

Evaluation der ch Agentur und der Implementierung
der EU-Programme „Lebenslanges Lernen“ und
„Jugend in Aktion“ in der Schweiz

Schlussbericht zuhanden des Staatssekretariats für Bildung und Forschung (SBF)

Luzern, den 19. April 2013

Prof. Dr. Andreas Balthasar (Projektleitung)
balthasar@interface-politikstudien.ch

Manuela Oetterli und Claudine Morier

INHALTSVERZEICHNIS

ZUSAMMENFASSUNG	3
I EINLEITUNG	5
1.1 Hintergrund und Anlage der Evaluation	5
1.2 Organisation und Einbettung der ch Agentur	9
2 ERGEBNISSE ZU STRUKTUR UND PROZESSEN	15
2.1 Beurteilung der Zusammenarbeit der Akteure	15
2.2 Beurteilung der Verwendung der Mittel	18
2.3 Beurteilung der Organisation der ch Agentur	22
2.4 Beurteilung der Steuerungsinstrumente des SBF	24
3 ERGEBNISSE ZU DEN LEISTUNGEN DER CH AGENTUR	26
3.1 Beurteilung des Dienstleistungsangebots	26
3.2 Beurteilung der Information zu den Projektaktivitäten	28
4 BEKANNTHEIT UND WIRKUNGEN BEI VERTRAGS- PARTNERN UND KUNDEN	30
4.1 Beurteilung der Angebote der ch Agentur durch die Vertragspartner	30
4.2 Beurteilung der Angebote der ch Agentur durch die Kundinnen und Kunden	40
4.3 Beurteilung der Entwicklung der Zahl der Anträge und Verträge	45
4.4 Beurteilung der Entwicklung der Zahl der Mobilitätsteilnehmenden	47
5 SYNTHESE UND EMPFEHLUNGEN	49
5.1 Beantwortung der Evaluationsfragen	49
5.2 Empfehlungen	56
ANHANG	59
A1 Befragte Expertinnen und Experten	59
A2 Literatur und Quellen	60
IMPRESSUM	62

ZUSAMMENFASSUNG

Die Zusammenarbeit der Schweiz mit der Europäischen Union (EU) in Bildungs- und Jugendfragen umfasst insbesondere die Teilnahme an den zwei Programmen „Lebenslanges Lernen“ (Longlife Learning Programme [LLP]) und „Jugend in Aktion“ (Youth in Action [YiA]). Dafür stellt der Bund jährlich rund 23 Millionen Franken zur Förderung von Austausch, Zusammenarbeit und Mobilität vor. Die ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit mit Sitz in Solothurn wurde vom Staatssekretariat für Bildung und Forschung (SBF) beauftragt, als nationale Agentur die Vollbeteiligung der Schweiz an den EU-Programmen LLP und YiA ab 2011 umzusetzen. Für den Aufbau und den Betrieb der Agentur sowie die Begleitmassnahmen während der Jahre 2010 bis 2013 wurde eine Leistungsvereinbarung mit einem Budget von knapp 30 Millionen Franken unterzeichnet.

Interface Politikstudien Forschung Beratung wurde vom SBF mit der Evaluation der Implementierung der zwei Programme LLP und YiA durch die ch Agentur beauftragt. Die Untersuchung soll als Grundlage für die Botschaft des Bundesrats zur Finanzierung der Schweizer Beteiligung am Programm der Europäischen Union für allgemeine und berufliche Bildung, Jugend und Sport 2014 bis 2020 dienen und wurde zwischen Januar und Dezember 2012 durchgeführt. Sie basiert zum einen auf insgesamt 20 leitfadengestützten telefonischen oder persönlichen Gesprächen mit Mitgliedern des strategischen Steuerungsausschusses und der Programmbeiräte sowie mit Mitarbeitenden der ch Agentur und von SwissCore. Zum anderen wurden eine Online-Befragung der 272 Vertragspartner/-innen der zwei Programme sowie eine Online-Befragung von rund 1'500 Kundinnen und Kunden der ch Stiftung durchgeführt. Die Antwortquote betrug bei den Vertragspartnern/-innen 51 Prozent, bei Kundinnen und Kunden 12 Prozent.

Resultate zu Struktur und Prozessen der Umsetzung der Programme
Zur Umsetzung der Programme wurden ein Steuerungsausschuss bestehend aus dem Staatssekretär des SBF, der Direktorin des Bundesamts für Berufsbildung und Technologie (BBT), dem Direktor des Bundesamts für Sozialversicherungen (BSV) und dem Generalsekretär der Erziehungsdirektorenkonferenz (EDK) sowie für beide Programme je ein Programmbeirat eingesetzt. Die Evaluation macht deutlich, dass sich die etablierte Struktur nur zum Teil bewährt hat. Gemäss den Aussagen aus den durchgeführten Gesprächen war es zwar wichtig und richtig, dass alle relevanten Akteure (Berufsbildungswesen, Hochschulwesen, Jugendarbeit usw.) einbezogen wurden. Die Begleitstrukturen des Programms LLP entsprechen aber nur ungenügend der Vielfalt und dem unterschiedlichen Erfahrungshintergrund der verschiedenen Bereiche des Bildungswesens (Volksschulbildung, gymnasiale Bildung, Hochschulbildung). Zudem wiesen etliche Beteiligte darauf hin, dass ihnen ihre Aufgaben nicht klar sind. Auch äusserten sich Befragte kritisch bezüglich der eingeräumten Mitwirkungsmöglichkeiten. Die Rückmeldungen der Verantwortlichen der Europäischen Union bezüglich der Umsetzung der Programme durch die ch Stiftung sind positiv. Dies ist ein sehr wertvolles Signal an die Beteiligten, welches von allen Gesprächspartnern/-innen positiv hervorgehoben wurde.

Resultate zu den Leistungen der ch Agentur

Der ch Stiftung ist es gelungen, innerhalb verhältnismässig kurzer Zeit Informationsun-

terlagen zu entwickeln und Informationskanäle aufzubauen, welche zur Beteiligung an den zwei Bildungs- und Jugendprogrammen motivieren sollen. Weiter wurden Abwicklungsprozesse für eingehende Anträge definiert und implementiert sowie Personal eingestellt und eingearbeitet, welches Antragstellende beraten und Anträge qualifiziert beurteilen kann. Gleichzeitig galt es, die gesprochenen Mittel rasch den geeigneten Zielgruppen zukommen zu lassen und dabei die Budgetvorgaben der unterschiedlichen Programme und Aktivitäten zu berücksichtigen. Die Evaluation kommt zum Schluss, dass die ch Stiftung den Prozess des Aufbaus der ch Agentur gut bewältigt hat. Allerdings brachten die Expertengespräche zum Ausdruck, dass die Verantwortlichen der ch Stiftung ob den Anforderungen des internen Aufbauprozesses gelegentlich den Eigenheiten der Zielgruppen, welche von den Aktivitäten der ch Agentur profitieren sollten, zu wenig Beachtung geschenkt haben. Auch sei der Austausch mit den relevanten Akteuren in der Schweiz und der Schweizer Vertretung bei der EU teilweise vernachlässigt worden. Ein grösserer Teil der Gesprächspartner/-innen beurteilt die Zusammenarbeit der ch Stiftung mit ihrem Umfeld daher als verbesserungsfähig.

Resultate zur Bekanntheit und zur Zufriedenheit bei Vertragspartnern/-innen sowie Kundinnen und Kunden

Die durchgeführte Befragung macht deutlich, dass die Informations- und Beratungsangebote der beiden Programme bei den Vertragspartnern/-innen der ch Stiftung in allen drei Sprachregionen gut bekannt sind. Die Vertragspartner/-innen, welche die Angebote kennen und nutzen, sind mit den Dienstleistungen auch in hohem Masse zufrieden. Die vom Staatssekretariat für Bildung und Forschung geforderten Zufriedenheitswerte von über 70 Prozent der Vertragspartner/-innen werden bei nahezu allen Angeboten erreicht oder sogar deutlich übertroffen. Die Ausnahme stellen die Vernetzungsdienste dar. Bei den Kundinnen und Kunden ist die Zufriedenheit mit den Angeboten zudem weniger gross als bei den Vertragspartnern/-innen.

Als wichtigster Indikator für den Erfolg der Implementierung der zwei Programme LLP und YiA in der Schweiz gilt die Entwicklung der Mobilität von Personen zwischen der Schweiz und Europa im Bildungs- und Jugendbereich. Diesbezüglich zeigen die verfügbaren Zahlen ein starkes Wachstum zwischen 2010 – dem letzten Jahr der indirekten Beteiligung der Schweiz an diesen Programmen – und 2011 – dem ersten Jahr der direkten Beteiligung – von rund 3'100 auf rund 6'500 Mobilitätsaktivitäten.

Empfehlungen

Basierend auf diesen Ergebnissen formuliert die Evaluation folgende Empfehlungen:

- Leistungsauftrag mit der ch Stiftung weiterführen;
- Struktur und Aufgaben der Programmbeiräte revidieren;
- Kooperation der ch Stiftung mit den nationalen Partnern optimieren;
- Dienstleistungen der ch Stiftung zugunsten der Kunden/-innen der ch Agentur optimieren;
- Personen, welche an der internationalen Mobilität interessiert sind, vermehrt direkt durch ch Agentur ansprechen;
- Einflussnahme des SBF in strategischen Fragen hinsichtlich der Umsetzung des Mandats verstärken.

I EINLEITUNG

Die Zusammenarbeit der Schweiz mit der Europäischen Union (EU) in Bildungs- und Jugendfragen umfasst insbesondere die Teilnahme an den zwei Programmen „Lebenslanges Lernen“ (Longlife Learning Programme [LLP]) und „Jugend in Aktion“ (Youth in Action [YiA]). Die ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit (kurz: ch Stiftung) mit Sitz in Solothurn hat die Aufgabe, als nationale Agentur die Vollbeteiligung der Schweiz an den EU-Programmen LLP und YiA ab 2011 umzusetzen. Die derzeitige Vereinbarung zwischen dem Bund und der ch Stiftung betrifft die Periode 2010 bis 2013 und sieht vor, dass die Leistungen der Stiftung im Jahr 2012 evaluiert werden. Die Evaluation soll als Grundlage dazu dienen, dass sich der Bund rechtzeitig zur möglichen Vertragsverlängerung äussern kann. Das Staatssekretariat für Bildung und Forschung (SBF) hat Interface Politikstudien Forschung Beratung mit der Durchführung der Evaluation der ch Agentur beauftragt. In diesem Kapitel beschreiben wir den Hintergrund und die Anlage dieser Evaluation (Abschnitt 1.1). Weiter skizzieren wir kurz die Organisation ch Agentur, welche innerhalb der ch Stiftung mit der Umsetzung der zwei Programme beauftragt ist. Zudem stellen wir deren Einbettung im schweizerischen Netzwerk der Institutionen dar, welche sich für die Umsetzung der Programme LLP und YiA engagieren (Abschnitt 1.2).

1.1 HINTERGRUND UND ANLAGE DER EVALUATION

Nachfolgend gehen wir auf die Ausgangslage und die Fragestellungen der Evaluation ein und skizzieren kurz das methodische Vorgehen.

1.1.1 AUSGANGSLAGE

Nach Unterzeichnung der offiziellen Assoziation der Schweiz an die aktuelle Generation der europäischen Bildungs-, Berufsbildungs- und Jugendprogramme für die Jahre 2007 bis 2013 am 15. Februar 2010 hat das SBF die ch Stiftung beauftragt, die EU-Programme LLP und YiA ab 2011 in der Schweiz umzusetzen. Innerhalb der ch Stiftung wird diese Aufgabe von der ch Agentur wahrgenommen. Der Bund investiert zwischen 2010 und 2013 rund 30 Millionen Franken in den Aufbau und Betrieb der nationalen Agentur und die nationalen Begleitmassnahmen.¹ Die Schweiz leistet für die Jahre 2011 bis 2013 44,7 Millionen Euro an das Programm LLP und 5,4 Millionen Euro an das Programm YiA.

Mittels einer Leistungsvereinbarung ist die Beziehung zwischen dem SBF als Auftraggeberin und der ch Stiftung als Beauftragte geregelt.² Folgende allgemeine Zielsetzungen des Auftrags wurden vereinbart:

- Der Aufbau der ch Agentur im Jahr 2010;

¹ Schweizerischer Bundesrat 2009.

² SBF 2010a.

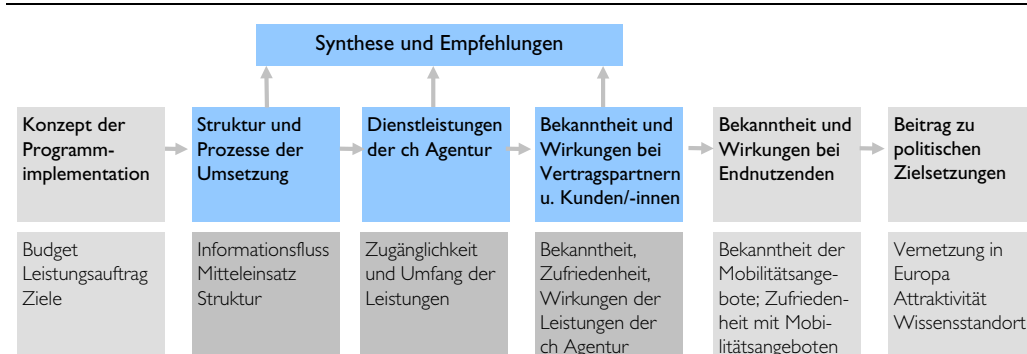
- Die Festigung der Zusammenarbeit zwischen der ch Stiftung, dem SBF, dem nationalen Steuerungsausschuss, in welchem SBF, Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT), Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV) und Erziehungsdirektorenkonferenz (EDK) Einsitz haben, sowie der Europäischen Kommission;
- Die Sicherstellung gleich guter Voraussetzungen für alle Schweizerinnen und Schweizer und alle Institutionen, die sich an den Programmen LLP und YiA beteiligen wollen, wie sie die Bürgerinnen und Bürger sowie Institutionen der EU-Staaten haben durch das SBF, den nationalen Steuerungsausschuss und die ch Stiftung;
- Die Zielsetzung, dass die Beteiligung von Schweizerinnen und Schweizern an den beiden Programmen LLP und YiA in einem finanziellen Umfang erfolgt, der ungefähr so hoch ist, dass die schweizerischen Programmbeiträge wieder in die Schweiz zurückfliessen;
- Die Förderung von Diensten und Kontaktstellen an der Schnittstelle zwischen schweizerischem Bildungssystem und europäischen Bildungs-, Berufsbildungs- und Jugendaktivitäten durch die ch Stiftung.

Basierend auf diesen Zielsetzungen und den Vorgaben der EU wurden für die Periode 2010 bis 2013 Leistungs- und Wirkungsziele festgelegt und deren Überprüfung im Rahmen einer Evaluation vereinbart.

1.1.2 ZIELSETZUNG UND EVALUATIONSFRAGEN

Die Vereinbarung zwischen dem Bund und der ch Stiftung sieht eine Evaluation im Jahr 2012 vor, welche die Meinungsbildung des Bundes bezüglich möglicher Vertragsverlängerung unterstützen soll. Die Darstellung D 1.1 macht die drei thematischen Schwerpunkte der Evaluation im Wirkungsmodell der Umsetzung der Programme LLP und YiA durch die ch Agentur deutlich.

D 1.1: Thematisch Schwerpunkte der Evaluation



Quelle: eigene Darstellung.

Legende: Die blauen Felder stellen die drei Evaluationsgegenstände dar, welche in der Evaluation untersucht werden.

Die Evaluation fokussiert folgende Hauptfragen:

- Fragen zu Struktur und Prozessen der Umsetzung des Auftrags des SBF durch die ch Agentur;
- Fragen bezüglich der Dienstleistungen der ch Agentur;
- Fragen in Bezug auf die Bekanntheit und die Wirkungen der Dienstleistungen der ch Agentur bei den Vertragspartnern/-innen und bei den Kunden/-innen der Agentur.

Zudem werden die Ergebnisse der Evaluation synthetisiert und Empfehlungen für das weitere Vorgehen abgeleitet.

1.1.3 METHODISCHES VORGEHEN

Die vorliegende Evaluation basiert auf drei empirischen Grundlagen:

Dokumentenanalyse und Auswertung von Unterlagen der ch Stiftung
Ausgangspunkt der Evaluation bildet die Auswertung diverser Dokumente und Grundlagen. Dazu gehören insbesondere die Leistungsvereinbarung 2010 bis 2013 zwischen der Schweizerischen Eidgenossenschaft und der ch Stiftung sowie die Halbjahres- und die Jahresberichte der ch Stiftung, inklusive deren Anhänge. Die ch Stiftung bereitete verschiedene Unterlagen und Auswertungen speziell für das Evaluationsteam vor. Dafür möchten wir herzlich danken. Eine Übersicht über die verwendeten Dokumente befindet sich im Anhang A2.

Gespräche mit Expertinnen und Experten

Weiter wurden insgesamt rund 20 leitfadengestützte telefonische oder persönliche Gespräche mit Mitgliedern des strategischen Steuerungsausschusses und der Programmbeiräte, mit Mitarbeitenden der ch Stiftung und von SwissCore durchgeführt. Zudem wurde ein Gespräch mit dem Leiter der finnischen Nationalagentur CIMO geführt. Diese Agentur nimmt im Rahmen der europäischen Programme vergleichbare Aufgaben wie die ch Stiftung wahr. Die Gesprächspartner/-innen wurden vom SBF vorgeschlagen und von Interface ausgewählt. Die Gespräche fanden zwischen April und November 2012 statt. Die Liste der Gesprächspartner/-innen befindet sich im Anhang A1.

Online-Befragung von Vertragspartnern/-innen und Kunden/-innen der ch Agentur

Zentrales Element der Evaluation war je eine Online-Befragung der Vertragspartner/-innen der Programme LLP und YiA sowie der Kundinnen und Kunden der ch Agentur.

Zum einen wurden 272 Vertragspartner/-innen der Programme LLP und YiA angeschrieben, wovon 138 geantwortet haben. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 51 Prozent. 118 der Antwortenden haben Verträge abgeschlossen, welche zu Subprogrammen des LLP gehören, und 20 Verträge sind YiA zuzurechnen. 25 Vertragspartner/-innen geben an, dass sie unter anderem Verträge abgeschlossen haben, welche sich auch auf nicht EU-Länder beziehen.

Zum anderen wurde aus der Kundendatei der ch Stiftung, welche rund 4'000 Adressen enthält, eine erste Zufallsstichprobe von 1'000 Kunden/-innen angeschrieben. Auf-

grund des hohen Anteils von ungültigen Adressen (20%) wurde eine zweite Stichprobe von rund 500 Kunden/-innen kontaktiert. Insgesamt haben wir bei den Kunden/-innen eine Rücklaufquote von 12 Prozent erzielt (vgl. Tabelle D 1.2).

D 1.2: Stichproben und Antwortquoten der Online-Befragungen

	Vertragspartner/-innen		Kunden/-innen	
	N	%	N	%
Grundgesamtheit	272	100	rund 4'000	
Stichprobe			1'492	100
Gültige Adressen	265	97	1209	81
Antwortquote	138	51	178	12

Quellen: Datenbank der ch Stiftung und Online-Befragung Interface.

Die Befragungen wurden mit Sphinx Survey® programmiert und im September 2012 in deutscher, französischer und italienischer Sprache durchgeführt. Die Vertragspartner/-innen wurden vorgängig von der ch Agentur in einem elektronischen Schreiben über die Befragung informiert. Die statistische Auswertung der Daten erfolgte mit der Software SPSS 19.0 für Windows. Es wurden uni- und bivariate Auswertungen durchgeführt.

In nachfolgender Tabelle D 1.3 wird die Verteilung der angeschriebenen beziehungsweise antwortenden Vertragspartner/-innen und Kunden/-innen auf die einzelnen Bildungsstufen aufgeschlüsselt. Der Vergleich zwischen den befragten und den antwortenden Vertretenden der einzelnen Bildungsstufen zeigt auf, dass die antwortenden Vertragspartner/-innen die verschiedenen Stufen gut repräsentieren. Dies steht im Gegensatz zu den Kunden/-innen, bei denen insbesondere die Antwortenden der Volksschulen, Gymnasien und Berufsschulen unterrepräsentiert sind. Diese Tatsache gilt es bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen.

D 1.3: Antwortquote der Vertragspartner/-innen und Kunden/-innen nach Bildungsstufe

	Angeschriebene Vertragspartner		Antwortende Vertragspartner		Angeschriebene Kunden/-innen		Antwortende Kunden/-innen	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Volksschulen und Gymnasium	54	20	32	23	660	44	13	7
Berufsschulen	38	14	16	12	501	34	7	4
Hochschulen	65	25	31	22	182	12	23	13
Jugendorganisationen	47	18	36	26	31	2	11	6
Weitere	61	23	23	17	118	8	42	24
Keine Angabe							82	46
<i>Total</i>	<i>265</i>	<i>100</i>	<i>138</i>	<i>100</i>	<i>1'492</i>	<i>100</i>	<i>178</i>	<i>100</i>

Quellen: Datenbank der ch Stiftung und Online-Befragung Interface.

Legende: Weitere = Bundesamt, kantonales Amt, kantonale Stelle, Gemeinde, Gemeindestelle oder Unternehmen.

