniger unbare Leistungen als geplant abgerechnet.

II.4 Darstellung der Ergebnisse

Das Projekt beschäftigte sich intensiv mit den realen und virtuellen Umwelten der Neuen Medien und machte diese zum Thema. MultiplikatorInnen und Eltern konnten die medialen Lebenswelten (Computerspiele, Facebook & Co) der Jugendlichen in einer erlebnisorientierten Form und praxisnahen Vorträgen und Workshops besser kennenlernen. Die Evaluation der Vorträge und Workshops ergab eine sehr hohe Kundenzufriedenheit mit 100% Weiterempfehlung und sehr positiven Rückmeldungen von allen Beteiligten. Eine große Stärke des Projekts war mit Sicherheit die frühe Einbindung der Jugendlichen als Experten für ihre Lebenswelten.

Gateway als „Türöffner“. Das Projekt und die Inhalte wurden von allen Partnern als positive Ergänzung zum bestehenden Angebot empfunden. Das Thema ermöglichte als „Türöffner“ auch Kontakte zu neuen Zielgruppen und Kunden. So ist es gelungen, mit neuen Medien **neue Zugänge für die Kommunikation in der Jugend- und Präventionsarbeit** aufzuzeigen. Es entstand die Idee, die Website **suchthaufen.net** zu starten, die zum Ziel hat, Jugendliche durch entsprechende Kommunikationsangebote beim Erwerb von gesundheitsrelevanten Handlungskompetenzen zu unterstützen. Das Besondere ist der veränderte Zugang zu den Themen Alkohol, Nikotin, Neue Medien und Verhaltenssuchte. Die Jugendlichen und ihre Meinungen werden in den Mittelpunkt gestellt.

Innovationsgehalt: Innovativ ist unter anderem der Einsatz von Neuen Medien: YouTube, Facebook & Co werden als Kanäle erfolgreich genutzt. Die Inhalte für dieses Angebot wurden über die mobile Medienwerkstatt **REFLECT AND ACT!** produziert. Über 500 Jugendliche aus allen beteiligten Projektregionen lernten dabei in zahlreichen Medienworkshops alle Schritte einer Medienproduktion kennen. Hier konnte auch die Chancengleichheit und Barrierefreiheit erhöht werden. Das niederschwellige und kostenfreie Angebot der mobilen Medienwerkstatt wurde vor allem von Jugendlichen genutzt, die sonst keinen Zugang zu Kamera- und Videoequipment haben.



Der Projektpartner **Amt für Soziale Dienste** in Liechtenstein setzte vor allem auf eine enge Vernetzung mit der Schulsozialarbeit und der Datenschutzstelle sowie dem Zentrum für Mediendidaktik und Mediensupport (ZeMM) und tauschte sich regelmäßig mit der Supro aus. So konnten gemeinsam Veranstaltungen wie der Impulstag und die zweimalige Präsenz auf der LIGHA-Messe geplant und umgesetzt werden. Weiters unterstützte der Jugendschutzbeauftragte die Supro bei der Durchführung des Abenteuer-Mediencamps.

Im Landkreis Lindau setzte der in der Jugendarbeit engagierte Projektpartner **Synergie Soziale Bildung** den Fokus auf die Schaffung von digitalen und realen Kommunikationsräumen durch medien-spezifische Angebote und die Aufrüstung der EDV für die „Surfstationen“ und den Aufbau einer „Game-Arena“ in der Einrichtung. In diesen Projekten setzten sich die Jugendlichen in Gruppenarbeit kreativ mit ihrer Lebenswelt auseinander und lernten darüber hinaus die Nutzung und Wirkung der produzierten Medien auf den zur Verfügung gestellten Plattformen (wie Suchthaufen.net) und den sozialen Netzwerkseiten (Facebook) kennen. Neben Spielworkshops wurden den Jugendlichen auch alternative Freizeitangebote nähergebracht. Darüber hinaus wurden sie bei der Informationssuche im Internet beraten und unterstützt, z.B. bei der Kündigung von im Internet abgeschlossenen Verträgen, Recherchen über Jobangebote, etc.