Betrachten wir nun die Befragungsteilnehmenden bezüglich ihrer Verteilung auf die einzelnen Sprachgruppen (vgl. Tabelle D 1.4). Hier zeigt sich, dass die Sprachregionen bei den antwortenden Vertragspartnern/-innen gut repräsentiert sind. Bei den Kunden/-innen hingegen ist die Deutschschweiz mit einer Antwortquote von 30 Prozent klar unterrepräsentiert. Dabei ist zu beachten, dass knapp die Hälfte der antwortenden Kunden/-innen keine Angabe zur Sprachregion gemacht hat, da es sich dabei oft um nationale Organisationen handelt.

D 1.4: Antwortquote der Vertragspartner/-innen und Kunden/-innen nach Sprachregionen

	Angeschriebene Vertragspartner		Antwortende Vertragspartner		Angeschriebene Kunden/-innen		Antwortende Kunden/-innen	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Deutsche Schweiz	186	70	77	56	1'276	85	53	30
Französische Schweiz	60	23	26	19	176	12	24	14
Italienische Schweiz	19	7	7	5	40	3	1	0
Mehrere Sprachregionen			28	20			18	10
Keine Angabe							82	46
<i>Total</i>	265	100	138	100	1'492	100	178	100

Quellen: Datenbank der ch Stiftung und Online-Befragung Interface.

1.2 ORGANISATION UND EINBETTUNG DER CH AGENTUR

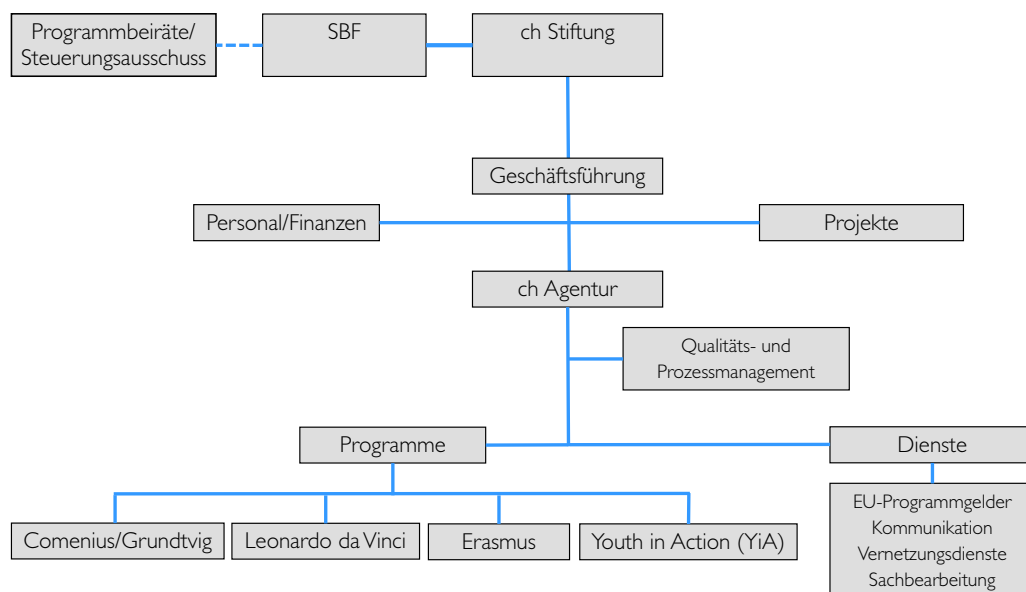
Zum besseren Verständnis der Ergebnisse und der Aussagen im Rahmen dieser Evaluation wird in diesem Abschnitt die ch Agentur und ihre Einbettung in den Kontext der europäischen Bildungs-, Berufsbildungs- und Jugendprogramme beschrieben.

1.2.1 DIE ORGANISATION CH AGENTUR

Das SBF beauftragte am 30. April 2010 die ch Stiftung mit der operativen Umsetzung der EU-Programme LLP und YiA in der Schweiz. Gleichzeitig übertrug das SBF der ch Stiftung die Verwaltung der von der Schweiz und der EU-Kommission zur Verfügung gestellten Mittel. Zur Umsetzung dieses Auftrags hat die ch Stiftung den Bereich ch Agentur aufgebaut. Dieser ergänzt die Bereiche ch Austausch, Dienstleistungen sowie KdK-Innenpolitik/Koordination und KdK-Aussenpolitik.³ Der Bereich ch Agentur ist für die Umsetzung der europäischen Bildungs-, Berufsbildungs- und Jugendprogramme verantwortlich. Die ch Agentur ist keine Agentur im juristischen Sinn, sie kann jedoch gegenüber der Öffentlichkeit und der EU als eigenständiger Akteur auftreten. In der nachfolgenden Darstellung ist die Einbettung der ch Agentur in die Organe der ch Stiftung abgebildet.

³ KdK = Konferenz der Kantonsregierungen.

D 1.5: Übersicht über die organisatorische Einbettung der ch Agentur



Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Unterlagen der ch Stiftung vom März 2013.

Die ch Agentur beschäftigte 2012 rund 30 Personen (Vollzeitäquivalente).⁴ Für den Aufbau und den Betrieb der ch Agentur sowie für die Begleitmassnahmen zur Vollbeteiligung der Schweiz an den EU-Programmen LLP und YiA ab 2011 hat das SBF der ch Stiftung im Rahmen einer Leistungsvereinbarung ein Budget von rund 30 Millionen Franken zur Verfügung gestellt (vgl. Tabelle D 1.6).

D 1.6: Budget für Aufbau, Betrieb und Begleitmassnahmen 2010 bis 2013 in Mio. CHF

	2010	2011	2012	2013	Total
Aufbau ch Agentur	3,5				3,5
Betrieb ch Agentur		4,46	4,45	4,49	13,4
Begleitmassnahmen		3,49	4,35	5,2	13,04
<i>Total</i>					29,94

Quelle: SFB 2010a.

1.2.2 DIE SCHWERPUNKTE DER ZWEI PROGRAMME LLP UND YIA SOWIE DER BEGLEITMASSNAHMEN

Der Beitrag der Schweiz an das Budget des Programms LLP beläuft sich für die Jahre 2011–2013 auf 44,7 Millionen Euro und für das Programm YiA auf 5,4 Millionen Euro. Nachfolgend gehen wir kurz auf die inhaltlichen Schwerpunkte der zwei Programme und auf die Begleitmassnahmen ein.

⁴ Vgl. auch ch Stiftung 2012d, Anhang 8.4.

Das EU-Programm „Lebenslanges Lernen“ LLP

Das Programm LLP dient der Förderung von Austausch, Zusammenarbeit und Mobilität im Bereich der allgemeinen und beruflichen Bildung. Es umfasst folgende Unterprogramme und Aktionen:

- *Comenius*: Schulpartnerschaften und internationaler Austausch von Schülerinnen und Schülern und von Lehrpersonen;
- *Erasmus*: Studierenden- und Dozierendenaustausch sowie institutionelle Zusammenarbeit zur Verbesserung der Studiengänge und der Anerkennung der Qualifikationen;
- *Leonardo da Vinci*: Berufspraktika im Ausland sowie Zusammenarbeit zwischen Lehrinstitutionen und Unternehmen zur Verbesserung der beruflichen Bildung und der Anerkennung der Qualifikationen;
- *Grundtvig*: europäische Zusammenarbeit in der Erwachsenenbildung, namentlich zur Erarbeitung von Weiterbildungsangeboten für Personen mit geringer Grundausbildung;
- *Studienbesuche*: Austausch von innovativen Ideen und Praktiken sowie Unterstützung von Qualität und Transparenz von Bildungssystemen der teilnehmenden Länder.

Das Programm „Lebenslanges Lernen“ steht allen EU-Mitgliedstaaten, den EFTA-Ländern⁵ (Schweiz, Norwegen, Liechtenstein, Island), der Türkei und Kroatien sowie – mit Einschränkungen – weiteren bisher noch nicht beteiligten Drittländern offen.

Das EU-Programm „Jugend in Aktion“ YiA

Das Programm YiA ermöglicht Jugendlichen, allein oder in der Gruppe innerhalb der EU und in benachbarten Ländern zu leben, sich an Projekten zu beteiligen sowie Kompetenzen und Fähigkeiten aufzubauen, die sich zu Hause in dieser Form nicht lernen lassen. Es zielt darauf ab, unter jungen Europäern/-innen einen Sinn für aktive Bürgerschaft, Solidarität und Toleranz zu entwickeln und sie in die zukünftige Gestaltung Europas einzubinden. Das Programm umfasst folgende Aktionen:

- *Aktion 1 Jugend für Europa*: Förderung der aktiven Bürgerschaft junger Menschen durch Jugendbegegnungen;
- *Aktion 2 Europäischer Freiwilligendienst*: Förderung der Beteiligung von jungen Menschen an freiwilligen gemeinnützigen Tätigkeiten im Ausland;
- *Aktion 3 Jugend in der Welt*: Förderung von Partnerschaften und Austausch zwischen jungen Menschen und Jugendorganisationen weltweit;
- *Aktion 4 Unterstützungssysteme für junge Menschen*: Unterstützung von Jugendbetreuern/-innen und Jugendorganisationen sowie qualitative Verbesserung ihrer Tätigkeit;

⁵ EFTA = Europäische Freihandelsassoziation.

- *Aktion 5 Unterstützung für die europäische Zusammenarbeit im Jugendbereich:* Förderung der jugendpolitischen Zusammenarbeit auf europäischer Ebene.

Das Programm „Jugend in Aktion“ steht den EU-Mitgliedstaaten, den EFTA-Ländern sowie den assoziierten Ländern, die sich auf den EU-Beitritt vorbereiten (Kroatien und Türkei) offen. Einzelne Projekte stehen Ländern in der ganzen Welt offen.

Begleitmassnahmen

Die Begleitmassnahmen dienen einerseits dazu, die Programtteilnahmen auch für Nicht-EU-Länder (EWR-⁶ und EFTA-Staaten sowie EU-Beitrittskandidaten) zu ermöglichen. Andererseits kann eine beschleunigte Entwicklung einzelner Projektaktivitäten vorgesehen werden. Es lassen sich zwei Gruppen von Begleitmassnahmen unterscheiden. Es sind dies einerseits die Vernetzungsdienste und andererseits weitere Massnahmen, wie die Unterstützung der Mobilität in Nicht-EU-Ländern, die Risikoabsicherung sowie Spezialmassnahmen (z.B. Mobilisierung der Berufsbildung).⁷ Zu den Vernetzungsdiensten gehören:

- *Netzwerk Eurydice:* Eurydice ist ein Netzwerk, an dem sich aktuell 34 europäische Länder beteiligen. Jedes Land bringt die Informationen über sein Bildungssystem ein. Die Schweiz beteiligt sich seit 2011 an diesem Netzwerk und an einem Teil der Produkte. Mit Eurydice soll die europäische Zusammenarbeit im Bildungswesen gefördert werden.
- *Euroguidance:* Euroguidance ist das europäische Netzwerk für die Bildungs- und Berufsberatung mit über 30 Zentren in ganz Europa. Das Netzwerk unterstützt den Austausch im Bildungs- und Berufsberatungsbereich.
- *Europass:* Mit dem Europass sollen die Fähigkeiten, Kompetenzen und Qualifikationen der Berufsbildung europaweit in einheitlicher Form ausgewiesen und präsentiert werden. Damit sollen die Durchlässigkeit, die Transparenz und die Mobilität im Berufsbildungsbereich erhöht werden.
- *eTwinning:* eTwinning dient der Zusammenarbeit zwischen europäischen Schulen durch eine Online-Plattform für Partnersuche. Mit eTwinning können Partnerschulen gefunden werden, mit welchen in einem geschützten virtuellen Klassenraum an einem gemeinsamen Unterrichtsprojekt gearbeitet werden kann.
- *Youthpass:* Beim Youthpass handelt es sich um ein individuelles Zertifikat für Lernerfahrungen ausserhalb der Schule. Ein Netzwerk führt selbst Projektaktivitäten sowie Weiterbildungen in der Jugendarbeit durch und steht Projektteilnehmenden sowie den nationalen Agenturen beratend zur Seite.
- *Eurodesk:* Ziel von Eurodesk ist es, Jugendliche sowie im Jugendbereich Tätige über Austausch- und Weiterbildungsmöglichkeiten zu informieren.

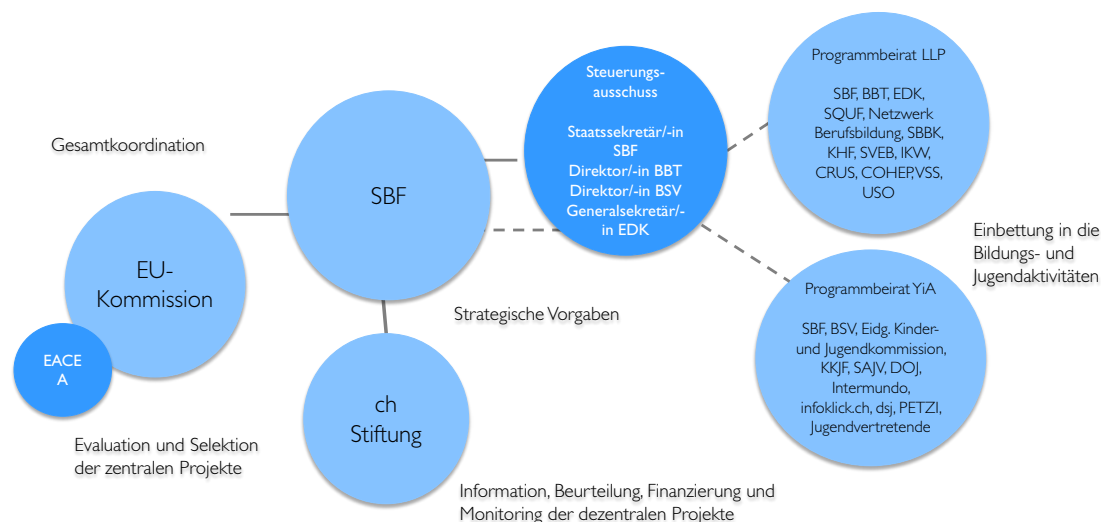
⁶ EWR = Europäische Wirtschaftsraum.

⁷ Vgl. auch ch Stiftung 2012a.

1.2.3 DAS ORGANISATORISCHE SETTING DER PROGRAMME LLP UND YIA

Die Umsetzung der zwei Programme LLP und YiA durch die ch Stiftung erfolgt in Kooperation mit zahlreichen Partnern (vgl. Darstellung D 1.7).

D 1.7: Organisatorisches Setting der ch Stiftung



Quelle: eigene Darstellung.

Legende: EACEA = Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, SBF = Staatssekretariat für Bildung und Forschung, BBT = Bundesamt für Berufsbildung und Technologie, EDK = Schweizerische Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren, SQUF = Arbeitgebernnetzwerk für Berufsbildung, SBBK = Schweizerische Berufsbildungsämter-Konferenz, KHF = Konferenz der höheren Fachschulen der Schweiz, SVEB = Schweizerischer Verband für Weiterbildung, IKW = Interkantonale Konferenz für Weiterbildung, CRUS = Rektorenkonferenz der Schweizer Universitäten, COHEP = Schweizerische Konferenz der Rektorinnen und Rektoren der Pädagogischen Hochschulen, VSS = Verband der Schweizer Studentenschaft, USO = Union der Schülerorganisationen, BSV = Bundesamt für Sozialversicherungen, KKJF = Konferenz der kantonalen Beauftragten für Kinder- und Jugendförderung, SAJV = Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der Jugendverbände, DOJ = Dachverband offene Jugendarbeit, dsj: Dachverband Schweizer Jugendparlamente, PETZI = Schweizer Dachverband der nicht gewinnorientierten Musikclubs.

Die strategische Steuerung der nationalen Umsetzung der zwei Programme hat der Bundesrat dem SBF übertragen. Gemäss dem Abkommen von 15. Februar 2010 mit der Europäischen Union ...

- ... sorgt die Schweiz für die Einrichtung beziehungsweise Benennung und die Überwachung einer geeigneten Struktur (schweizerische nationale Agentur) für eine koordinierte Verwaltung der Durchführung der Programmaktionen auf nationaler Ebene;
- ... trägt die Schweiz die Verantwortung dafür, dass die schweizerische nationale Agentur die ihr für die Projektförderung anvertrauten Mittel ordnungsgemäss verwaltet;

- ... ergreift die Schweiz die notwendigen Massnahmen, um in angemessener Weise die entsprechende Finanzierung, Kontrolle und Finanzaufsicht der schweizerischen nationalen Agentur, die von der Kommission einen Zuschuss zu ihren Verwaltungs- und Durchführungskosten erhält, zu gewährleisten.⁸

Das SBF ist die Schnittstelle zwischen der ch Stiftung und der EU-Kommission. Zur Unterstützung der strategischen Steuerung hat das SBF einen Steuerungsausschuss und Programmbeiräte eingesetzt. Auf die Aufgaben der wichtigsten Gremien und deren Zusammenarbeit gehen wir im nächsten Kapitel ein.

⁸ Schweizerische Bundesversammlung 2010, S. 4.

Wie in Kapitel 1 bereits erwähnt wurde, konzentriert sich die Evaluation auf drei Gruppen von Fragen. Die erste Gruppe von Evaluationsfragen steht im Zusammenhang mit den Strukturen und Prozessen zur Umsetzung der Programme LLP und YiA. Auf diese Fragengruppe gehen wir in diesem Kapitel ein. Erstens geht es um die Beurteilung der Zusammenarbeit zwischen den relevanten schweizerischen Akteuren der zwei Programme (Abschnitt 2.1). Zweitens soll die Frage beantwortet werden, ob die ch Stiftung, die ihr vom SBF zur Verfügung gestellten Mittel optimal nutzt, um den Auftrag des SBF zu erfüllen (Abschnitt 2.2). Die dritte Frage betrifft die Beurteilung der Organisation der ch Agentur (Abschnitt 2.3). Schliesslich gilt es, die Instrumente des SBF zur Steuerung des Auftrags zu beurteilen (Abschnitt 2.4).

Die Beantwortung der genannten Fragen stützt sich grösstenteils auf qualitatives Datenmaterial. Einerseits wurden Dokumente unter anderem zum Leistungsauftrag und der damit verbundenen Berichterstattung analysiert. Andererseits wurde mit Schlüsselpersonen des SBF und der ch Stiftung sowie mit Mitgliedern der Steuerungsgruppe und der Programmbeiräte gesprochen.

2.1 BEURTEILUNG DER ZUSAMMENARBEIT DER AKTEURE

Die nachfolgende Beurteilung der Zusammenarbeit zwischen den relevanten schweizerischen Akteuren der zwei Programme untersucht zuerst die Rolle und die Arbeitsweise des Steuerungsausschusses. Dann wird abgeklärt, wie die Mitglieder der Programmbeiräte ihre Aufgabe wahrnehmen und wie sie ihren Informationsstand beurteilen. Schliesslich wird der Informationsfluss zwischen den Mitarbeitenden der ch Agentur und den Partnern in Brüssel betrachtet.

2.1.1 ROLLE UND ARBEITSWEISE DES STEUERUNGS-AUSSCHUSSES

Der Steuerungsausschuss ist das Gremium zur strategischen Steuerung der Umsetzung der Programme LLP und YiA in der Schweiz. Er setzt sich zusammen aus dem Staatssekretär des SBF, der Direktorin des BBT, dem Direktor des BSV und dem Generalsekretär der EDK. Der Steuerungsausschuss legt die nationalen Prioritäten fest. Zudem genehmigt er die Jahresvereinbarungen zwischen dem SBF und der ch Stiftung sowie das Arbeitsprogramm der ch Agentur. Weitere wichtige Aufgaben des Steuerungsausschusses bestehen unter anderem darin, die Mitglieder der Programmbeiräte zu ernennen, die Stossrichtungen der Schweizer Position in den EU-Programmkomitees LLP und YiA festzulegen und den Jahresbericht der ch Stiftung über die Umsetzung der Programme LLP und YiA zu genehmigen.⁹ Der Steuerungsausschuss trifft sich in der Regel zweimal mal pro Jahr.

⁹ SBF 2010c.

Insgesamt ist das Gremium aus Sicht der Befragten für die Rechenschaftslegung gegenüber dem Parlament und der EU zweckmässig organisiert. Gesprächspartner/-innen wiesen allerdings darauf hin, dass es erwünscht wäre, wenn sich die Mitglieder des Steuerungsausschusses verstärkt zu strategischen Fragen äussern und entsprechende Vorgaben machen würden. Zudem wurde auf mögliche Interessenskonflikte hingewiesen: einerseits zwischen der EDK als Mitglied des Steuerungsausschusses und ihrer institutionellen Nähe zur ch Stiftung und andererseits zwischen dem BBT als Mitglied des Steuerungsausschusses und dessen Rolle als Vertragspartner der ch Stiftung in einem Praktikumsprojekt.

2.1.2 ROLLE UND INFORMATIONSTAND DER PROGRAMMBEIRÄTE

Die Umsetzung der zwei Programme LLP und YiA wird je durch einen Programmbeirat unterstützt.

Programmbeirat LLP

Das Programmbeirat LLP berät den Steuerungsausschuss zu den nationalen Prioritäten bei der Umsetzung dieses Programms. Gemäss Reglement obliegt ihm die Aufgabe der Beratung der Stiftung bei der Programmumsetzung sowie bei den Begleitmassnahmen, die Mitwirkung beim Abbau von rechtlichen und administrativen Hindernissen für die Teilnahme am Programm, die Ernennung der Expertinnen und Experten für die Evaluationskomitees auf Vorschlag der ch Stiftung, die Valorisierung und Verbreitung der Ergebnisse in Ergänzung zur Tätigkeit der ch Stiftung, die Erarbeitung von Empfehlungen zu nationalen Prioritäten und zur Verwendung der Begleitmassnahmen, die Einbettung der Programmaktivitäten in die nationalen Bildungs- und Jugendaktivitäten sowie die Beratung der Delegierten im EU-Programmausschuss LLP.¹⁰

Das Gremium besteht aus Vertretenden des SBF, des BBT und der EDK sowie aus Vertretenden des Arbeitgebernnetzwerks für Berufsbildung (SQUF), der Schweizerischen Berufsbildungsämter-Konferenz (SBBK), der Konferenz der höheren Fachschulen der Schweiz (KHF), des Schweizerischen Verbands für Weiterbildung (SVEB), der Interkantonalen Konferenz für Weiterbildung (IKW), der Rektorenkonferenz der Schweizer Universitäten (CRUS), der Schweizerischen Konferenz der Rektorinnen und Rektoren der Pädagogischen Hochschulen (COHEP), des Verbands der Schweizer Studentenschaft (VSS) und aus Vertretenden der Union der Schülerorganisationen (USO).

Der Programmbeirat LLP hat seine Rolle gemäss Aussagen der Gesprächspartner/-innen noch nicht vollständig gefunden. Dafür gibt es mindestens zwei Ursachen:

- Zum einen gibt es im Bildungsbereich sehr viele und sehr unterschiedliche Akteure (z.B. Volksschulen, Gymnasien, Universitäten, Berufsbildung). Diese haben im Hinblick auf die Mobilitätsthematik nicht nur sehr unterschiedliche Bedürfnisse, Erfahrungen und Kompetenzen, sie sind auch sehr unterschiedlich organisiert. Die Themen, welche im Programmbeirat besprochen werden, sind daher immer nur für einen Teil der Akteure relevant.

¹⁰ SBF 2010c.

- Zum anderen haben die Universitäten mit dem Übergang von der indirekten zur direkten Teilnahme der Schweiz an den Bildungsprogrammen und dem damit verbundenen Umsetzungsauftrag an die ch Stiftung an Handlungsautonomie verloren. Diese Tatsache hat sich auf die Mitwirkung von Vertretenden der Universitäten im Programmbeirat ausgewirkt.

Die Gesprächspartner/-innen beurteilten den Informationsfluss zwischen den Partnern zur Umsetzung des Programm LLP als zweckmässig. Die meisten Befragten erachteten ihren Informationsstand als ausreichend. Allerdings gaben sie auch an, die Rolle und die Funktionsfähigkeit des Programmbeirats LLP sei gegenwärtig nur teilweise gewährleistet.

Programmbeirat YiA

Im Programmbeirat YiA wirken Vertretende folgender Institutionen mit: SBF, BSV, Konferenz der kantonalen Beauftragten für Kinder- und Jugendförderung (KKJF), Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der Jugendverbände (SAJV), Dachverband offene Jugendarbeit (DOJ), Intermundo, infoklick.ch, Dachverband Schweizer Jugendparlamente (dsj) Schweizer Dachverband der nicht gewinnorientierten Musikclubs (PETZI) sowie Jugendvertretende. Dieser Beirat hat analoge Aufgaben wie jener des Programms LLP.

Die Zusammenarbeit in diesem Gremium wird als konstruktiv geschildert. Die meisten Gesprächspartner/-innen sprachen dem Programmbeirat YiA eine wichtige Rolle zu. Bezüglich des Informationsstands der Mitglieder des Programmbeirats YiA berichteten Vertretende der Jugendorganisationen jedoch von einem Unterschied zwischen „Insidern“ und „Outsidern“. Insider seien die Vertretenden der ch Agentur und des Bundesamts für Sozialversicherungen. Sie seien deutlich besser über das Programm informiert und würden die notwendigen Entscheidungen weitgehend unabhängig vom Programmbeirat fällen. Die Vertretenden der Jugendorganisationen betrachten sich als Outsider, die die gelieferten Informationen zwar zur Kenntnis nehmen, aber kaum mitwirken können. Gewünscht werden eine frühere Information und mehr Mitwirkungsmöglichkeiten.

2.1.3 KOOPERATION MIT DEN PARTNERN IN BRÜSSEL

Eines der Ziele der Leistungsvereinbarung ist die effektive Kooperation der ch Stiftung mit den relevanten Akteuren und Zielgruppen auch auf internationaler Ebene. Einzelne Gesprächspartner/-innen hätten sich diesbezüglich von der ch Stiftung ein grösseres Engagement gewünscht. Es wurde die Vermutung geäussert, dass sich die ch Stiftung vor allem auf Aktivitäten in der Schweiz orientiert habe, weil sie ursprünglich eine binnenorientierte Organisation sei. Verschiedentlich wurde der Wunsch geäussert, dass sich der Fokus der ch Stiftung zukünftig stärker auf die EU ausrichten soll, wie dies beispielsweise schon beim gesamtschweizerischen Informations- und Beratungsnetzwerk zur europäischen Forschung Euresearch der Fall ist.

2.1.4 FAZIT ZUR ZUSAMMENARBEIT DER AKTEURE

Die Gesprächspartner/-innen beurteilten den Informationsfluss zwischen den Partnern der Umsetzung der Programme LLP und YiA (Steuerungsausschuss, Programmbeiräte, Delegierte EU-Komitees) und dem SBF als Auftraggeber in der Regel als zweckmässig

und fühlen sich ausreichend informiert. Einzelne Mitglieder der Programmbeiräte kritisieren jedoch die mangelnden Möglichkeiten zur Mitsprache und Mitbestimmung.

Zudem wurde die Meinung vertreten, dass die ch Stiftung in der Aufbauphase die Kontakte mit den Partnern vernachlässigt hat. Dies hat zu grundsätzlichen Problemen in der Zusammenarbeit zwischen der ch Stiftung und den Akteuren aus dem Bereich der Berufsbildung, den Akteuren des Hochschulbereichs sowie den Akteuren, welche in der Schweizerischen Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren (EDK) zusammengeschlossen sind, geführt:

- Bis Ende 2010 waren die Aufgaben der nationalen Informations- und Koordinationsstelle für die Teilnahme schweizerischer Hochschulen am Erasmus-Programm der EU während gegen 20 Jahren dem Generalsekretariat der Rektorenkonferenz der Schweizer Universitäten übertragen gewesen. Mit dem Übergang zur direkten Beteiligung wurde die ch Stiftung mit der Umsetzung aller Bildungs- und Jugendprogramme in der Schweiz beauftragt. Die Vertretenden der Hochschulen beklagten, dass die ch Stiftung in ihren Aktivitäten vorhandenes Wissen über den Austausch von Studierenden und Dozierenden zu wenig berücksichtigt hat.
- Die Akteure, welche in der EDK zusammengeschlossen sind, monieren, dass die ch Stiftung bei ihren Aktivitäten den Eigenheiten des schweizerischen Bildungssystems zu wenig Rechnung getragen hat.
- Die Befragten aus dem Bereich der Berufsbildung beurteilten die Kooperation der ch Stiftung mit den bestehenden Gremien der Berufsbildung als stark ausbaufähig. Vorschläge zur Mobilisierung der Berufsbildung mittels geeigneter Massnahmen im Rahmen des Programms Leonardo da Vinci wurden Ende 2011 in einem Bericht einer Consultingfirma zuhanden der ch Stiftung formuliert.¹¹

2.2 BEURTEILUNG DER VERWENDUNG DER MITTEL

In diesem Abschnitt gehen wir der Frage nach, wie die ch Stiftung die zur Verfügung gestellten Mittel den einzelnen Aktivitätstypen zugeordnet hat. Zudem klären wir ab, wie der Anteil der Kosten zu beurteilen ist, welchen die ch Stiftung für den Betrieb, das heisst für die Abwicklung der Projektteilnahmen, benötigt.

2.2.1 ZUTEILUNG DER MITTEL AUF AKTIVITÄTSTYPEN

In der nachfolgenden Tabelle D 2.1 findet sich eine Aufstellung über die budgetierten und die verwendeten Mittel, welche das SBF der ch Stiftung für die Unterstützung von Projektteilnahmen zur Verfügung gestellt hat. Die Mittel für den Aufbau und den Betrieb der ch Agentur sind in der Zusammenstellung nicht enthalten.

¹¹ Res Publica Consulting 2011.

D 2.1: Übersicht über die Verwendung der Programmgelder (Angaben in CHF)

		Budget EU Programmgelder	Gebundene Mittel in abge- schlossenen Verträgen	Beantragte Mittel in för- derwürdigen Anträgen
		2011	2011	2012 (Stand 12.11.2012)
LLP	Comenius	960'000	359'878	349'200
	Grundtvig	840'000	537'467	612'000
	Leonardo da Vinci	3'944'400	4'008'982	3'572'400
	Erasmus	7'764'000	7'817'830	7'135'200
	Studienbesuche	57'600	7'500	4'800
	<i>Total</i>	<i>13'566'000</i>	<i>12'731'657</i>	<i>11'673'600</i>
YiA	Aktion 1 Jugend für Europa	366'205	107'525	202'800
	Aktion 2 Europäischer Freiwilligendienst	191'732	21'258	48'000
	Aktion 3 Jugend in der Welt	292'327	220'966	174'000
	Aktion 4 Unterstüt- zungssysteme	445'248	220'128	114'000
	Aktion 5 Unterstützung der Zusammenarbeit	100'889	81'112	36'000
	<i>Total</i>	<i>1'396'401</i>	<i>650'989</i>	<i>574'800</i>
Nicht EU	LLP	386'805	360'530	388'800
	YiA	247'000	45'751	16'800
	<i>Total</i>	<i>633'805</i>	<i>406'281</i>	<i>405'600</i>
Begleitmassnahmen	Vernetzung	960'037	648'984	
	Gemeinschaftsinitiativen	922'489	609'075	
	<i>Total</i>	<i>1'882'526</i>	<i>1'258'059</i>	
Total		17'478'733	15'046'985	

Quelle: ch Stiftung 2012d, Anhang 2: Reporting Budget Programmgelder und Verträge 2011/2012.

Bemerkungen: Angaben in Euro wurden mit dem Kurs von 1.20 in Schweizer Franken umgerechnet. Die Angaben betreffend die förderwürdigen Anträge wurden von der ch Stiftung zur Verfügung gestellt. Bei YiA ist 2012 die dritte Eingabefrist nicht berücksichtigt.

Ausgeschüttete Fördermittel

Aus obiger Tabelle in der Spalte „Gebundene Mittel in abgeschlossenen Verträgen“ wird ersichtlich, dass 2011 insgesamt rund 15 Millionen Franken an verschiedene Institutionen zur Unterstützung von Auslandsaufenthalten, zur Entwicklung von Partnerschaften oder für den Innovationstransfer ausbezahlt wurden. Werden alleine die Mittel betrachtet, welche die Programmteilnahmen betreffen, so kann zwischen der indirekten Teilnahme an den Europäischen Bildungs- und Jugendprogrammen 2009/2010 und der direkten Teilnahme 2011 eine Verdoppelung von rund 7 Millionen Franken

auf rund 13,8 Millionen Franken festgestellt werden.¹² Für das Jahr 2012 liegen noch keine definitiven Zahlen vor; die vorläufigen Zahlen liegen jedoch mehrheitlich in der gleichen Grössenordnung wie 2011.

Ausgeschöpfte Fördermittel

Eine wichtige Aufgabe der ch Stiftung ist die Sicherstellung der Ausschöpfung der Mittel. Sie muss dafür sorgen, dass die Mittel, welche der Schweiz für die zwei Programme zur Verfügung stehen, zur Förderung der Mobilität genutzt werden und nicht an die EU zurückfliessen. Die Nachfrage nach Fördermitteln unterscheidet sich zwischen den Subprogrammen und Aktionen sehr stark. Daher ist es für die Verbesserung der Ausschöpfungsquote wertvoll, dass die budgetierten Mittel innerhalb der zwei Programme zwischen den Subprogrammen beziehungsweise den Aktionen im Einverständnis mit der EU verschoben werden können.

Im Programm LLP konnten in den Subprogrammen Erasmus und Leonardo da Vinci die zur Verfügung stehenden Mittel unter anderem dank Kreditverschiebungen weitgehend ausgeschöpft werden. Im Subprogramm Erasmus wurden nicht ausgeschöpfte Mittel den Mobilitätsteilnehmenden nachträglich ausbezahlt. Bei Leonardo da Vinci floss ein grosser Teil der Mittel in Innovationstransferprojekte (TOI). Die Spannweite der unterstützten Transfers reicht von der Anpassung von Lehr- und Lernmaterialien für die Bedürfnisse in anderen Ländern bis hin zur Verankerung eines theoretischen Konzepts in der konkreten Berufsbildungspraxis. 2011 kamen nur 20 Prozent der Mittel von Leonardo da Vinci direkt Mobilitätsaktivitäten zugute. Relativ geringes Interesse haben bisher die Programme Comenius und Grundtvig gefunden. Bei Comenius konnten 2011 nur rund 40 Prozent, bei Grundtvig 60 Prozent der Mittel verpflichtet werden.

Auch im Programm YiA erweist sich die Ausschöpfung als schwierig. Beispielsweise läuft die Aktion 2 Europäischer Freiwilligendienst in den verschiedenen Programmländern sehr gut, in der Schweiz jedoch nicht. Möglicherweise liegt dies daran, dass sich in unserem Land NGO bereits seit längerem für den internationalen Freiwilligendienst einsetzen. Die Gesprächspartner/-innen vermuten, dass es der ch Stiftung auch in Zukunft schwer fallen wird, die Fördermittel diese Aktion auszuschöpfen.

Insgesamt konnten 2011 auch Dank der erwähnten Kreditverschiebungen rund 91 Prozent der Programm Gelder ausgeschöpft werden. Dabei lag der Ausschöpfungsgrad im Programm LLP bei 95 Prozent, im Programm YiA bei 67 Prozent.¹³ Für das Jahr 2012 zeichnet sich keine Zunahme der Ausschöpfungsquote ab. Vor diesem Hintergrund kritisieren Gesprächspartner/-innen, dass insbesondere zwei ihrer Anliegen bei der ch Agentur nur zögernd Gehör gefunden haben:

- Erstens sei mehrfach das Anliegen geäussert worden, die Vernetzungsdienste und spezifischen Begleitmassnahmen zu intensivieren. Dennoch habe die ch Stiftung erst vor kurzem für einzelne Subprogramme spezielle Netzwerke initiiert, so im

¹² Der Betrag von rund 13,8 Millionen Franken entspricht der Summe der 2011 gebundenen Mittel in abgeschlossenen Verträgen abzüglich der Ausgaben für Begleitmassnahmen (Tabelle D 2.1). Vgl. auch ch Stiftung 2012h.

¹³ Angaben des SBF.

Bereich Hochschulbildung (Referenzgruppe Erasmus), Berufsbildung (Projekt Mobilisierung in der Berufsbildung mit dem BBT) und Schulbildung (Zusammenarbeit mit der EDK). In diesem Zusammenhang kann als Erfolg erwähnt werden, dass der Bundesrat im Rahmen der Lehrstellenkonferenz die Mobilisierung als wichtigen Schwerpunkt erwähnt hat.

- Zweitens sei mit wenig Erfolg immer wieder angeregt worden, die Beiträge für die Mobilitätsteilnehmenden zu erhöhen. Die Stiftung habe sich diesbezüglich zurückhaltend gezeigt. Gewisse Erhöhungen der Zuschüsse fanden 2012 allerdings statt. Weitere Erhöhungen sind für 2013 vorgesehen.

2.2.2 BEURTEILUNG DER BETRIEBSKOSTEN

Das Mandat, welches das SBF der ch Stiftung übertragen hat, schliesst einen jährlichen Kredit für den Betrieb der ch Agentur und für Begleitmassnahmen ein. Basierend auf den Angaben der ch Stiftung lässt sich errechnen, dass im Programm LLP 2011 rund 20 Prozent der gesamten Mittel für die Abwicklung der Projektteilnahmen aufgewendet wurden. Beim Programm YiA lag der entsprechende Anteil bei 48 Prozent.¹⁴ Eingeschlossen in diese Betriebsmittel sind insbesondere die Aufwendungen für die Kommunikation der Programme, für die Abwicklung und die Betreuung der Anträge sowie für die Verbreitung der Ergebnisse. In der nachfolgenden Tabelle D 2.2 haben wir diese Betriebskostenanteile von LLP und YiA in der Schweiz denjenigen anderer Institutionen gegenübergestellt.

D 2.2: Vergleich der Anteile der Verwaltungskosten verschiedener Programme

Programm	Verpflichtete Mittel	Anteil Betriebskosten
LLP Schweiz ¹	12,7 Mio. CHF (2011)	19,9%
YiA Schweiz ¹	0,6 Mio. CHF (2011)	48,4%
Euresearch ²	118 Mio. CHF (2008)	3,6%
LLP Evaluation der EU ³		7%–8% (2007–2008)
YiA Evaluation der EU ⁴		12% (2008–2011)
LLP Evaluation Niederlande ⁵	30 Mio. EURO (2009)	10,3% (2009)

Quellen: 1 = ch Stiftung 2012d, Darstellung D 2.1 (gebundene Mittel in abgeschlossenen Verträgen 2011) und Anhang 8.3 Umlage Jahresrechnung Betrieb 2011 (inkl. Vernetzungsdienste) LLP: total gebundene Mittel (12,73 Mio. CHF) und Betriebsaufwand (3,16 Mio. CHF) ergibt einen Totalaufwand von 15,89 Mio. CHF, 3,16 Mio. CHF entsprechen 19,9% des Totalaufwands. YiA: Total Verpflichtungen (0,65 Mio. CHF) und Betriebsaufwand (0,61 Mio. CHF) ergibt einen Totalaufwand von 1,26 Mio. CHF, 0,61 Mio. CHF entsprechen 48,4%.; 2 = Balthasar et al. 2010; 3 = Public Policy and Management Institute 2011; 4 = Ecorys 2011, S. 108; 5 = Research voor Beleid 2010, S. 25.

Eine 2011 im Auftrag der Europäischen Kommission durchgeführte Zwischenevaluation des Programms LLP weist aus, dass im Durchschnitt der mitwirkenden Länder die Betriebskosten bei 7 bis 8 Prozent angesetzt werden können.¹⁵ Aus einer Untersuchung aus den Niederlanden lässt sich für das Programm LLP ein Betriebskostenanteil von

¹⁴ ch Stiftung 2012d, Anhang 8.3 Umlage Jahresrechnung Betrieb 2011 (inkl. Vernetzungsdienste).

¹⁵ Public Policy and Management Institute 2011, S. 129–130.

rund 10 Prozent berechnen.¹⁶ Eine vergleichbare Studie zum Programm YiA gibt einen durchschnittlichen Betriebskostenanteil von 12 Prozent an.¹⁷ Zur Erklärung des vergleichsweise hohen Betriebskostenanteils im Programm YiA werden drei Gründe erwähnt: Erstens haben es die Verantwortlichen in diesem Programm vorwiegend mit Organisationen zu tun, die administrativ wenig Erfahrung haben. Diese brauchen für eine erfolgreiche Eingabe des Antrags oft viel Unterstützung. Zweitens werden in diesem Programm relativ kleine Beiträge gesprochen, sodass viele Anträge abgewickelt werden müssen. Drittens gibt es jährlich mehrere Eingabetermine, was den administrativen Aufwand zusätzlich erhöht.

Die genannten Vergleichswerte zu den Betriebskosten beziehen sich auf die Programme LLP und YiA in anderen Ländern oder in ganz Europa. Referenzwerte aus der Schweiz sind kaum zu finden. Am ehesten mit den Tätigkeiten der ch Agentur vergleichbar sind die Aktivitäten des Vereins Euresearch. Dieser Verein ist vom SBF beauftragt, ein gesamtschweizerisches Informations- und Beratungsnetzwerk zur europäischen Forschungszusammenarbeit zu unterhalten. Euresearch weist einen Anteil der Betriebskosten von rund 4 Prozent aus.¹⁸ Allerdings prüft Euresearch keine Projektanträge und wickelt auch keine Projekte ab.

Auch wenn sich die Betriebskostenanteile der verschiedenen Programme nur schwer vergleichen lassen, so springen doch die relativ hohen Anteile von LLP und YiA in der Schweiz ins Auge. Die Höhe dieser Ausgaben steht sicherlich im Zusammenhang mit dem noch nicht ganz abgeschlossenen Aufbau der Umsetzungsstrukturen und den im europäischen Vergleich hohen Arbeitskosten in der Schweiz. Weiter können die Mehrsprachigkeit der Schweiz und die föderalistische Bildungslandschaft zur Erklärung der hohen Betriebskosten in der Schweiz beitragen. Zudem ist die Nachfrage nach den Förderbeiträgen zum Teil noch gering. Da die Betriebskosten nur zu einem geringen Teil von der Zahl der Anträge abhängig sind, führt die kleine Zahl von Verträgen einerseits zu einem hohen Betriebskostenanteil. Andererseits verlangt gerade die beschränkte Nachfrage eine intensive Promotion und Betreuung der Antragstellenden, was die Betriebskosten weiter erhöht. Tatsache ist, dass Partnerinstitutionen im Ausland mit geringeren Betriebskostenanteilen auskommen müssen und dass der Anteil diese Kostenpositionen auch in der Schweiz in den kommenden Jahren deutlich sinken muss.

2.3 BEURTEILUNG DER ORGANISATION DER CH AGENTUR

Die Beurteilung der Organisation der ch Agentur umfasste zwei Aspekte. Erstens stellte sich die Frage nach der Eignung von Strukturen und Prozessen der ch Agentur, um den Auftrag des SBF zu erfüllen. Zweitens galt es, abzuklären, ob die Verantwortlichen der ch Agentur in ausreichendem Masse auf die Anliegen des SBF und der Partner eingin-

¹⁶ Research voor Beleid 2010, S. 25.