Während der Projektlaufzeit entstand ein Fachnetzwerk zur regionalen Vernetzung (AK Medienkompetenz). Unser Lindauer Projektpartner nahm an den Treffen teil und wirkte bei Veranstaltungen mit. Gemeinsam mit dem Arbeitskreis Medienkompetenz wurden Informations- und Impulsveranstaltungen zur digitalen Aufklärung, zur digitalen Kluft und der konkreten Bedarfserhebung für weitere Vertiefung der Zusammenarbeit der einzelnen Mitbürger, Organisationen und Institutionen durchgeführt. Mit der Aktionswoche „Klick it“ (Herbst 2010) wurde die breite Öffentlichkeit sensibilisiert und informiert. Bei Einzelveranstaltungen wie dem Lindauer Stadtfest konnten vor allem Jugendliche mit einem „Facebook-Check“ (Überprüfung der Privatsphäreinstellungen) erreicht werden. Bei einem Impulstag für rund 70 MultiplikatorInnen aus der Region (Ende November 2011 in Opfenbach) stand neben einem Fachvortrag eine Bedarfsanalyse im Vordergrund.

Darauf aufbauend nahmen am 13.4.2012 interessierte MultiplikatorInnen an einer gemeinsamen Fortbildung in der Supro in Vorarlberg teil. Daraufhin entstanden Ideen für eine weitere Zusammenarbeit im Rahmen eines Interreg-Nachfolgeprojekts, das jedoch an der Finanzierung durch den Landkreis als Leadpartner scheiterte.

II.5 Erfahrungen mit der grenzüberschreitenden Kooperationsstruktur

Das Projekt wurde gemeinsam mit den beiden Projektpartnern im Fürstentum Liechtenstein und Bayern ausgearbeitet und durchgeführt. Das Kooperationsziel der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit war der Informations- und Erfahrungsaustausch sowie die Vernetzung der einzelnen Akteure durch regelmäßige Sitzungen und gemeinsame Veranstaltungen. Trotz oder gerade auf Grund unterschiedlicher Strukturen und Ressourcen war die grenzüberschreitende Zusammenarbeit für das Projekt essentiell und für alle Beteiligten sehr fruchtbar.

Die grenzüberschreitende Zusammenarbeit wurde in vielfältigen Formen gelebt:

- Austausch von Ideen, Know-how und Equipment
- Teilnahme an verschiedenen Veranstaltungen
- Beratung und Unterstützung bei Projekten/Veranstaltungen
- Gemeinsame Durchführung von Veranstaltungen
- Vernetzung mit interessierten MultiplikatorInnen
- Unterstützung bei der Gestaltung und Produktion div. Drucksorten

Der Aufbau von grenzüberschreitenden Netzwerkstrukturen gestaltete sich sehr erfolgreich. Es konnten viele gemeinsame Aktivitäten und Angebote entwickelt und durchgeführt werden. Die Weiterführung von gemeinsamen Vernetzungs- und Fortbildungsangeboten werden die künftige Zusammenarbeit über die Grenzen hinaus weiterhin fördern und unterstützen.

E besonders die Supro in Vorarlberg und das Amt für Soziale Dienste in Liechtenstein konnten sich als medienkompetente Ansprechpartner für die Region etablieren und wollen dieses spannende Aufgabengebiet auch längerfristig abdecken. Bei den Referenten, jugendlichen Game-Guides und dem technischen Equipment wurde gut und grenzüberschreitend zusammengearbeitet. So beteiligten sich Jugendliche aus Vorarlberg oder Referenten bei Veranstaltungen in Liechtenstein und Lindau, MitarbeiterInnen der anderen Projektpartner arbeiteten wiederum bei Veranstaltungen in Vorarlberg mit. Die Projektpartner finanzierten ihre eigenen Kosten selbst.