¹⁷ Ecorys 2011, S. 108.

¹⁸ Balthasar et al. 2010.

gen. Als Grundlage für diese Beurteilungen standen in erster Linie Expertengespräche zur Verfügung.

2.3.1 BEURTEILUNG VON STRUKTUREN UND PROZESSEN

Bei der Beurteilung der Strukturen und Prozessen gilt es zu beachten, dass die Europäische Union den an den Programmen LLP und YiA beteiligten Staaten Vorgaben in Bezug auf die Struktur und die Prozesse der Umsetzung macht. Dazu gehört zum Beispiel die Tatsache, dass eine vom Staat unabhängige Agentur mit eigener Rechtspersönlichkeit mit der Umsetzung betraut werden muss. Zudem bestehen Vorgaben darüber, wie die Entscheidungsprozesse in der Agentur zu organisieren sind, um unrechtmässige Einflussnahmen zu verhindern. Weiter gibt die EU zahlreiche Akkreditierungsvorschriften vor, welche Institutionen erfüllen müssen, die Jugendliche im Rahmen des Programms YiA aufnehmen. Die ch Stiftung hat die notwendigen Strukturen und Prozesse in den letzten Jahren zur Zufriedenheit der Inspektoren der EU aufgebaut.

Die Gespräche mit den Expertinnen und Experten haben jedoch deutlich gemacht, dass die Aufbauphase der ch Agentur nicht ganz reibungslos verlaufen ist:

- Zum einen wurde auf personelle Probleme aufmerksam gemacht, welche die Leistungsfähigkeit der ch Agentur beeinträchtigt haben. Die Vakanzen hätten nicht nur den Aufbau zeitlich verzögert, sondern auch dazu geführt, dass gewisse Aufgaben wenig zielgruppenorientiert angegangen wurden. Dies hat die Partner der ch Agentur irritiert. In diesem Zusammenhang wurde verschiedentlich kritisiert, dass die ch Agentur wenig autonom von der ch Stiftung mit ihrer eher politischen Orientierung agiere. Der Entscheidungsspielraum der Leitung der ch Agentur innerhalb der ch Stiftung wird als stark eingeschränkt wahrgenommen.
- Zum anderen kritisierten Gesprächspartner/-innen den Umstand, dass die ch Stiftung das Mandat zur Förderung des internationalen Austausches anfänglich sehr unabhängig von ihrer Aufgabe zur Förderung des binnenstaatlichen Austausches von Schülern und Schülerinnen sowie von Lehrpersonen wahrgenommen hat. Dadurch seien Zielgruppen, wie zum Beispiel Schulen, mehrfach und zum Teil unkoordiniert von Akteuren der ch Stiftung angesprochen worden. Das habe zu Verwirrung und Unmut geführt.

Von verschiedenen Gesprächspartnern/-innen wurde festgehalten, dass die Prozesse der Mitwirkung an den Europäischen Bildungs- und Jugendprogrammen zu aufwändig seien. Insbesondere für kleinere Organisationen, zum Beispiel im Jugendbereich, aber auch für Schulen, stellten die Anforderungen an die Antragstellung eine hohe Hürde dar. Momentan sei die ch Agentur aufgrund der eher geringen Zahl an Anträgen zwar in der Lage, die Antragsteller sehr gut zu betreuen. Dies werde sich in Zukunft vermutlich ändern, wenn die Zahl der Anträge zunehme. Es ist allerdings fraglich, ob die ch Stiftung den Prozess der Antragsbearbeitung vereinfachen kann, da zahlreiche Vorgaben der EU zu berücksichtigen sind. Der Gesprächspartner aus Finnland wies darauf hin, dass die Vorgaben der EU kaum Handlungsspielraum böten.

2.3.2 BERÜCKSICHTIGUNG DER ANLIEGEN VON SBF UND PARTNERORGANISATIONEN

Wir haben bereits weiter oben darauf hingewiesen, dass der Informationsfluss zwischen den Partnern der Umsetzung der Programme LLP und YiA in der Regel zwar als ausreichend beurteilt wird, dass aber grundsätzliche Probleme in der Zusammenarbeit zwischen der ch Stiftung und den Akteuren aus dem Bereich der Berufsbildung, den Akteuren des Hochschulbereichs sowie den Akteuren, welche in der Schweizerischen Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren zusammengeschlossen sind, bestehen (Abschnitt 2.1). Verschiedentlich wurde kritisiert, dass die ch Stiftung den Anliegen der Partner nur zum Teil Rechnung trage:

- Erstens wurde von einer eher zurückhaltenden Informationspolitik der ch Stiftung berichtet. Die gewünschten Informationen würden zwar geliefert, aber oft nur sehr knapp vor Besprechungen und auf Anfrage hin. Einzelne Gesprächspartner/-innen sprachen in diesem Zusammenhang davon, dass das Dienstleistungsverständnis der ch Stiftung verbessert werden müsse. Gewünscht würden konkrete, praxisnahe und fristgerechte Informationen.
- Zweitens haben Gesprächspartner/-innen das Auftreten der Mitarbeitenden ch Agentur in der Aufbauphase als wenig am Umfeld interessiert wahrgenommen. Sie brachten zum Ausdruck, dass die Verantwortlichen der ch Stiftung ob den Anforderungen des internen Aufbauprozesses gelegentlich den Eigenheiten der Zielgruppen, welche von den Aktivitäten der ch Agentur profitieren sollten, zu wenig Beachtung geschenkt hätten.

2.4 BEURTEILUNG DER STEUERUNGSTRUMENTE DES SBF

Die Leistungsvereinbarung 2010 bis 2013, welche das SBF und die ch Stiftung unterzeichnet haben, hält Leistungs- und Wirkungsziele fest. Die vier Leistungsgruppen wurden definiert:

- Die erste Leistungsgruppe betrifft den Aufbau der ch Agentur im Jahr 2010. Dazu wurden sechs Leistungsziele mit dazugehörigen Indikatoren vereinbart. Die Ziele betreffen die Bereitstellung von Unterlagen, die Werbung bei den Zielgruppen, den Wissenstransfer, die Einrichtung eines Arbeitsprogramms und die Aufteilung der Kosten auf die Leistungsgruppen.
- Die zweite Leistungsgruppe dreht sich um die Umsetzung des Programms LLP. Dazu wurden fünf Wirkungsziele mit entsprechenden Indikatoren definiert. Diese Wirkungsziele beziehen sich auf die Zufriedenheit der Zielgruppen, der Teilnehmenden und der Mitglieder der Programmbeiräte, auf die Projektergebnisse und auf die Anzahl Anträge im Verhältnis zu den verfügbaren EU-Projektmitteln.
- Die dritte Leistungsgruppe betrifft die Umsetzung des Programms YiA und ist analog angelegt wie die zweite Leistungsgruppe.
- Die vierte Leistungsgruppe umfasst die Begleitmassnahmen zum Ausbau und zur Ergänzung der Teilnahme. Auch dazu wurden Wirkungsziele formuliert. Diese be-

ziehen sich auf die Mobilitätsaktivitäten mit den EWR/EFTA-Staaten und den EU-Beitrittskandidaten, auf die Zufriedenheit der Zielgruppen und auf den Umfang der angebotenen Projektaktivitäten.

Aus den Gesprächen wurde deutlich, dass die Steuerung durch das SBF mittels Jahreszielen und quantitativen Indikatoren einen positiven Einfluss auf die Entwicklung der ch Agentur gehabt hat. Auf diese Weise war es möglich, den Fortschritt beim Aufbau der Aktivitäten zur Umsetzung der Programme gut im Auge zu behalten. Es wurden jedoch verschiedene Hinweise zur Optimierung des Zielsystems formuliert:

- Erstens wurde vorgeschlagen, dass die Steigerung der Nachfrage nach Mobilitätsaktivitäten bei den Indikatoren mehr Gewicht erhalten solle. Die Steigerung der Mobilitätsaktivitäten in allen Bereichen sei das wichtigste Anliegen der Programme. Es müsse darauf hingearbeitet werden, dass mehr Anträge eingereicht würden, als bewilligt werden könnten. Das sei wichtig für die Qualitätssicherung.
- Zweitens sollten Indikatoren entwickelt werden, die die Zufriedenheit der Partner wiedergeben, mit welchen die ch Stiftung kooperiert (Berufsbildung, Kantone usw.). Zudem sollte auch die Akzeptanz der ch Agentur bei den Zielgruppen in das Indikatorensystem einfließen.
- Drittens wurde angeregt, auch Wirkungsziele zu formulieren, welche sich auf die zentralen Aktionen beziehen, welche die ch Stiftung im Rahmen der Begleitmassnahmen unterstützt.

Generell ist jedoch der Eindruck entstanden, dass sich die Steuerung des Mandats durch das SBF mittels jährlicher Ziele und quantitativer Indikatoren als geeignet erwiesen hat. Verschiedentlich wurde jedoch auch darauf hingewiesen, dass die eigentliche Steuerung des Auftrags durch das SBF nur zum Teil über Indikatoren erfolgen könne. Mindestens ebenso wichtig sei ein gemeinsames Auftragsverständnis von SBF und ch Stiftung sowie ein gutes Kooperationsklima. Es wurde angeregt, dass das SBF zur Führung des Mandats klarere strategische Vorgaben entwickeln soll.

Die zweite Gruppe von Evaluationsfragen befasst sich mit den Dienstleistungen, welche die ch Agentur für ihre Zielgruppen, das heisst insbesondere für Primar- und Sekundarschulen, für Gymnasien und Hochschulen, für Berufsschulen oder für Verbände, Vereine und andere Organisationen, die in der Jugendarbeit tätig sind, bereitstellt. Abschnitt 3.1 befasst sich mit dem Umfang des Dienstleistungsangebots. Danach wenden wir uns der Frage zu, ob die Projektergebnisse so zugänglich sind, wie das von der EU verlangt wird (Abschnitt 3.2).

Die Beantwortung der Fragen, welche in diesem Abschnitt behandelt werden, stützt sich stark auf Informationen der ch Agentur.

3.1 BEURTEILUNG DES DIENSTLEISTUNGSANGEBOTS ---

Die ch Agentur dokumentiert ihre Dienstleistungen zur Promotion der Mobilitätsangebote der Programme LLP und YiA in ihrem Jahresbericht umfassend. Grundsätzlich lassen sich vier Gruppen von Angeboten unterscheiden.

Elektronische Dialogmedien

Den vermutlich wichtigsten Informationskanal der ch Agentur stellt die Webseite www.ch-go.ch dar. Die Webseite dient als zentrales elektronisches Kommunikationsinstrument und ist als Ankerpunkt für alle übrigen elektronischen Instrumente konzipiert.¹⁹ Dort finden sich Informationen zu allen Sub-Programmen, Aktionen und Vernetzungsdiensten. Wie aus der nachfolgenden Tabelle D 3.1 ersichtlich wird, haben die Besuche auf dieser Plattform in den letzten Jahren stark zugenommen. Etwa 93'000 Besucherinnen und Besucher haben die Webseite im Jahr 2011 angeschaut. 2012 waren es bis Ende November schon 128'000 Besucherinnen und Besucher. Die Webseite wurde im Jahr 2011 durch ein Download- und ein Newscenter erweitert. Dort können Interessierte Dokumente und Publikationen herunterladen.

Die ch Agentur informiert auch mittels Social Media. Dies soll dazu beitragen, die Programme bekannt zu machen. Diese Form der Kommunikation ist allerdings noch wenig entwickelt.

¹⁹ ch Stiftung 2012e.

D 3.1: Entwicklung der Kennzahlen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit

	2011	2012 (Stand 30.11.12)
Elektronische Dialogmedien		
Besucher auf der Webseite www.ch-go.ch	93'237	128'404
Publikationen auf Facebook	55	86
Publikationen und Versände		
Versände Info-Mails	11	14
Anzahl Adressaten der Newsletter		7'004
Beratung und Veranstaltungen		
Anrufe	222	2'490
E-Mails	683	728
Eigene Veranstaltungen	35	37
Anzahl Teilnehmende	972	1'284
Präsentation an Veranstaltungen Dritter	62	46
Anzahl Teilnehmende		2'279
Medienarbeit und Sensibilisierung		
Mitteilungen an allgemeine Medien	1	5
Erwähnung/Artikel in allgemeinen Medien	59	122
Mitteilungen an Bildungsmedien	54	41
Erwähnung/Artikel in Bildungsmedien	82	65

Quelle: Angaben der ch Stiftung.

Publikationen und Versände

Zu den Publikationen der ch Agentur gehören Drucksachen, Flyer sowie elektronische Versände. Sie stellen den zweiten Informationskanal der ch Agentur dar. Erstens verfügt die Agentur über eine zwei Mal jährlich erscheinende Zeitschrift (Trait d'union). Diese richtet sich an Adressaten im gesamten Bildungsbereich mit Ausnahme der Hochschulen. Weiter gibt es zu jedem (Sub-)Programm einen Flyer in Deutsch, Französisch und Italienisch. Ein weiteres Instrument der Information sind Textversände an die Redaktion von Schulblättern, an die pädagogische Fachpresse und an kantonale Bildungsportale. Schliesslich sendet die ch Stiftung regelmässig Newsletters an Interessierte der verschiedenen Subprogramme und Aktionen (Volksschulstufe, Mittelschulstufe, Berufsbildung, Hochschulstufe, Erwachsenenbildung und ausserschulische Jugendarbeit, Lehreraustausch und Weiterbildung). Im Jahr 2011 wurden fünf Newsletters an Interessierte für das Programm LLP und sechs Info-Mails an Interessierte für das Programm YiA verschickt. Die elektronischen Versände erfolgen in der Regel in Deutsch und Französisch.

Beratung und Veranstaltungen

Die ch Agentur bietet auch individuelle Beratung von Interessierten per Telefon, E-Mail oder mittels eines persönlichen Gesprächs an. Insbesondere wird Unterstützung beim Einreichen von Projektanträgen angeboten.

Zudem organisiert die ch Agentur selber Veranstaltungen oder sie nimmt an Anlässen von Dritten teil. Im Jahr 2011 hat sie 35 eigene Veranstaltungen organisiert. Daran haben 972 Personen teilgenommen. Weiter hat sich die ch Agentur an 62 Anlässen von

Dritten beteiligt. 2012 waren bis Ende November 37 eigene Veranstaltungen mit 1'284 Teilnehmenden sowie 46 Präsentationen an Veranstaltungen Dritter mit 2'279 Teilnehmenden durchgeführt worden. Beispiele von eigenen Veranstaltungen sind Informationsanlässe, Expertenschulungen, Kick-off-Meetings für Projektträger, Events zu zentralen Aktionen und Tagungen. Diese Ereignisse finden in der ganzen Schweiz statt.

Medienarbeit und Sensibilisierung

Die ch Agentur betreibt auch Medienarbeit, um die Zielgruppen für die Mobilitätsthematik zu sensibilisieren. Dabei wird zwischen Informationen für die nationalen Medien, für die regionalen Medien oder für Bildungsmedien unterschieden. Zudem sollen strategisch wichtige Persönlichkeiten in der Schweiz für die Themen Austausch und Mobilität sensibilisiert werden.

Fazit

Die in Tabelle D 3.1 wiedergegebenen Kennzahlen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit wurden von der ch Stiftung zur Verfügung gestellt. Sie verdeutlichen, dass die Informationsaktivitäten zwischen 2011 und 2012 zugenommen haben. Insbesondere das starke Wachstum der telefonischen Kontakte weist auf eine verstärkte Informations- und Beratungsaktivität der ch Agentur hin.

3.2 BEURTEILUNG DER INFORMATION ZU DEN PROJEKTAKTIVITÄTEN

Die nationalen Agenturen haben gemäss Vorgaben der EU die Aufgabe, die Projektergebnisse der Programme LLP und YiA zu identifizieren, zu bewerten und einem möglichst breiten Kreis von Interessierten zugänglich zu machen.²⁰ Die Verbreitung der Projektergebnisse soll einerseits dazu dienen, Nutzen und Wirkungen der Projekte öffentlich zugänglich zu machen. Andererseits sollen die Projektbeispiele den Wissenstransfer zu potenziellen Antragstellenden sicherstellen. Die Informationen sollen ihnen Hinweise vermitteln, mit denen sie ein eigenes Projekt erfolgreich beantragen und durchführen können. Die ch Stiftung hat ein Konzept zur Verbreitung von Projektergebnissen entwickelt, welches verschiedene Instrumente zur Verbreitung festhält. Dazu gehören Kurzbeschreibungen aller geförderten Projekte mit Kontaktadressen, Projektstatus und weiterführenden Links sowie die Beschreibung von exemplarischen Projekten zur Promotion.

Eines der zwischen dem SBF und der ch Stiftung vereinbarten Leistungsziele sieht vor, dass die Ergebnisse von erfolgreichen Projekten auf der Webseite www.ch-go.ch publiziert sind. Die Zahl der in dieser Weise dokumentierten Projekte ist noch sehr gering, da die meisten Projekte noch nicht abgeschlossen sind. Insgesamt waren bis Ende November 2012 erst sieben Projektbeispiele auf der Webseite www.ch-go.ch sowie auf Facebook und Twitter publiziert worden.²¹ Bei einigen Projekten finden sich auf der

²⁰ ch Stiftung 2012f.

²¹ Information der ch Stiftung vom 30. November 2012.

Webseite auch Links auf Medienbeiträge sowie Webseiten der Projektträger.²² Verschiedene Gesprächspartner/-innen haben betont, dass die Verfügbarkeit von konkreten und guten Beispielen sehr wichtig sei, um die verschiedenen Zielgruppen, zum Beispiel Lehrbetriebe der Berufsbildung oder Gymnasien, für eine Zusammenarbeit zu motivieren.

²² Beispiele Leonardo da Vinci – Mobilität: <<http://www.ch-go.ch/programme/leonardo/mobilitaet/geofoerderte-projekte>>; Comenius – Schulpartnerschaften: <<http://www.ch-go.ch/programme/comenius/partnerschaften/geofoerderte-projekte>>; Jugend in Aktion – Europäischer Freiwilligendienst: <<http://www.ch-go.ch/programme/jugend-in-aktion/mobilitaet/geofoerderte-projekte>>.

Bei der dritten Gruppe von Evaluationsfragen steht einerseits die Bekanntheit der Programme LLP und YiA bei den Vertragspartnern/-innen (Abschnitt 4.1) und bei den Kundinnen und Kunden (Abschnitt 4.2) der ch Agentur im Zentrum des Interesses. Andererseits wird die Entwicklung der Anzahl der Verträge, welche der Auslösung von Mobilitätsaktivitäten dienen (Abschnitt 4.3), und die Entwicklung der Zahl der Mobilitätsteilnehmenden (Abschnitt 4.4) dargestellt.

Die Grundlage für die ersten zwei Abschnitte bildet hauptsächlich die in Abschnitt 1.1.3 beschriebene Online-Befragung. Die Abschnitte 4.3 und 4.4 beruhen vornehmlich auf Informationen der ch Stiftung und des SBF.

4.1 BEURTEILUNG DER ANGEBOTE DER CH AGENTUR DURCH DIE VERTRAGSPARTNER

In diesem Abschnitt gehen wir zuerst auf die Bekanntheit der Angebote der ch Agentur als Bereich der ch Stiftung bei den Vertragspartnern/-innen ein. Danach wenden wir uns der Frage zu, ob die Angebote von den Vertragspartnern/-innen auch genutzt wurden. Schliesslich äussern wir uns zur Zufriedenheit der Vertragspartner/-innen mit den Angeboten.

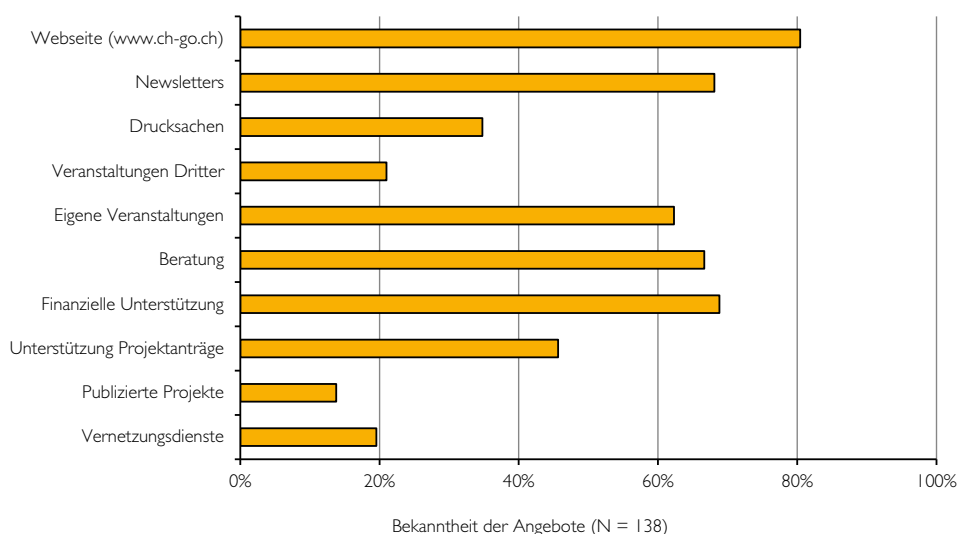
4.1.1 BEKANNTHEIT DER ANGEBOTE BEI VERTRAGSPARTNERN

Die Bekanntheit der Angebote ist bei den Vertragspartnern/-innen recht hoch. Allerdings gibt es beträchtliche Unterschiede zwischen den Vertragspartnern/-innen des Programms LLP und denjenigen von YiA. Zudem gibt es grosse Unterschiede zwischen den Vertragspartnern/-innen in den verschiedenen Landesteilen. Bei den Vergleichen gilt es allerdings, die unterschiedlichen Fallzahlen zu beachten. Die Anzahl der Antworten aus der italienischen (7) und der französischen Schweiz (26) sind erheblich geringer als jene aus der deutschen Schweiz (77).