II.6 Geplante Folgeaktivitäten sowie weitere Schritte zur Nutzung und Verbreitung der Ergebnisse

Die im Rahmen des Projekts gesammelten Instrumente und Methoden zur Stärkung der Medienbildung am Bodensee werden auch nach Projektende weiter fortgeführt. In der Supro stehen der mobile Medienwerkstatt seit August 2012 fixe Räumlichkeiten für Workshops und Vorträge zur Verfügung. Darüber hinaus wird die Supro auch weiterhin FachreferentInnen an interessierte Organisationen weitervermitteln bzw. Fortbildungen für unterschiedliche Zielgruppen im Rahmen des Standardangebots anbieten.

Die im Projekt entstandenen Plattformen werden weiterhin von der Supro gewartet und betreut. Eine Weiterentwicklung des „suchthaufen.net“-Portals ist auf Schiene.

Gemeinsam mit dem Kommunikationswissenschaftler Mario Haim entstand das Portal wellenreiter.at, einer Materialiensammlung für LehrerInnen, AusbilderInnen, Eltern und alle anderen, die mit Kindern und Jugendlichen im Kontext digitaler Medienkompetenz zu tun haben. Auf dem Portal findet sich eine große Sammlung von Verweisen auf diverse Materialien (Bücher, Filme, Online-Angebote, Zeitschriftenartikel), die gefiltert und gefunden werden können. Neben der Suche können NutzerInnen auch Materialien zur Veröffentlichung vorschlagen. Über die Datenbank können auch nach Projektende Materialien und Artikel zum Thema übersichtlich abgerufen werden. Der Ausbau und die Verbreitung der Wissensplattform in andere Regionen rund um den Bodensee ist angedacht und ein mögliches Folgeprojekt.

Das Amt für Soziale Dienste (Projektpartner FL) arbeitet bereits eng mit der Supro zusammen und ist ebenfalls an einer Weiterführung und Weiterentwicklung der grenzüberschreitenden Kooperation interessiert. Im Landkreis Lindau fehlt es nicht am Willen der AkteurInnen, sondern eher an den Rahmenbedingungen: Die vielen engagierten EinzelkämpferInnen aus den unterschiedlichsten Settings verfügen nicht über die entsprechenden Ressourcen um eine professionelle Struktur aufzubauen, die es für eine nachhaltige Wirkung benötigt.

II.7 Bericht über Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit (siehe auch Anlage 1 zum Schlussbericht)

Über die Projektaktivitäten wurde in rund 200 Medienbeiträgen online, Print, TV und Radio umfangreich berichtet. Die Bestimmungen über einen Hinweis auf das Förderprogramm (Interreg- und EU-Logo) wurde auf den eigenen Drucksorten eingehalten.

Die Berichte über Veranstaltungen und andere Informationen wurden auch über projekteigene Websites und Kanäle veröffentlicht: Die Anfang 2011 gestartete Online-Plattform der Suchtprävention www.suchthaufen.net bietet Jugendlichen Informationen und Hilfestellungen auch im Bereich der Neuen Medien. Die erst 2011 gestartete Website suchthaufen.net besuchten 18.100 User, die 53.270 Seiten aufriefen. 10.314 Besucher surfen auf die Website der Medienwerkstatt (reflect.at) und klickten auf über 30.947 Seiten. Beeindruckend sind auch die Zugriffszahlen über YouTube. Hier konnten über 400.000 Videoaufrufe innerhalb der Projektlaufzeit gezählt werden.

II.8 Projektbewertung

Schnittstelle für Medienfragen. Die Supro und das Amt für Soziale Dienste etablierten sich über das Projekt als wichtige Schnittstellen für Neue Medien in der Region. Die vielfältigen Projektleistungen (Vorträge für Eltern, Reflexions- und Workshopangebote für Schulklassen, Materialien und praxisnahe Fortbildungen für Lehrpersonen und Jugend-/SozialarbeiterInnen) und der Nutzen der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit konnte in vielen Medienbeiträgen öffentlich wirksam kommuniziert werden. Der Einsatz neuer Medienkanäle (Websites, YouTube und Facebook) konnte im Rahmen des Projekts erfolgreich erprobt und umgesetzt werden.