Bekanntheit der Informations- und Beratungsangebote

Jeder Vertragspartner kennt mindestens ein Angebot. Das bekannteste Informationsangebot ist die Webseite www.ch-go.ch, mit einem Bekanntheitsgrad von 80 Prozent (vgl. Darstellung D 4.1). Dies bedeutet, dass 111 der 138 antwortenden Vertragspartner/-innen angaben, diese Webseite zu kennen. Ebenfalls gut bekannt sind die finanzielle Unterstützung (69%), der Newsletter (68%), die persönlichen, telefonischen oder elektronischen Beratungsangebote (67%) sowie die von der ch Stiftung durchgeführten Veranstaltungen (62%). Am anderen Ende der Bekanntheitsskala befindet sich das Angebot der publizierten Projektergebnisse, welches nur 14 Prozent der Vertragspartner/-innen kennen. Ebenfalls relativ tiefe Bekanntheitswerte weisen die Vernetzungsdienste (20%) und die Auftritte der ch Stiftung an Veranstaltungen Dritter (21%) auf.

D 4.1: Bekanntheit der Angebote bei den Vertragspartnern/-innen



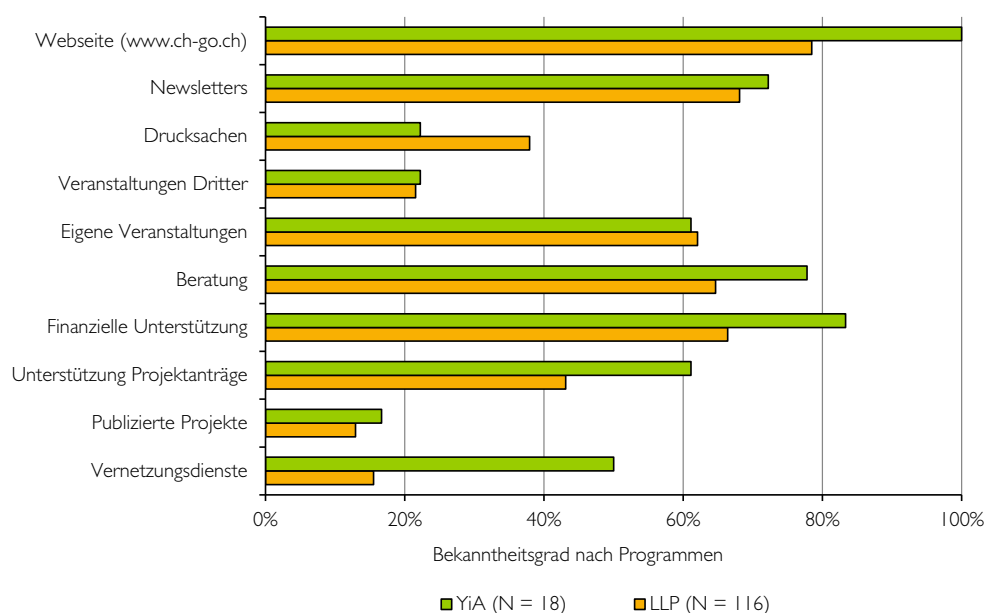
Quelle: Online-Befragung; Frage 13: Welche Informations- und Unterstützungsangebote der ch Stiftung sind Ihnen bekannt? (mehrere Antworten möglich).

Wie sind die Befragten auf die Angebote von LLP und YiA aufmerksam geworden? Rund 35 Prozent der 138 antwortenden Vertragspartner/-innen gaben an, über Kolleginnen und Kollegen von den Angeboten der zwei Programme gehört zu haben. Ebenfalls eine wichtige Rolle in der Informationsbeschaffung spielt das Internet (32%). Interessant ist zudem, dass viele der Befragten (32%) durch Organisationen ausserhalb der Schweiz auf die zwei Programme hingewiesen wurden. Demgegenüber ist die Bedeutung von Veranstaltungen Dritter (23%) oder von Hinweisen von Organisationen in der Schweiz (21%) geringer. Diesbezüglich zeigen sich gewisse Unterschiede zwischen den Vertragspartnern/-innen der zwei Programme. So wurden die meisten Vertragspartner/-innen (61%) von YiA über eine Schweizer Organisation auf die entsprechenden Angebote aufmerksam. Bei den Vertragspartnern/-innen von LLP stehen das Internet und der Austausch mit Kollegen und Kolleginnen im Mittelpunkt (je 31%). Für die Vertragspartner/-innen beider Programme haben kantonale Stellen und Printmedien als Informationskanäle eine untergeordnete Rolle gespielt.

Bekanntheit der Angebote nach Programmen

Darstellung D 4.2 zeigt, dass sich die Bekanntheit der einzelnen Angebote bei den Vertragspartnern/-innen der beiden Programme nicht grundsätzlich unterscheidet. In der Regel sind die gleichen Angebote bei beiden Gruppen von Vertragspartnern/-innen besser beziehungsweise weniger gut bekannt.

D 4.2: Bekanntheit der Angebote: Unterschiede zwischen LLP und YiA



Quelle: Online-Befragung; Frage 13: Welche Informations- und Unterstützungsangebote der ch Stiftung sind Ihnen bekannt? (mehrere Antworten möglich).

Bemerkungen: Zwei Vertragspartner haben Verträge bei beiden Programmen. Zwei Vertragspartner machen keine Angaben zur Programmzugehörigkeit. Die Angaben dieser vier Vertragspartner sind in der Darstellung nicht berücksichtigt.

Bei aller Übereinstimmung zeigt die Darstellung aber auch, dass die Bekanntheitsgrade bei den zwei Programmen teilweise unterschiedlich sind. Im Allgemeinen sind die Vertragspartner/-innen von LLP nämlich wesentlich weniger gut über die Angebote informiert. Besonders grosse Unterschiede sind bei den Vernetzungsdiensten und bei der Webseite www.ch-go.ch festzustellen.

Unterschiede zwischen den Regionen

Werden die Unterschiede zwischen den Regionen betrachtet, zeigt sich, dass Vertragspartner/-innen in der französischen Schweiz die Angebote tendenziell weniger gut kennen als Organisationen in der deutschen oder italienischen Schweiz. Auffällig sind die Unterschiede insbesondere im Hinblick auf die Bekanntheit des Newsletters, der finanziellen Beiträge sowie der Unterstützung bei der Formulierung von Projektanträgen. Bei diesen Angeboten sind die Bekanntheitswerte der französischsprachigen Organisationen deutlich geringer. Bei den übrigen Angeboten sind die Unterschiede kleiner. Die Vertragspartner/-innen der italienischen Schweiz kennen die Angebote im Durchschnitt besser als ihre Kolleginnen und Kollegen aus den beiden anderen Sprachregionen. Dies kann allerdings mit der sehr kleinen Fallzahlen von nur sieben Antwortenden zusammenhängen.

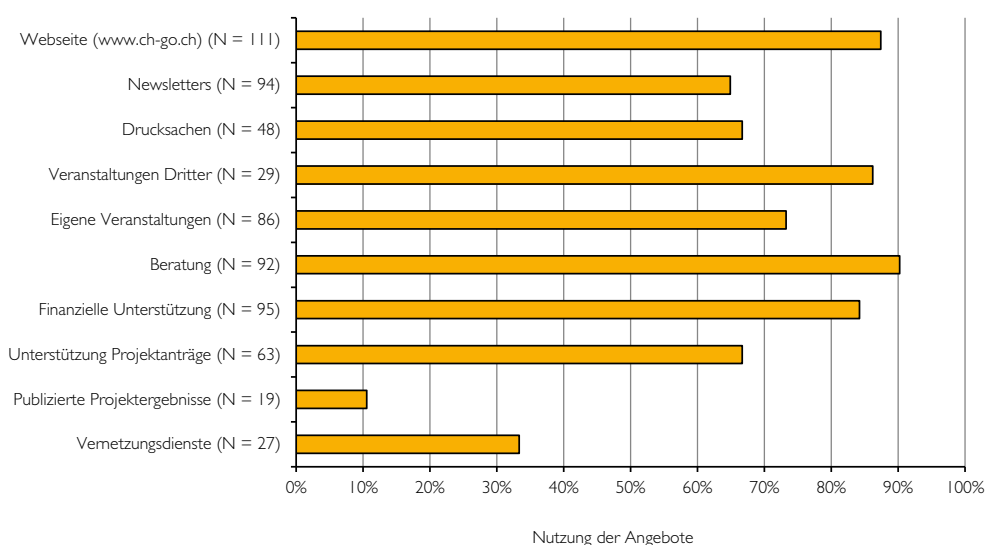
4.1.2 NUTZUNG DER ANGEBOTE DURCH VERTRAGSPARTNER

Wenden wir uns nun der Nutzung der Angebote durch die Vertragspartner/-innen zu.

Verwendung der Informations- und Beratungsangebote

Die nachfolgende Darstellung D 4.3 zeigt auf, dass die individuelle Beratung (persönlich, telefonisch, E-Mail) sowie die Webseite www.ch-go.ch von den Vertragspartnern/-innen am häufigsten genutzt wurden. Weiter wurden häufig Auftritte der ch Stiftung an Veranstaltungen von Dritten (86%) besucht und es wurde vielfach auf die finanzielle Unterstützung (84%) zurückgegriffen. Tiefe Nutzungswerte haben die Vernetzungsdienste (33%) sowie die publizierten Projekte (11%).

D 4.3: Verwendung der Angebote durch die Vertragspartner/-innen



Quelle: Online-Befragung; Frage 14: Welche Informations- und Unterstützungsangebote der ch Stiftung haben Sie bereits einmal genutzt? (mehrere Antworten möglich).

Vergleicht man die Nutzung der Angebote in den verschiedenen Sprachregionen, so fällt auf, dass die Vertragspartner/-innen aus der französischen Sprachregion die Angebote in der Regel häufiger nutzen als Institutionen aus der deutschsprachigen Schweiz. Nur beim Auftritt der ch Stiftung an Veranstaltungen Dritter sowie bei den Beratungsangeboten erreichen die Deutschschweizer Vertragspartner/-innen höhere Nutzungszahlen.

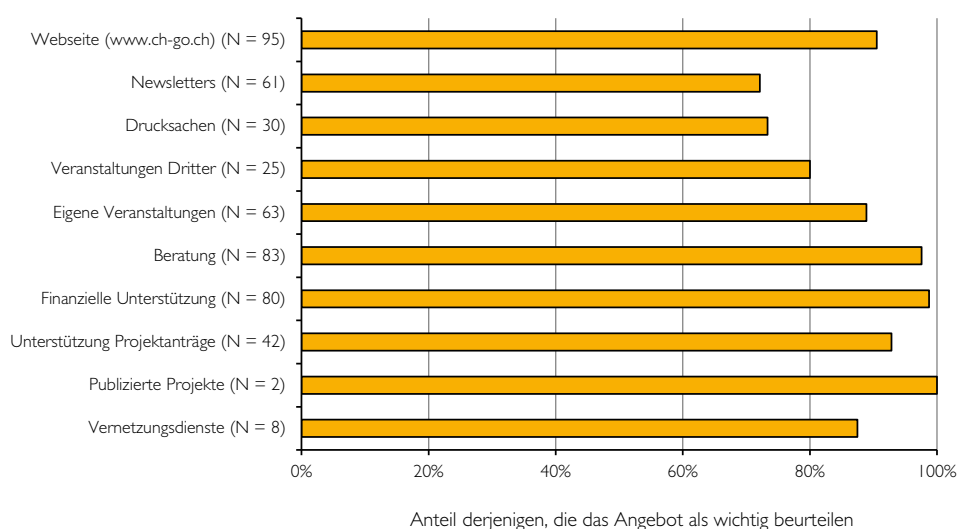
Stellt man die Nutzung der Angebote durch die Vertragspartner/-innen des Programms LLP jener der YiA-Vertragspartner/-innen gegenüber, so finden sich keine grossen Unterschiede. Bei der Webseite, den Auftritten der ch Stiftung an eigenen Veranstaltungen, den Beratungen, der finanziellen Unterstützung und den publizierten Projektergebnissen erreichten die Vertragspartner/-innen des LLP höhere Nutzungswerte. Beim Newsletter, den Drucksachen, dem Auftritt der ch Stiftung an Veranstaltungen Dritter, der Unterstützung bei der Erarbeitung von Projektanträgen und bei den Vernetzungsdiensten sind die Werte der YiA-Vertragspartner/-innen höher. Insgesamt werden die

Angebote durch die Vertragspartner/-innen der beiden Programme in ähnlichem Ausmass genutzt.

Bedeutung der Information und Unterstützung für die Vertragspartner/-innen

Darstellung D 4.4 zeigt auf, dass die Vertragspartner/-innen den Informations- und Unterstützungsangeboten, welche sie nutzen, eine hohe Bedeutung beimessen.

D 4.4: Bedeutung der Informations- und Unterstützungsangebote für die Vertragspartner/-innen



Quelle: Online-Befragung; Frage 16: Wie wichtig sind für Sie die Informations- und Unterstützungsangebote der ch Stiftung? (sehr wichtig, eher wichtig, eher nicht wichtig, gar nicht wichtig, kann ich nicht beurteilen). Abgebildet sind die Anteile mit den Angaben „sehr wichtig“ und „eher wichtig“.

Sämtliche Informations- und Unterstützungsleistungen werden von über 80 Prozent der Befragten als eher wichtig oder sehr wichtig eingestuft. Einzig die Drucksachen (73%) und die Newsletters (72%) erhalten weniger hohe Werte. Von allen als sehr wichtig oder eher wichtig werden die finanzielle Unterstützung (99%) und die Beratungsleistungen (98%) eingeschätzt. Nicht aussagekräftig ist der hohe Wert der publizierten Projekte, da nur zwei Vertragspartner dieses Angebot überhaupt genutzt haben.

Form des Kontakts mit der ch Agentur

Mit einer Ausnahme standen alle antwortenden Vertragspartner/-innen über E-Mail mit der ch Agentur in Kontakt. 86 Prozent der Vertragspartner/-innen hatten telefonischen Kontakt. Die eigenen Veranstaltungen waren bei 47 Prozent ausschlaggebend für die Kontaktaufnahme. Etwas weniger häufig – nämlich bei 38 Prozent der Vertragspartner/-innen – kam es zum persönlichen Treffen und nur 17 Prozent der Vertragspartner/-innen nahmen anlässlich von Veranstaltungen Dritter mit der ch Agentur Kontakt auf. Zwischen den Vertragspartnern/-innen in den verschiedenen Sprachregionen herrscht dabei eine grosse Übereinstimmung. Kontaktaufnahmen erfolgen in den drei Sprachregionen in beinahe identischer Art und Weise. Vernachlässigbar sind diesbezüg-

lich auch die Unterschiede zwischen den Vertragspartnern/-innen der beiden Programme LLP und YiA.

4.1.3 ZUFRIEDENHEIT DER VERTRAGSPARTNER MIT ANGEBOTEN

Die Vertragspartner/-innen wurden gebeten, die Informations- und Unterstützungsangebote der ch Stiftung auf einer Skala von 0 (sehr schlecht) bis 10 (sehr gut) generell zu beurteilen. Insgesamt werden die Angebote gut bis sehr gut bewertet. Der Mittelwert dieser Beurteilung lag bei 8,5 Punkten. Dieser Wert lässt sich mit demjenigen einer analogen Befragung von Kundinnen und Kunden des gesamtschweizerischen Informations- und Beratungsnetzwerks zur europäischen Forschung Euresearch vergleichen. Dort lag der Mittelwert aller Bewertungen bei 7,2 Punkten.²³ Werden die Unterschiede der generellen Zufriedenheit zwischen den Vertragspartnern/-innen des Programms LLP und YiA-Vertragspartnern/-innen betrachtet, so kann festgestellt werden, dass die Vertragspartner/-innen des Programms LLP (8,6 Punkte) mit den Informationsangeboten etwas zufriedener sind als die Vertragspartner/-innen des Programms YiA (7,8 Punkte). Vergleicht man die Sprachregionen, so ergeben sich identische Zufriedenheitswerte für die deutsch- und die italienischsprachige Schweiz (je 8,7 Punkte). Die Antworten aus der französischsprachigen Schweiz ergeben einen leicht tieferen Durchschnittswert von 8,1 Punkten.

Die Zufriedenheit mit den verschiedenen Angeboten

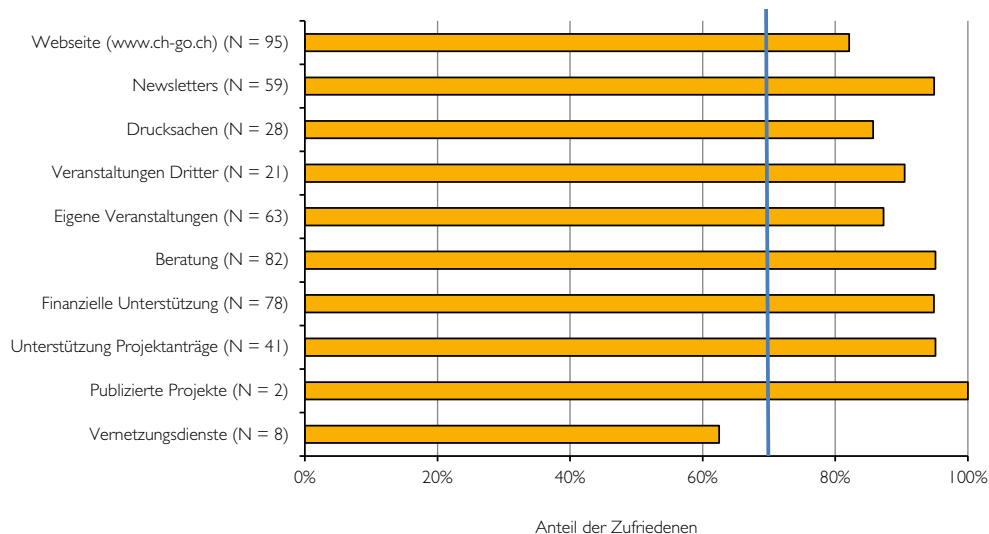
Betrachtet man die Zufriedenheit der Vertragspartner/-innen mit den einzelnen Informations- und Betreuungsangeboten, so fällt auf, dass – mit Ausnahme der Vernetzungsdienste – immer deutlich über 70 Prozent der Vertragspartner/-innen, welche die Angebote gekannt und auch genutzt haben, damit entweder sehr oder eher zufrieden waren. Allerdings muss auf die zum Teil tiefen Bekanntheits- und Nutzungswerte der publizierten Projekte und der Vernetzungsdienste hingewiesen werden. Besonders erfreulich sind insbesondere die hohen Zufriedenheitsraten bei der Beratung (96%). Zudem sind 84 Prozent der 128 Vertragspartner/-innen, die sich dazu äussern konnten, der Meinung, die Mitarbeitenden der ch Agentur würden auf ihre Bedürfnisse eingehen. Nur 15 Prozent der Antwortenden verneinten dies ganz oder teilweise.

Dagegen fällt auch die relativ häufige Kritik an der Webseite www.ch-go.ch auf. 17 Prozent der Vertragspartner/-innen zeigten sich damit eher nicht oder gar nicht zufrieden. Bei der Befragung der Kunden/-innen von Euresearch lag der Anteil der nicht oder eher nicht Zufriedenen bei rund 8 Prozent.²⁴ 40 Prozent der 124 Vertragspartner/-innen, die sich dazu äusserten, vertraten die Meinung, dass man die Informationen auf der Webseite nicht rasch findet. Diese Kritik wurde auch in den Gesprächen mit Expertinnen und Experten immer wieder geäussert. Die Webseite wurde mehrfach als zwar optisch ansprechend, aber wenig übersichtlich und vor allem langsam bezeichnet. Zudem würden gewisse Links nicht funktionieren.

²³ Balthasar et al. 2010.

²⁴ Balthasar et al. 2010.

D 4.5: Zufriedenheit der Vertragspartner/-innen mit den Angeboten

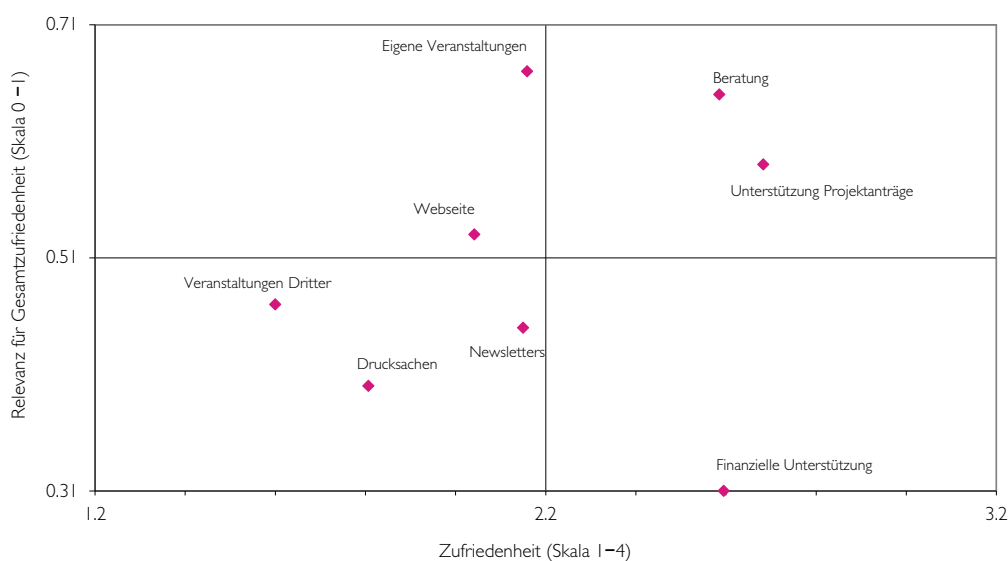


Quelle: Online-Befragung; Frage 17: Wie zufrieden waren/sind Sie mit den Informations- und Beratungsangeboten der ch Stiftung? (sehr zufrieden, eher zufrieden, eher nicht zufrieden, gar nicht zufrieden, kann ich nicht beurteilen). Abgebildet sind die Anteile mit den Angaben „sehr zufrieden“ und „eher zufrieden“.

Regionale Unterschiede gibt es bei der Zufriedenheit der Vertragspartner/-innen mit der Webseite, den Drucksachen und den Auftritten der ch Stiftung. Diese werden von den Befragten aus der Westschweiz wesentlich kritischer beurteilt als von den Befragten aus der deutschsprachigen Schweiz. Wenn die Zufriedenheitswerte nach Programmzugehörigkeit der Vertragspartner/-innen aufgeschlüsselt werden, lässt sich feststellen, dass Vertragspartner/-innen, die Verträge mit dem Programm LLP abgeschlossen haben, bei sämtlichen Angeboten höhere Zufriedenheitswerte erreichen, als solche mit YiA-Verträgen.

Darstellung D 4.6 stellt die Gesamtzufriedenheit in Beziehung zu den einzelnen Produkten und Dienstleistungen der ch Stiftung.

D 4.6: Aktionsportfolio zu den Angeboten der ch Stiftung aus Sicht der Vertragspartner/-innen



Quelle: Online-Befragung

Legende: Bei der Darstellung gilt es Folgendes zu beachten: Die horizontale Achse bildet die Zufriedenheit ab. Auf der vertikalen Achse ist die Korrelation zwischen den einzelnen Aspekten mit der Gesamtzufriedenheit aufgetragen. Sie ist auf die Werte von 0 (keine Korrelation) bis 1 (maximale Korrelation) skaliert. Aufgrund der generell hohen Zufriedenheit der Vertragspartner/-innen der ch Stiftung wird zur besseren Visualisierung der Unterschiede nur je einen Ausschnitt der Achsen grafisch abgebildet. Das Fadenkreuz bildet die Mittelwerte zur Zufriedenheit beziehungsweise der Relevanz der Gesamtzufriedenheit ab. Die Angebote „publizierte Projekte“ und „Vernetzungsdienste“ wurden wegen zu kleinen Fallzahlen nicht einbezogen.

Aus der Darstellung lassen sich folgende Erkenntnisse ableiten:

- Mit dem Angebot im Quadranten *unten rechts* sind die Befragten zufrieden, dessen Beitrag zur Gesamtbeurteilung ist aber eher gering. Dass sich die finanzielle Unterstützung in diesem Quadranten befindet, bedeutet nicht, dass die finanzielle Unterstützung für die Vertragspartner/-innen nicht wichtig wäre. Es weist aber darauf hin, dass sie andere Aspekte für ihre Gesamtbeurteilung des Informations- und Unterstützungsangebots als relevanter einschätzen.
- Im Quadranten *unten links* liegen diejenigen Aspekte, bei denen die Zufriedenheit der Befragten nicht besonders gross ist, die sie aber gleichzeitig auch nicht als wesentlich bewerten. In diese Gruppe fallen der Auftritt der ch Stiftung an Veranstaltungen Dritter, die Drucksachen sowie die Newsletters. Aus dem Portfolioansatz ergibt sich für diese Dienstleistungen kein dringender Handlungsbedarf, weil sie bezüglich der Gesamtzufriedenheit von untergeordneter Bedeutung sind. Die Aspekte sollten aber gelegentlich verbessert werden.
- Mit den im Quadranten *oben rechts* positionierten Aspekten sind die Befragten zufrieden. Diese Merkmale weisen zudem eine hohe Bedeutung hinsichtlich ihrer Gesamtbeurteilung auf. Dies sind die eigentlichen Stärken, welche gepflegt und

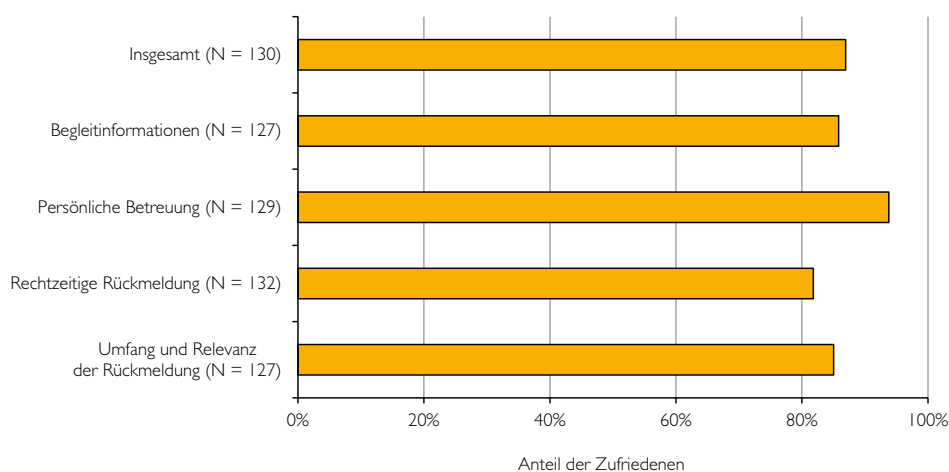
ausgebaut werden sollen. Herausragend sind die Beratungsleistungen sowie die Unterstützungen bei den Projektanträgen.

- Das Hauptaugenmerk muss den Aspekten im Quadranten *oben links* gelten. Diese leisten einen grossen Beitrag an die Gesamtbeurteilung, werden von den Befragten aber kritisch bewertet. Diese Aspekte haben das grösste Potenzial zur Verbesserung. Dazu gehören insbesondere Auftritte an eigenen Veranstaltungen sowie die Webseite. Das Aktionsportfolio legt es nahe, bei diesen Angeboten rasch Verbesserungen vorzusehen.

Zufriedenheit während der Phase der Antragseinreichung und jener der Vertragsabwicklung

Im Zusammenhang mit der Phase der Antragseinreichung fällt die besonders kritische Beurteilung des Formulars für den Projektantrag durch die Vertragspartner/-innen auf. 82 Prozent waren der Meinung, dass dieses zu umfangreich sei. Dieses Formular ist von der EU vorgegeben. Mit dem Prozess der Antragseinreichung waren die Vertragspartner/-innen dagegen mehrheitlich sehr oder eher zufrieden (87%). Von den Aspekten, welche die Antragseinreichung betreffen (Darstellung D 4.7), erreicht die persönliche Betreuung den höchsten Anteil an sehr oder eher Zufriedenen. 94 Prozent der Vertragspartner/-innen waren damit zufrieden.

D 4.7: Zufriedenheit mit der Unterstützung während der Antragseinreichung

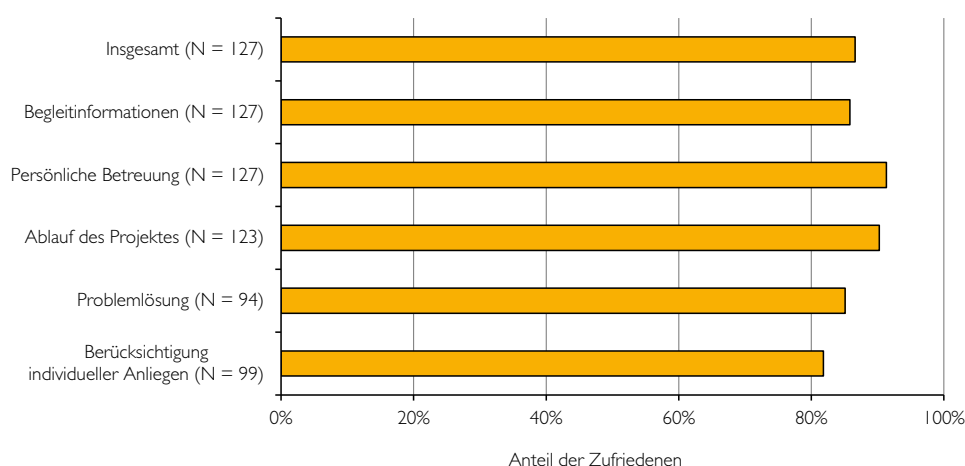


Quelle: Online-Befragung; Frage 18: Wie zufrieden waren/sind Sie mit folgenden Aspekten der Unterstützung der ch Stiftung während der Phase der Antragsstellung? (sehr zufrieden, eher zufrieden, eher nicht zufrieden, gar nicht zufrieden, kann ich nicht beurteilen). Abgebildet sind die Anteile mit den Angaben „sehr zufrieden“ und „eher zufrieden“.

Mit den Begleitinformationen und dem Umfang und der Relevanz der Rückmeldung zum Entscheid waren die Vertragspartner/-innen ebenfalls häufig zufrieden: nämlich in 86 Fällen (85%). Hoch war die Zufriedenheit auch mit dem Zeitpunkt der Rückmeldungen zum Entscheid. Hier zeigten sich 82 Prozent der Vertragspartner/-innen sehr oder eher zufrieden.

Den Prozess der Vertragsabwicklung beurteilten die Vertragspartner/-innen auch mehrheitlich positiv (Darstellung D 4.8). Mehr als 80 Prozent der Befragten waren damit eher oder sehr zufrieden. Die höchsten Zufriedenheitswerte erreichte wiederum die persönliche Betreuung per Telefon oder per E-Mail. Leicht kritischer, aber immer noch mehrheitlich positiv äussern sich die Vertragspartner/-innen zur Berücksichtigung individueller Anliegen.

D 4.8: Zufriedenheit mit der Unterstützung während der Vertragsabwicklung



Quelle: Online-Befragung; Frage 19: Wie zufrieden waren/sind Sie mit folgenden Aspekten der Unterstützung der ch Stiftung während der Phase der Vertragsabwicklung? (sehr zufrieden, eher zufrieden, eher nicht zufrieden, gar nicht zufrieden, kann ich nicht beurteilen). Abgebildet sind die Anteile mit den Angaben „sehr zufrieden“ und „eher zufrieden“.

Zufriedenheit im Hinblick auf verschiedene Qualitätskriterien

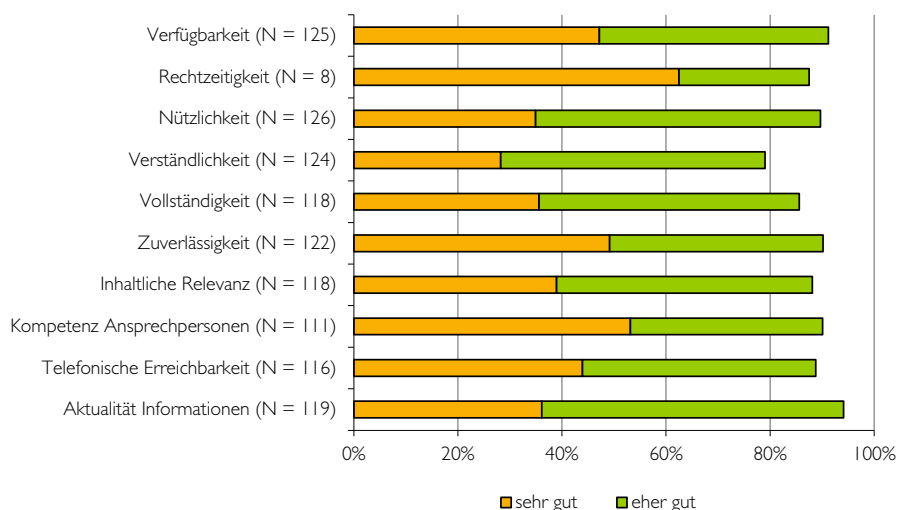
Zur Beurteilung der Qualität der Leistungen der ch Agentur wurden die Befragten gebeten, unterschiedliche Kriterien wie Kompetenz, Verfügbarkeit, Aktualität usw. einzuschätzen. Wiederum war die Zufriedenheit in Bezug auf alle Kriterien sehr hoch. Der Anteil der Antwortenden mit der Beurteilung „eher gut“ und „sehr gut“ liegt für alle Kriterien zwischen 79 und 94 Prozent. Die Vertragspartner/-innen beurteilten die Verfügbarkeit, die Nützlichkeit, die Zuverlässigkeit, die inhaltliche Relevanz, die Kompetenz der Ansprechpersonen, die telefonische Erreichbarkeit und die Aktualität der Informationen grossmehrheitlich als sehr gut oder eher gut. Etwas kritischer wurden die Verständlichkeit und die Vollständigkeit der Informationen beurteilt.

Diese Angaben lassen sich mit denjenigen einer analogen Befragung von Kundinnen und Kunden des gesamtschweizerischen Informations- und Beratungsnetzwerks zur europäischen Forschung Euresearch vergleichen.²⁵ Dort lag der Anteil der Antwortenden mit der Beurteilung „eher gut“ und „sehr gut“ für alle Kriterien zwischen 88 und 95 Prozent. Dies bedeutet, dass die Qualität der Angebote der ch Stiftung auch im Vergleich mit der Qualität von Angeboten einer anderen Institution als hoch bewertet

²⁵ Balthasar et al. 2010.

werden kann. Verbesserungsbedarf besteht bei den Angeboten insbesondere im Hinblick auf die Kriterien Verständlichkeit und Vollständigkeit.

D 4.9: Bewertung der Qualität der Leistungen der ch Stiftung auf der Basis diverser Kriterien (Vertragspartner/-innen)



Quelle: Online-Befragung; Frage 20: Wie beurteilen Sie die Informations- und Unterstützungsangebote der ch Stiftung im Hinblick auf folgende Kriterien? (sehr gut, eher gut, eher schlecht, sehr schlecht, kann ich nicht beantworten)? Die kleine Zahl der Antwortenden zur Frage nach der Rechtzeitigkeit (N = 8) hat eine technische Ursache.

4.2 BEURTEILUNG DER ANGEBOTE DER CH AGENTUR DURCH DIE KUNDINNEN UND KUNDEN

Die Beurteilung der Angebote der ch Agentur durch die Kundinnen und Kunden basiert auf den Antworten von 178 Personen aus der elektronischen Adresskartei der ch Stiftung. Wie wir bereits erwähnt haben, lag die Rücklaufquote bei nur 12 Prozent. Einzelne Gruppen, etwa die Volksschulen und die Berufsschulen, sind schlecht vertreten. Es kann daher nicht davon ausgegangen werden, dass die nachfolgend dokumentierten Ergebnisse repräsentativ sind für die Grundgesamtheit aller Kundinnen und Kunden der ch Agentur.

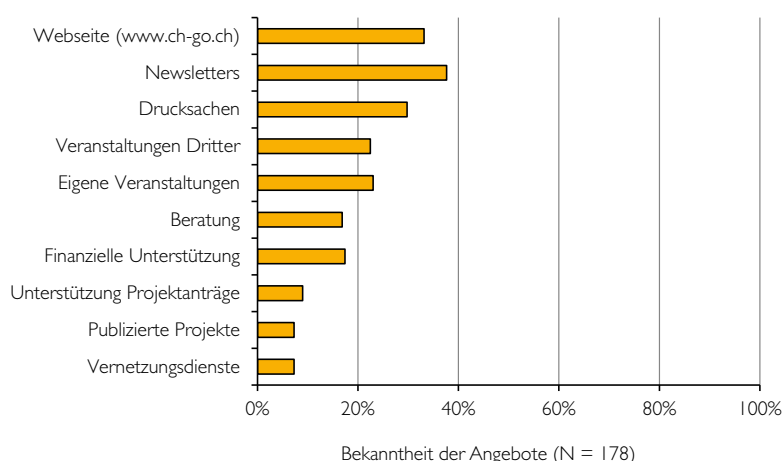
4.2.1 BEKANNTHEIT DER ANGEBOTE BEI KUNDINNEN UND KUNDEN

Die Informations- und Beratungsangebote sind bei den Kunden/-innen wesentlich weniger gut bekannt als bei den Vertragspartnern/-innen. Im Prinzip war dies auch zu erwarten. Dennoch ist es interessant, festzustellen, dass nur 65 Prozent der Befragten angaben, die ch Stiftung zu kennen. Weiter gaben nur 54 Prozent der Befragten an, die von der Stiftung umgesetzten Programme zu kennen. Nur etwas mehr als die Hälfte der befragten Kunden/-innen kennt mindestens ein Informations- und Beratungsangebot. Die Bekanntheit variiert dabei zwischen den Sprachregionen nur unwesentlich.

Bekanntheit der Informations- und Beratungsangebote

Das bekannteste Informationsangebot bei den Kunden/-innen ist der Newsletter, den 38 Prozent der Befragten kennen (Darstellung D 4.10). Weiter sind die Webseite (33%) sowie die Drucksachen (30%) bei mehr als einem Viertel der Befragten bekannt. Nur wenige Kunden/-innen kennen jedoch die Vernetzungsdienste sowie die publizierten Projekte. Nur 7 Prozent der Kunden/-innen wissen, dass die Projektergebnisse publiziert werden müssen.

D 4.10: Bekanntheit der Angebote bei den Kunden/-innen



Quelle: Online-Befragung; Frage 12: Welche Informations- und Unterstützungsangebote der ch Stiftung sind Ihnen bekannt? (mehrere Antworten möglich).

Die meisten Kunden/-innen sind über einen Auftritt der ch Stiftung an einer Veranstaltung (20%) oder über das Internet (18%) auf die Angebote aufmerksam geworden. Anders als bei den Vertragspartnern/-innen spielt die Kommunikation mit Kolleginnen und Kollegen für die Kunden/-innen in diesem Zusammenhang eine weniger wichtige Rolle (11%).

Unterschiede zwischen den Regionen

Werden die Bekanntheit der Informations- und Unterstützungsangebote zwischen den Sprachregionen verglichen, so kann abgeleitet werden, dass die Kunden/-innen der Westschweiz die Angebote besser kennen als jene der Deutschschweiz. Bei den Vertragspartnern/-innen war dies gerade umgekehrt.

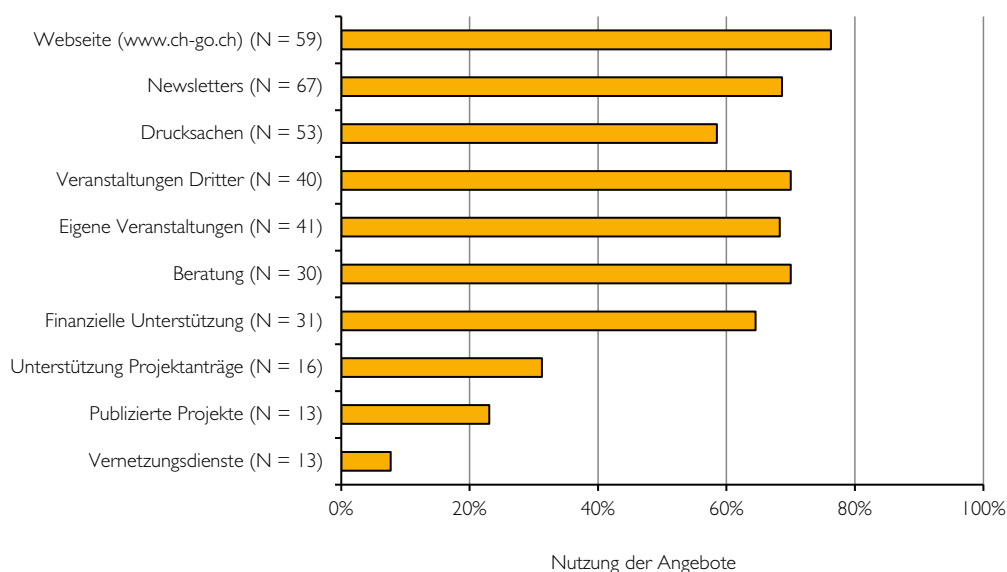
4.2.2 NUTZUNG DER ANGEBOTE DURCH KUNDINNEN UND KUNDEN

Im Hinblick auf die Nutzung der Angebote durch die Kunden/-innen interessiert zuerst die unterschiedliche Verwendung der Angebote.

Verwendung der Informations- und Beratungsangebote

Die nachfolgende Darstellung D 4.11 bildet ab, welche Informations- und Unterstützungsangebote die Kunden/-innen bereits einmal genutzt haben. Es ist zu beachten, dass nur jene Kunden/-innen einbezogen wurden, welche die entsprechenden Angebote auch kennen.

D 4.11: Verwendung der Angebote durch die Kunden/-innen



Quelle: Online-Befragung; Frage 13: Welche Informations- und Unterstützungsangebote der ch Stiftung haben Sie bereits einmal genutzt? (mehrere Antworten möglich).

Die meisten Angebote wurden von rund zwei Dritteln jener Befragten genutzt, welche die Angebote kennen. Besonders oft wurde auf die Webseite www.ch-go.ch zugegriffen (76%). Kaum genutzt wurden die Vernetzungsdienste (8 Prozent), die publizierten Projekte (23%) und – überraschenderweise – die Unterstützung bei Projektanträgen (31%).