Viele Erwachsene lernten bei zahlreichen Veranstaltungen mit Unterstützung von jungen „Game-Guides“ die Faszination, eventuelle Gefahren, aber auch nützliche Aspekte von Neuen Medien kennen. Jugendliche setzten sich kreativ mit ihrem digitalen Alltag auseinander und erweiterten in Workshops und Mediacamps ihre Medienkompetenzen. An den über **336 durchgeführten Veranstaltungen** im Projektzeitraum nahmen rund **12.500 Personen** teil. Somit hat das Interreg IV-Projekt „Gateway“ das Ziel erreicht, Eltern und MultiplikatorInnen mit geeigneten Maßnahmen für das "Abenteuer Neue Medien" zu sensibilisieren und zu informieren. Die gut besuchten Vorträge und die starke Nachfrage an Fortbildungen innerhalb der Bodenseeregion zeigen auf, dass im Bereich „Neue Medien“ auch nach Projektende eine grenzüberschreitende Zusammenarbeit zur Informations- und Aufklärungsarbeit absolut sinnvoll und notwendig sein wird.

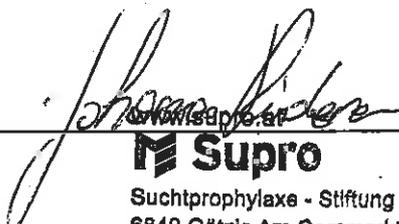
Grenzüberschreitend ausgezeichnet. Gateway-Flyer und Broschüren wurden von Initiativen wie SaferInternet und Präventionsstellen Österreichweit und international vervielfältigt. Ein weiteres Kompliment für die gelungene Arbeit: Das Abenteuer-Mediacamp der projekteigenen Medienwerkstatt REFLECT AND ACT! wurde 2011 in Wien mit dem Medienpreis des ICE-Vienna (Internet Center for Education) ausgezeichnet.

Der Suchtprävention, dem Jugendschutz und der Jugendarbeit bot sich durch das grenzüberschreitende Projekt und die EFRE-Förderung ein gelungener Rahmen zur Vernetzung und Zusammenarbeit.

Hiermit bestätige ich die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Bericht gemachten Angaben.

Ort, Datum Götzis, 27.9.2012

Unterschrift



Supro
Suchtprophylaxe - Stiftung Maria Ebner
6840 Götzis Am Garmarkt 1
T 05523 54941 | F 05523 54941-15

Auswertung der Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

Projektname: Gateway – Abenteuer Neue Medien

Projektlaufzeit: 1.6.2009 – 15.8.2012

Art der Maßnahme	Anzahl
Anzahl der durchgeführten Veranstaltungen (Auftakt- / Schlussveranstaltungen, Seminare, Workshops, etc.)	336
• Anzahl der Besucher bzw. Teilnehmer	Ca. 12.500
Anzahl der Veranstaltungen, bei denen eigene Projekt-Banner aufgestellt wurden	Ca. 30
Anzahl der verteilten Flyer	Ca. 10.000
Anzahl der Ausgaben von Newslettern	
• Anzahl erreichter Personenkreis (im Durchschnitt je Ausgabe)	
Anzahl der verteilten Plakate / Poster	
Anzahl der verteilten Broschüren, Kataloge, Programmhefte	Ca. 10.000
Anzahl erstellter Imagefilme	1
Anzahl der verteilten und durch Interreg geförderten Give-aways (z.B. Kugelschreiber, Schreibblöcke)	200
Anzahl der aufgestellten Erläuterungs- bzw. Hinweistafeln im Sinne der Ziffer 2.6.1 Leitfaden 2	
Anzahl der veröffentlichten Presseberichte	Ca. 200
Anzahl der erstellten Pressemitteilungen	Ca. 70
Anzahl der durchgeführten Pressekonferenzen	
Anzahl der veröffentlichten Berichte in Funk und Fernsehen	4
Anzahl von wissenschaftlichen Publikationen	

Wurde eine Projekt-Homepage erstellt?	X Ja <input type="checkbox"/> Nein
Wurde eine bestehende Homepage um das Projekt erweitert?	X Ja <input type="checkbox"/> Nein

Weitere Maßnahmen (z.B. Unterrichtsmaterial, Befragungen etc.)	Anzahl
Unterrichtsmaterialien, Handouts	500