Der Vergleich der Nutzung der verschiedenen Informations- und Beratungsangebote durch Kunden/-innen aus den verschiedenen Sprachregionen zeigt ähnliche Resultate wie der gesamtschweizerische Durchschnitt. Kunden/-innen aus der französisch- und italienischsprachigen Schweiz griffen häufiger auf die Angebote zurück als diejenigen aus der deutschsprachigen Schweiz. Newsletters, Drucksachen, Auftritt der ch Stiftung an Veranstaltungen Dritter, finanzielle Unterstützung, Unterstützung bei Projektanträgen sowie publizierte Projekte wurden von Kunden/-innen aus der lateinischen Schweiz öfter genutzt als von jenen aus der Deutschschweiz. Auf die Webseite, die Auftritte der ch Stiftung an eignen Veranstaltungen sowie die Beratungsleistungen griffen Kunden/-innen aus der Deutschschweiz eher zurück.

Bedeutung der Information und Beratung

Als wichtigstes Informationsangebot schätzen die Kunden/-innen die persönliche Beratung ein (100%). Ebenfalls von grosser Bedeutung sind die finanziellen Unterstützungsleistungen, die Webseite, die eigenen Veranstaltungen sowie der Newsletter. Als etwas weniger wichtig werden die Auftritte an Veranstaltungen Dritter (78%) und die Drucksachen (70%) eingeschätzt. Die Bedeutung der Unterstützung bei der Einreichung der Projektanträge, der publizierten Projektergebnisse und der Vernetzungsdienste können nicht beurteilt werden, da dazu die Zahl der antwortenden Kunden/-innen zu gering war.

Form des Kontakts mit der ch Agentur

Die häufigsten Formen des Kontakts von Kunden/-innen mit der ch Agentur waren E-Mails (38%) und Telefonate (23%). Etwas weniger oft traten die Kunden/-innen über eigene Veranstaltungen der ch Stiftung (20%), Veranstaltungen Dritter (16%) oder persönliche Treffen (15%) mit der ch Agentur in Kontakt.

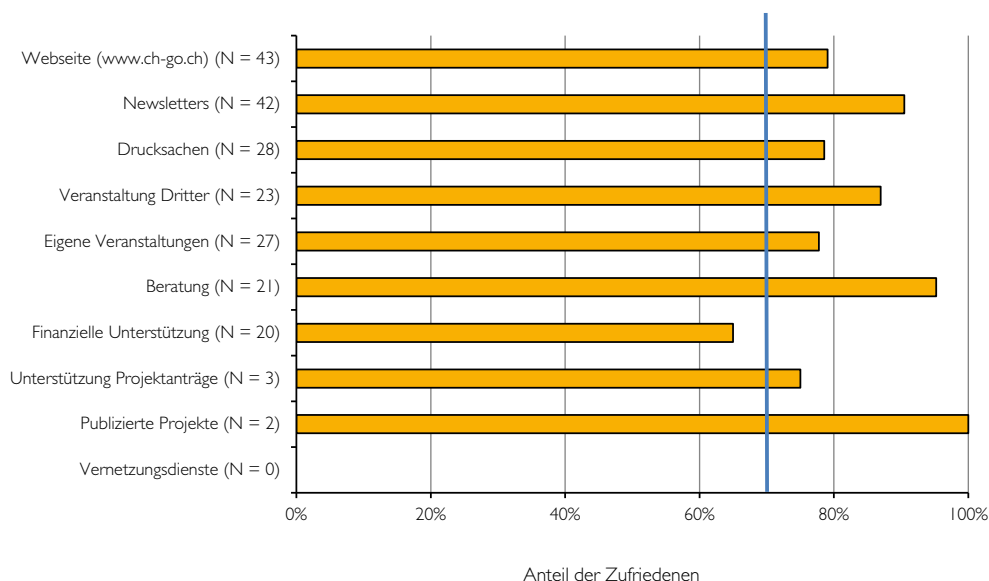
4.2.3 ZUFRIEDENHEIT DER KUNDINNEN UND KUNDEN MIT ANGEBOTEN

Auch den Kunden/-innen wurde die Frage gestellt, wie sie die Informations- und Unterstützungsangebote der ch Stiftung generell beurteilen. Dazu stand eine Skala von 0 (sehr schlecht) bis 10 (sehr gut) zur Verfügung. Der Mittelwert dieser Beurteilung lag bei 7,6 Punkten. Der Unterschied zwischen den Sprachregionen ist dabei minimal: In der Deutschschweiz lag der Wert bei 7,6 Punkten in der lateinischen Schweiz bei 7,8 Punkten. Tiefere Werte (7,2 Punkte) wiesen diejenigen Kunden/-innen auf, die sich nicht eindeutig einer Sprachregion zuordnen liessen. Bei den Vertragspartnern/-innen lag der Mittelwert der Zufriedenheit bei 8,5 Punkten. Die Kunden/-innen sind also mit den Angeboten weniger zufrieden als die Vertragspartner/-innen. Das Ergebnis lässt sich auch mit demjenigen einer analogen Befragung von Kundinnen und Kunden des gesamtschweizerischen Informations- und Beratungsnetzwerks zur europäischen Forschung Euresearch vergleichen. Dort lag der Mittelwert aller Bewertungen bei 7,2 Punkten. Dies bedeutet, dass die Zufriedenheitswerte für die Informations- und Unterstützungsangebote im Falle der Kunden/-innen über denjenigen aus Eurosearch liegen.

Die Zufriedenheit mit den verschiedenen Angeboten

Insgesamt sind die Kunden/-innen weniger oft mit den Informations- und Beratungsangeboten zufrieden als die Vertragspartner/-innen. Dennoch zeigen sich die Kunden/-innen mit den meisten Angeboten mehrheitlich sehr oder eher zufrieden (Darstellung D 4.12). Wie bei den Vertragspartnern/-innen sind auch die Kunden/-innen mit der Beratung fast immer, das heisst in über 95 Prozent der Fälle sehr oder eher zufrieden. Kritisch sind die Rückmeldungen insbesondere, was die finanzielle Unterstützung betrifft. Die Vernetzungsdienste können nicht bewertet werden, weil dazu keine Rückmeldung vorliegt.

D 4.12: Zufriedenheit der Kunden/-innen mit den Angeboten



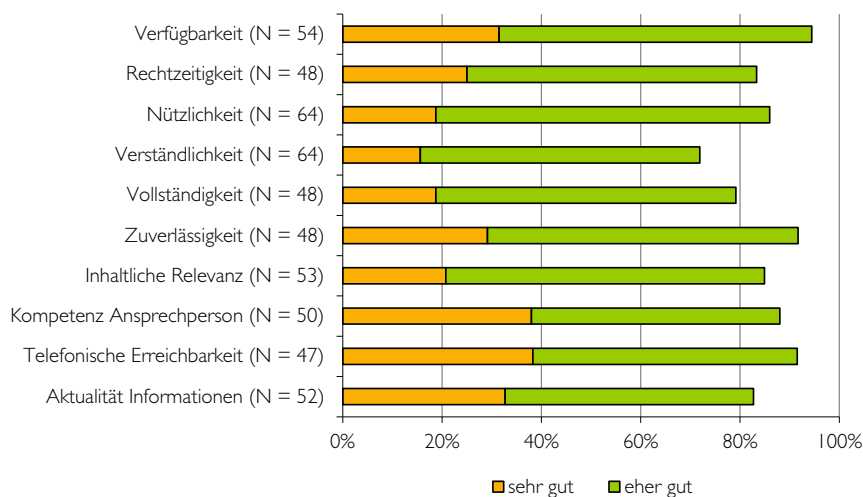
Quelle: Online-Befragung; Frage 16: Wie zufrieden waren/sind Sie mit den Informations- und Beratungsangeboten der ch Stiftung? (sehr zufrieden, eher zufrieden, eher nicht zufrieden, gar nicht zufrieden, kann ich nicht beurteilen). Abgebildet sind die Anteile mit den Angaben „sehr zufrieden“ und „eher zufrieden“.

Grundsätzlich gibt es keine regionalen Unterschiede in der Zufriedenheit der Kunden/-innen mit den Angeboten. Während die Webseite und die Drucksachen in der West- und Südschweiz besser ankommen, sind es in der Deutschschweiz der Newsletter und die finanziellen Unterstützung.

Zufriedenheit im Hinblick auf verschiedene Qualitätskriterien

Die Kunden/-innen, welche mindestens ein Angebot genutzt haben, wurden gebeten, die Qualität der Leistungen der ch Stiftung hinsichtlich Kriterien wie Kompetenz, Verfügbarkeit, Aktualität usw. einzuschätzen. Die nachfolgende Darstellung D 4.13 gibt die Ergebnisse wieder.

D 4.13: Bewertung der Qualität der Leistungen der ch Stiftung auf der Basis diverser Kriterien (Kunden/-innen)



Quelle: Online-Befragung; Frage 20: Wie beurteilen Sie die Informations- und Unterstützungsangebote der ch Stiftung im Hinblick auf folgende Kriterien (sehr gut, eher gut, eher schlecht, sehr schlecht, kann ich nicht beantworten)?

Aus der Darstellung wird ersichtlich, dass die Kunden/-innen mit der Verfügbarkeit der Informationen (94%), der Zuverlässigkeit (92%) sowie der telefonischen Erreichbarkeit (91%) besonders zufrieden sind. Tiefere Werte erreichen die Vollständigkeit (79%) und die Verständlichkeit (72%). Auch bei dieser Frage zeigen sich die Kunden/-innen kritischer als die Vertragspartner/-innen. Auffällig ist, dass sowohl die Kunden/-innen als auch die Vertragspartner/-innen die Aspekte Vollständigkeit und Verständlichkeit am kritischsten beurteilen.

4.3 BEURTEILUNG DER ENTWICKLUNG DER ZAHL DER ANTRÄGE UND VERTRÄGE

Ein wichtiger Indikator für den Erfolg der Promotionsaktivitäten der ch Agentur stellt die Entwicklung der eingereichten Anträge und der abgeschlossenen Verträge dar.

Anträge

2011 wurden für das Programm LLP 352 Anträge und für das Programm YiA 51 Anträge für den EU-Raum eingereicht. 2012 gingen bis Ende November für das Programm LLP 335 und für das Programm YiA 48 Anträge ein.²⁶ Werden die Anträge für Projekte in Nicht-EU-Staaten betrachtet, so waren es 2011 28 und 2012 (bis im November) 24 Anträge.²⁷

Gemäss Auskunft der ch Stiftung mussten bisher rund 10 Prozent der Anträge aus qualitativen Gründen abgelehnt werden. Die Ergebnisse der Online-Befragung zeigen auf,

²⁶ ch Stiftung 2012i, S. 4.

²⁷ ch Stiftung 2012i, S. 5.

dass von den antwortenden Vertragspartnern/-innen 18 Prozent mindestens einmal eine Ablehnung eines Antrags erfahren haben. Betroffen waren insbesondere Anträge für die Programme Grundtvig, Leonardo da Vinci und Erasmus. Die Online-Befragung hat ergeben, dass die Verträge mehrheitlich aus inhaltlichen Gründen nicht zustande gekommen sind. Allerdings machten nur neun Vertragspartner/-innen Angaben zu den Gründen für die Ablehnung ihrer Projektanträge.

Verträge

Die nachfolgende Tabelle D 4.14 gibt eine Übersicht über die Entwicklung der Zahl der Verträge, welche die ch Stiftung mit verschiedenen Institutionen zur Durchführung von Mobilitätsaktivitäten, zur Entwicklung von Partnerschaften oder für den Innovationstransfer abgeschlossen hat.

D 4.14: Zahl der Projektverträge beziehungsweise Projekte mit Förderentscheid

		2011	2012 (Stand 30.11.2012)
LLP	Comenius	62	49
	Grundtvig	48	66
	Leonardo da Vinci	57	50
	Erasmus	44	62
	Studienbesuche	8	4
	<i>Total LLP</i>	219	231
YiA	Aktion 1 Jugend für Europa	10	10
	Aktion 2 Europäischer Freiwilligendienst	3	1
	Aktion 3 Jugend in der Welt	12	6
	Aktion 4 Unterstützungssysteme	11	5
	Aktion 5 Unterstützung der Zusammenarbeit	2	1
	<i>Total YiA</i>	38	23
Begleitmassnahmen	Erasmus	22	22
	<i>Total LLP</i>	22	22
	Aktion 2 Europäischer Freiwilligendienst	3	
	Aktion 3 Jugend in der Welt	1	1
	Aktion 4 Unterstützungssysteme	1	
	<i>Total YiA</i>	5	1
	<i>Total LLP und YiA</i>	27	23
Total		284	277

Quelle: ch Stiftung.

Aus der Tabelle wird deutlich, dass die Zahl der Verträge gegenwärtig bei etwas unter 300 liegt und sich gegenüber 2011 kaum verändert hat. Mehr als zwei Drittel davon betreffen das Programm LLP im EU-Raum. Verträge, welche die Nicht-EU-Länder betreffen, sind selten. Rund 70 Prozent der Vertragspartner/-innen stammen aus der

deutschsprachigen, 23 Prozent aus der französischsprachigen und 7 Prozent aus der italienischsprachigen Schweiz.²⁸

4.4 BEURTEILUNG DER ENTWICKLUNG DER ZAHL DER MOBILITÄTSTEILNEHMENDEN

Die Bildungs- und Jugendprogramme zielen darauf ab, die Mobilität zwischen der Schweiz und Europa und darüber hinaus zu fördern. Die nachfolgende Tabelle D 4.15 zeigt die Entwicklung der Mobilitätszahlen zwischen 2009/2010 und 2012 auf.

D 4.15: Entwicklung der vertraglich vereinbarten Mobilitätszahlen 2010 bis 2012

		2010 ¹	2011 ²	2012 ³ (Stand 16.7.2012)
LLP	Erasmus	2'983	4'183	4'000
	Leonardo da Vinci	14	272	980
	Comenius	18	296	
	Grundtvig		363	370
	Studienbesuche		8	
	<i>Total</i>	3'015	5'122	5'350
YiA	Aktion 1 Jugend für Europa		353	
	Aktion 2 Europäischer Freiwilligendienst		2	
	Aktion 3 Jugend in der Welt		295	
	Aktion 4 Unterstützungssysteme		381	
	Aktion 5 Unterstützung der Zusammenarbeit		140	
	<i>Total</i>	90	1'171	950
Begleitmassnahmen	LLP ausserhalb EU		162	224
	YiA ausserhalb EU		43	53
	<i>Total</i>		205	277
Total		3'105	6'498	6'577

Quellen: 1 = Angaben der CRUS zum Studienjahr 2009/2010 <<http://www.crus.ch/information-programme/study-in-switzerland/mobilitaet/erasmus/berichte.html?L=2>> Zugriff 19.12.2012, ergänzt durch Angaben des SBF, 2 = Angaben des SBF ergänzt durch Angaben der ch Stiftung bezüglich der Begleitmassnahmen, 3 = Angaben der ch Stiftung vom 10. und 11. Dezember 2012.

Legende: Bei den Zahlen 2010 handelt es sich um effektiv durchgeführte Mobilitätsaktivitäten, bei jenen der Jahre 2011 und 2012 sind es vertraglich vereinbarte Mobilitätsaktivitäten.

Bei der Interpretation der Daten ist zu beachten, dass es sich bei den Angaben 2011 und 2012 nicht um effektive, sondern um in Aussicht genommene Mobilitätszahlen

²⁸ Die Grundlage für diese Berechnung bildet die Liste der Vertragspartner, welche von der ch Stiftung für die Online-Befragung zur Verfügung gestellt wurde (Stand Ende August 2012). Dabei wurden Vertragspartner aus den Kantonen Genf, Waadt, Neuenburg und Jura zur französischsprachigen Schweiz und Vertragspartner aus dem Tessin zur italienischsprachigen Schweiz gezählt. Bei den zweisprachigen Kantonen Bern, Freiburg, Wallis und Graubünden erfolgte die Zuordnung aufgrund des Namens oder des Orts der Institution.

handelt. Die Angaben stammen aus den Verträgen, welche die ch Stiftung mit verschiedenen Institutionen abgeschlossen hat. Die Tabelle zeigt, dass die Zahl der Teilnehmenden seit der Vollbeteiligung der Schweiz an den Programmen LLP und YiA 2011 stark erhöht werden konnte. Zwischen 2011 und 2012 hat sich der Aufwärtstrend gemäss den bei Abschluss der Evaluation verfügbaren Zahlen nicht mehr fortgesetzt.

Leider konnte die ch Stiftung keine Daten zur Verfügung stellen, welche eine Beurteilung der Entwicklung zwischen 2011 und 2012 differenziert nach den einzelnen Subprogrammen und Aktionen zulassen würde. Aufgrund der Angaben zum Jahr 2011 lässt sich aber festhalten, dass rund

- 65 Prozent der Mobilitätsaktivitäten den Hochschulbereich,
- 19 Prozent der Mobilitätsaktivitäten den Jugendaustausch im Rahmen von YiA,
- 5 Prozent der Mobilitätsaktivitäten den Berufsbildungsbereich,
- 5 Prozent der Mobilitätsaktivitäten die Volks- und Mittelschulstufe und
- 7 Prozent der Mobilitätsaktivitäten die Erwachsenenbildung betreffen.

3 Prozent der Mobilitätsaktivitäten des Jahres 2011 standen im Zusammenhang mit Ländern ausserhalb der EU. 2011 wurden 25 Projektanträge für Mobilitätsaktivitäten in Nicht-EU-Länder im Umfang von 0,4 Millionen Franken bewilligt. Dies entspricht einem Nicht-EU-Anteil von knapp 3 Prozent bezogen auf die Gesamtsumme aller Anträge.²⁹ Bis Mitte November 2012 wurden wiederum Projektanträge für Mobilitätsaktivitäten in Nicht-EU-Länder im Umfang von 0,4 Millionen Franken beantragt, was einem Anteil von 3,2 Prozent bezogen auf die Gesamtsumme aller Anträge entspricht.³⁰

²⁹ Vgl. Tabelle D 2.1.

³⁰ Vgl. Tabelle D 2.1.

Im Zentrum der vorliegenden Evaluation standen Fragen zur Umsetzung der EU-Programme LLP und YiA in der Schweiz durch die ch Stiftung und zu den bisherigen Wirkungen der zwei Programme in der Schweiz. In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Evaluation zusammengefasst und Empfehlungen für das weitere Vorgehen abgeleitet. Die Evaluationsresultate und die Empfehlungen sollen dem Bund als Grundlage für den Entscheid über eine mögliche Verlängerung des Vertrags mit der ch Stiftung dienen.

5.1 BEANTWORTUNG DER EVALUATIONSFRAGEN

Drei Gruppen von Evaluationsfragen wurden bearbeitet: Fragen zu Struktur und Prozessen der Umsetzung des Auftrags der SBF durch die ch Stiftung, Fragen zur Qualität der Dienstleistungen der ch Stiftung sowie Fragen zu den Wirkungen dieser Dienstleistungen bei den Vertragspartnern/-innen und bei den Kunden/-innen der ch Agentur. Nachfolgend gehen wir auf die drei Gruppen von Fragestellungen und die damit verbundenen Unterfragen ein.

5.1.1 FRAGEN ZU STRUKTUR UND PROZESSEN DER UMSETZUNG DER PROGRAMME

Die nachfolgende Beurteilung der Struktur und der Prozesse der Umsetzung der Programme LLP und YiA thematisiert vier Fragen.

Frage 1: Wie ist die Zusammenarbeit zwischen den relevanten schweizerischen Akteuren der europäischen Bildungsprogramme LLP und YiA zu beurteilen?

Grundsätzlich kann der Informationsfluss zwischen den Partnern der Umsetzung der Programme LLP und YiA (Steuerungsausschuss, Programmbeiräte, Delegierte EU-Komitees) und dem SBF als zweckmässig beurteilt werden. Alle befragten Expertinnen und Experten fühlen sich ausreichend informiert. Verschiedentlich wurde aber die Meinung vertreten, dass sich die ch Stiftung in der Aufbauphase zu stark auf interne Aspekte fokussiert hat und die Kontakte mit den Partnern vernachlässigt hat. Im Bereich des Programms YiA lief die Zusammenarbeit dennoch gut. Gewünscht werden eine frühere Information und mehr Mitsprache. Etlichen Mitgliedern der beiden Beiräte war die Aufgabe ihres Gremiums nicht ganz klar.

Folgende Probleme wurden in der Zusammenarbeit zwischen der ch Stiftung und den Akteuren aus dem Bereich der Berufsbildung, den Akteuren im Hochschulbereich sowie den Akteuren, welche in der Schweizerische Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren (EDK) zusammengeschlossen sind, konstatiert:

- Die Vertretenden der Hochschulen beklagen, dass die ch Stiftung vorhandenes Wissen über den Austausch von Studierenden und Dozierenden zu wenig berücksichtigt hat.

- Die Akteure, welche in der EDK zusammengeschlossen sind, sprachen von einer ungenügenden Sensibilität der Verantwortlichen der ch Stiftung gegenüber den Eigenheiten des schweizerischen Bildungssystems.
- Im Bereich der Berufsbildung wurde ebenfalls die mangelnde Sensibilität der ch Stiftung gegenüber den Eigenheiten und den Akteuren dieses Teils des Bildungssystems beklagt.

Frage 2: Werden die vom SBF der ch Stiftung zur Verfügung gestellten Mittel optimal zugeteilt und genutzt, um den Auftrag des SBF zu erfüllen?

Der ch Stiftung ist es gelungen, innerhalb verhältnismässig kurzer Zeit Informationsunterlagen zu entwickeln und Informationskanäle aufzubauen, welche zur Beteiligung an den zwei Bildungsprogrammen motivieren sollen. Weiter wurden Abwicklungsprozesse für eingehende Anträge definiert und implementiert sowie Personal eingestellt und eingearbeitet, welches Antragstellende beraten und Anträge qualifiziert beurteilen kann. Gleichzeitig galt es, die gesprochenen Mittel rasch den geeigneten Zielgruppen zukommen zu lassen und dabei die Budgetvorgaben der unterschiedlichen Programme und Aktivitäten zu berücksichtigen. Die Evaluation kommt zum Schluss, dass die ch Stiftung den Prozess des Aufbaus der ch Agentur gut bewältigt hat.

Dennoch werden, was die Verwendung der Mittel betrifft, Optimierungen bei der Ausschöpfungsquote und beim Anteil der Mittel, der für den Betrieb aufgewendet wird als notwendig erachtet:

- 2011 lag der Ausschöpfungsgrad der Mittel des Programms LLP bei rund 95 Prozent, jener von YiA bei 67 Prozent. Für 2012 zeichnet sich keine Zunahme der Ausschöpfungsquote ab. Vor diesem Hintergrund kritisieren Gesprächspartner/-innen, dass die ch Agentur erst vor kurzem begonnen habe, die Vernetzungsdienste und die Begleitmassnahmen zu intensivieren. Zudem wird bemängelt, dass die ch Agentur die Beiträge für die Mobilitätsteilnehmenden nur sehr zögerlich erhöht hat, obwohl diesbezüglich Spielraum bestehe.
- Kritisch zu beobachten ist der gegenwärtig im internationalen Vergleich sehr hohe Anteil der Mittel, den die ch Stiftung für die Promotion, die Abwicklung und die Auswertung der Projekte aufwendet. Der Betriebskostenanteil lag beim Programm LLP 2011 bei rund 20 Prozent und beim Programm YiA bei 48 Prozent. Im europäischen Durchschnitt liegt der entsprechende Anteil beim Programm LLP bei 7 bis 8 Prozent, beim Programm YiA bei rund 12 Prozent. Ein Teil der Kosten in der Schweiz steht sicher im Zusammenhang mit der noch nicht ganz abgeschlossenen Aufbauarbeit, den vergleichsweise hohen Arbeitskosten in der Schweiz, der Mehrsprachigkeit und der komplexen Struktur des schweizerischen Bildungssystems. Dennoch ist unbestritten, dass der Betriebskostenanteil beider Programme in den nächsten Jahren deutlich sinken muss.

Frage 3: Geht die ch Agentur wirksam auf die Anliegen des SBF und der Partner der Umsetzung der Programme LLP und YiA ein?

Die Europäische Union macht den an den Bildungs- und Jugendprogrammen beteiligten Staaten relativ enge Vorgaben betreffend die Struktur und die Prozesse der Umsetzung. Die ch Stiftung hat die notwendigen Strukturen und Prozesse in den letzten Jahren zur vollen Zufriedenheit der Inspektoren der EU aufgebaut. Richtungsweisend ist sicherlich der Umstand, dass die Programme LLP und YiA gemeinsam in einer Organisation umgesetzt werden, wie dies die EU in Zukunft von allen Staaten verlangen wird. Allerdings gibt es zwei kritische Aspekte, welche die Leistungsfähigkeit der ch Agentur in der Aufbauphase behindert haben: Einerseits bestanden personelle und technische Probleme, welche auch die Kooperation mit den Partnern belastet haben. Andererseits hat sich vermutlich die Tatsache ungünstig ausgewirkt, dass die Akteure der ch Stiftung, welche für den internationalen Austausch verantwortlich waren, relativ autonom von jenen agierten, welche die Promotion des nationalen Austausches vorantrieben. Dadurch wurden Zielgruppen, wie zum Beispiel Schulen, mehrfach und zum Teil unkoordiniert von Vertretenden der ch Stiftung angesprochen. Dies hat zu Irritationen geführt.

In Bezug auf die Frage, ob die ch Agentur in ausreichendem Masse auf die Anliegen des SBF und der Partner einging, haben sich die Partner kritisch geäußert. Die gewünschten Informationen würden zwar in der Regel geliefert, aber oft nur auf Anfrage hin. Verschiedentlich wurde die fehlende Dienstleistungsorientierung der ch Agentur gegenüber den Partnern moniert.

Frage 4: Wie sind die Steuerungsinstrumente des SBF gegenüber der ch Stiftung zu beurteilen?

Generell ist der Eindruck entstanden, dass sich die Steuerung des Mandats durch das SBF mittels jährlicher Ziele und quantitativer Indikatoren als geeignet erwiesen hat. Es wurden jedoch verschiedene Hinweise zur Optimierung des Zielsystems formuliert: Erstens wurde vorgeschlagen, dass die Steigerung der Nachfrage nach Mobilitätsaktivitäten bei den Indikatoren mehr Gewicht erhalten soll. Zweitens sollen Indikatoren entwickelt werden, die die Zufriedenheit der Partner wiedergeben, mit welchen die ch Stiftung bei der Umsetzung der Programme LLP und YiA kooperiert (Berufsbildung, Kantone usw.). Drittens wurde angeregt, auch Wirkungsziele zu formulieren, welche sich auf die zentralen Aktionen der EU beziehen, welche die ch Stiftung im Rahmen der Begleitmassnahmen unterstützt.

Verschiedentlich wurde auch darauf hingewiesen, dass die eigentliche Steuerung des Auftrags durch das SBF nur zum Teil über Indikatoren erfolgen kann. Mindestens ebenso wichtig ist ein gemeinsames Auftragsverständnis von SBF und ch Stiftung sowie ein gutes Kooperationsklima. Es wurde angeregt, dass das SBF zur Führung des Mandats klarere strategische Vorgaben entwickeln soll.

5.1.2 FRAGEN ZU DEN LEISTUNGEN DER CH AGENTUR

Die zweite Gruppe von Evaluationsfragen befasst sich mit den Dienstleistungen, welche die ch Agentur für ihre Zielgruppen, das heisst insbesondere für Primar- und Sekundar-

schulen, für Gymnasien und Hochschulen, für Berufsschulen oder für Verbände, Vereine und andere Organisationen, die in der Jugendarbeit tätig sind, bereitstellt.

Frage 5: Hat der Umfang der Information über den internationalen Austausch gegenüber 2010 zugenommen?

Aus den verfügbaren Jahresberichten lässt sich ablesen, dass der Umfang der Information über den internationalen Austausch und die Programme LLP und YiA zwischen 2011 und 2012 deutlich zugenommen hat. Erwähnenswert sind insbesondere die Zunahme des Zugriffs auf die Webseite www.ch-go.ch sowie das starke Wachstum der telefonischen Kontakte. Beides deutet auf eine verstärkte Informations- und Beratungsaktivität der ch Agentur hin. Die Evaluation zeigt auf, dass die Informationsinstrumente verstärkt von den Zielgruppen wahrgenommen werden.

Frage 6: Sind die Projektergebnisse drei Monate nach Projektabschluss öffentlich zugänglich?

Die nationalen Agenturen haben gemäss Vorgaben der EU die Aufgabe, die Projektergebnisse der Programme LLP und YiA zu identifizieren, zu bewerten und einem möglichst breiten Kreis von Interessierten zugänglich zu machen. Da die meisten Projekte zum Zeitpunkt der Befragung noch am Laufen waren, waren Ende November 2012 erst sieben Projektbeispiele auf der Webseite www.ch-go.ch sowie auf Facebook und Twitter publiziert worden. Verschiedene Gesprächspartner/-innen haben betont, dass die Verfügbarkeit von konkreten und guten Beispielen sehr wichtig sei, um die verschiedenen Zielgruppen, zum Beispiel Lehrbetriebe in der Berufsbildung oder Gymnasien, für eine Zusammenarbeit zu motivieren.

5.1.3 FRAGEN ZU BEKANNTHEIT UND WIRKUNGEN BEI VERTRAGSPARTNERN SOWIE KUNDINNEN UND KUNDEN

Bei der dritten Gruppe von Evaluationsfragen stehen die Bekanntheit der Programme LLP und YiA bei den Vertragspartnern/-innen und bei den Kunden/-innen der ch Agentur im Zentrum des Interesses. Zudem wird ein Blick auf die Wirkungen der beiden Programme geworfen, gemessen an Verträgen mit Projektpartnern und am internationalen Austausch von Personen.

Frage 7: Sind die Informations- und Beratungsangebote der beiden Programme bei den Vertragspartnern/-innen und den Kunden/-innen der ch Agentur in den drei Sprachregionen bekannt?

Die Befragung macht deutlich, dass die Informations- und Beratungsangebote der beiden Programme *bei den Vertragspartnern/-innen* der ch Agentur in den drei Sprachregionen gut bekannt sind:

- Jeder Vertragspartner kennt mindestens ein Angebot. Das bekannteste Informationsangebot ist die Webseite www.ch-go.ch, mit einem Bekanntheitsgrad von 80 Prozent. Ebenfalls sehr bekannt sind die finanzielle Unterstützung, der Newsletter, die persönlichen, telefonischen oder elektronischen Beratungsangebote sowie

die durchgeführten Veranstaltungen. Am anderen Ende der Bekanntheitsskala befindet sich das Angebot der publizierten Projektergebnisse, welches nur 14 Prozent der Vertragspartner/-innen kennen.

- Die Bekanntheit der einzelnen Angebote bei den Vertragspartnern/-innen der beiden Programme unterscheidet sich nicht grundsätzlich. In der Regel sind die gleichen Angebote bei beiden Gruppen von Vertragspartnern/-innen öfter beziehungsweise weniger oft bekannt. Die Vertragspartner/-innen des Programms LLP sind im Allgemeinen weniger gut über die Angebote informiert als die YiA-Vertragspartner/-innen.
- Werden die Unterschiede zwischen den Regionen betrachtet, zeigt sich, dass Vertragspartner/-innen in der französischen Schweiz die Angebote tendenziell weniger gut kennen als Organisationen in der deutschen oder italienischen Schweiz. Auffällig sind die Unterschiede besonders im Hinblick auf die Bekanntheit des Newsletters, der finanziellen Beiträge sowie der Unterstützung bei der Formulierung von Projektanträgen.
- Nur 19 von 138 Vertragspartnern/-innen (7%) ist bekannt, dass die Projektergebnisse publiziert werden und nur 2 von 138 Vertragspartnern/-innen haben die publizierten Ergebnisse auch schon genutzt.

Bei den *Kunden/-innen* sind die Angebote deutlich weniger bekannt als bei den Vertragspartnern/-innen. Nur rund die Hälfte der Kunden/-innen gibt an, ein oder mehrere Informations- und Betreuungsangebote zu kennen:

- Die Kundinnen und Kunden kennen auch die einzelnen Angebote weniger gut als die Vertragspartner/-innen. Bekanntestes Angebot unter den Kunden/-innen sind die Newsletters. Ebenfalls gut eingeführt sind die Webseite und die Drucksachen. Wenig bekannt sind die Unterstützungsleistungen bei Projektanträgen, die finanzielle Unterstützung sowie die Beratung.
- Wird zwischen den Kunden/-innen aus den verschiedenen Sprachregionen verglichen, fällt auf, dass sich jene aus der Westschweiz und aus dem Tessin besser informiert zeigen als jene in der Deutschschweiz.
- Nur einer kleinen Minderheit von 7 Prozent der Kunden/-innen ist bekannt, dass Projektbeispiele auf der Webseite www.ch-go.ch publiziert werden.

Frage 8: Sind die Vertragspartner/-innen und die Kunden/-innen in den drei Landesteilen mit den Informationen zufrieden?

Die geforderten Zufriedenheitswerte von über 70 Prozent derjenigen Vertragspartner/-innen, welche mindestens ein Informationsangebot kennen und auch schon genutzt haben, werden bei nahezu allen Angeboten erreicht oder sogar deutlich übertroffen. Dasselbe gilt auch für die Kunden/-innen. Allerdings ist dort die Zufriedenheit etwas weniger hoch als bei den Vertragspartnern/-innen.

Die Vertragspartner/-innen wie auch die Kunden/-innen wurden gebeten, die Informations- und Unterstützungsangebote auf einer Skala von 0 (sehr schlecht) bis 10 (sehr

gut) generell zu beurteilen. Bei den Vertragspartnern/-innen lag der Mittelwert dieser Beurteilung bei 8,5 Punkten, bei den Kunden/-innen lag der Wert bei 7,6 Punkten. Diese Werte sind höher als diejenigen einer analogen Befragung von Kundinnen und Kunden des gesamtschweizerischen Informations- und Beratungsnetzwerks zur europäischen Forschung Euresearch. Werden die Unterschiede in der generellen Zufriedenheit zwischen den Vertragspartnern/-innen der Programme LLP und YiA betrachtet, so kann festgestellt werden, dass die Vertragspartner/-innen des Programms LLP mit den Informationsangeboten etwas zufriedener sind als die YiA-Vertragspartner/-innen.

Vergleicht man die Sprachregionen, so ergeben sich bei den Vertragspartnern/-innen identische Zufriedenheitswerte für die deutsch- und die italienischsprachige Schweiz. Die Antworten aus der französischsprachigen Schweiz ergeben einen leicht tieferen Durchschnittswert. Die Zufriedenheit der Kunden/-innen unterscheidet sich nicht zwischen den Sprachregionen.

Aus der Befragung der Vertragspartner/-innen lässt sich ein Aktionsportfolio erarbeiten, das Hinweise auf jene Dienstleistungen gibt, welche als eigentliche Stärken der ch Agentur zu pflegen und zu stärken sind, sowie jene Dienstleistungen hervorhebt, welche von den Befragten kritisch beurteilt werden. Eigentliche Stärken der ch Agentur sind Beratungsleistungen sowie die Unterstützungen bei den Projektanträgen. Das grösste Potenzial zur Verbesserung sehen die Vertragspartner/-innen bei den eigenen Veranstaltungen der ch Stiftung beziehungsweise der ch Agentur sowie bei der Webseite. Das Aktionsportfolio legt es nahe, bei diesen Angeboten Verbesserungen vorzusehen.

Frage 9: Wie ist die Entwicklung der Zahl der Verträge mit Organisationen zu beurteilen, die Mobilitätsaktivitäten anbieten?

Ein wichtiger Indikator für den Erfolg der Promotionsaktivitäten der ch Agentur ist die Entwicklung der eingereichten Anträge und der abgeschlossenen Verträge. 2011 wurden für das Programm LLP 352 Anträge und für das Programm Jugend in Aktion 51 Anträge für den EU-Raum eingereicht. 2012 gingen bis Ende November für das Programm LLP 335 und für YiA 48 Anträge ein. Werden die Anträge für Projekte in Nicht-EU-Staaten betrachtet, so waren es 2011 28 und 2012 (bis im November) 24 Anträge. Insgesamt sind daraus 2011 etwas weniger als 300 Verträge entstanden. Mehr als zwei Drittel davon betreffen das Programm LLP im EU-Raum. Verträge, welche Nicht-EU-Länder betreffen, sind selten (2011: 27; November 2012: 23). Rund 70 Prozent der Vertragspartner/-innen stammen aus der deutschsprachigen, 23 Prozent aus der französischsprachigen und 7 Prozent aus der italienischsprachigen Schweiz. Angesichts fehlender Zielvorgaben ist es nicht möglich, die Entwicklung der Zahl der Verträge zu beurteilen.

2011 wurden insgesamt rund 15 Millionen Franken an verschiedene Institutionen zur Unterstützung von Auslandsaufenthalten, zur Entwicklung von Partnerschaften oder für den Innovationstransfer ausbezahlt. Werden alleine die Mittel betrachtet, welche die Programmteilnahmen betreffen, so kann zwischen der indirekten Teilnahme an den Europäischen Bildungs- und Jugendprogrammen 2009/2010 und der direkten Teil-

nahme 2011 eine Verdoppelung von rund 7 Millionen Franken auf rund 13,7 Millionen Franken festgestellt werden.

Insgesamt konnten 2011 rund 91 Prozent der Programmfelder ausgeschöpft werden. Dabei lag der Ausschöpfungsgrad im Programm LLP bei 95 Prozent, im Programm YiA bei 67 Prozent. Bei Comenius konnten 2011 nur rund 40 Prozent, bei Grundtvig 60 Prozent der Mittel verpflichtet werden. Auch im Programm YiA erweist sich die Ausschöpfung als schwierig. Vor diesem Hintergrund kritisierten Gesprächspartner/-innen, dass insbesondere zwei ihrer Anliegen nur zögernd Gehör gefunden haben:

- Erstens ist mehrfach das Anliegen geäussert worden, die Vernetzungsdienste und die spezifischen Begleitmassnahmen zu intensivieren. Darauf hat die ch Stiftung nur zögerlich reagiert.
- Zweitens ist mit wenig Erfolg immer wieder angeregt worden, die Beiträge für die Mobilitätsteilnehmenden zu erhöhen.

Zum Zeitpunkt des Abschlusses des vorliegenden Evaluationsberichts war noch nicht klar, wie sich die Ausschöpfung bis Ende 2012 entwickeln wird. Es zeichnet sich aber nicht ab, dass die Zahl der förderwürdigen Anträge die zur Verfügung stehenden Mittel 2012 übertreffen wird.

Frage 10: Wie gross ist die Zahl Mobilitätsteilnehmenden über alle Programme hinweg?

Die Bildungs- und Jugendprogramme zielen darauf ab, die Mobilität zwischen der Schweiz und Europa und darüber hinaus zu fördern. 2011 haben rund 6'500 Jugendliche und Erwachsene im Kontext des Programms LLP oder YiA einen Auslandsaufenthalt durchgeführt. Diesbezüglich zeigen die verfügbaren Zahlen ein starkes Wachstum zwischen 2010 – dem letzten Jahr der indirekten Beteiligung der Schweiz an diesen Programmen – und 2011 – dem ersten Jahr der direkten Beteiligung. 2012 wird die Zahl der Mobilitätsaktivitäten aufgrund der bei Abschluss der Evaluation verfügbaren Zahlen vermutlich nicht mehr stark zunehmen. Die Angaben zum Jahr 2011 zeigen, dass rund 65 Prozent der Mobilitätsaktivitäten den Hochschulbereich, 19 Prozent der Mobilitätsaktivitäten den Jugendaustausch im Rahmen von YiA, 5 Prozent der Mobilitätsaktivitäten den Berufsbildungsbereich, 5 Prozent der Mobilitätsaktivitäten die Volks- und Mittelschulstufe und 7 Prozent der Mobilitätsaktivitäten die Erwachsenenbildung betreffen.

3 Prozent der Mobilitätsaktivitäten des Jahres 2011 standen im Zusammenhang mit Ländern ausserhalb der EU. Im ersten Halbjahr 2012 wurden 21 Projektanträge für Mobilitätsaktivitäten in Nicht-EU-Länder im Umfang von 0,4 Millionen Franken bewilligt, was einem Anteil 3,2 Prozent bezogen auf die Gesamtsumme aller Anträge entspricht.

5.2 EMPFEHLUNGEN

Die Evaluationsergebnisse führen uns zu folgenden Empfehlungen.

Empfehlung 1: Leistungsvertrag mit der ch Stiftung weiterführen

Der ch Stiftung ist es gelungen, die Zahl der Mobilitätsaktivitäten von 3'100 Jugendlichen und Erwachsenen 2010 – dem letzten Jahr der indirekten Beteiligung der Schweiz an diesen Programmen – auf 6'500 im Jahr 2011 mehr als zu verdoppeln. Die Befragung der Vertragspartner/-innen und der Kunden/-innen weist auf eine sehr hohe Zufriedenheit dieser Zielgruppen mit den Dienstleistungen der ch Agentur hin. Die Rückmeldungen der Verantwortlichen der Europäischen Union bezüglich der Umsetzung der Programme durch die ch Stiftung sind positiv. Vor diesem Hintergrund empfehlen wir, die ch Stiftung – unter Berücksichtigung der nachfolgenden Empfehlungen – weiterhin mit der Umsetzung der Bildungsprogramme in der Schweiz zu beauftragen.

Empfehlung 2: Struktur und Aufgaben der Programmbeiräte revidieren

Im Bildungs- und Berufsbildungsbereich ist die Akzeptanz der ch Stiftung und ihrer Aktivitäten noch gering. Die Rolle der Programmbeiräte ist etlichen Beteiligten unklar, die Funktionsfähigkeit des Programmbeirats LLP ist gegenwärtig nur teilweise gewährleistet. Wir empfehlen, dass das SBF gemeinsam mit den relevanten Partnern eine geeignete Begleitstruktur entwickelt und umsetzt. Denkbar wäre die Einrichtung von Subgremien analog zur Referenzgruppe Erasmus, um (operative) Geschäfte und Anträge zuhanden des Steuerungsausschusses vorzubereiten. Auf diese Weise könnte es auch gelingen, die Programmbeiräte stärker in die Entscheidungsfindung einzubeziehen und diese nicht mehr nur über die Entscheidungen zu informieren.

Empfehlung 3: Kooperation der ch Stiftung mit den nationalen Partnern optimieren

Wichtige Partner stellen die Kompetenz der ch Stiftung zur Umsetzung der Programme LLP und YiA in der Schweiz aufgrund ihrer bisherigen Erfahrungen infrage. Die Vorbehalte sind zum Teil sehr grundsätzlicher Art und müssen bei der Weiterentwicklung des Mandats des SBF an die ch Stiftung berücksichtigt werden. Es ist wichtig, dass die ch Stiftung in Zukunft enger mit ihren Partnern zusammenarbeitet und auf die spezifischen Eigenheiten der verschiedenen Handlungsfelder eingeht. Dabei muss sie ihre Rolle als Dienstleisterin in europäischen Mobilitätsfragen bewusst wahrnehmen. So sollte zum Beispiel rascher und gezielter auf die Informationsbedürfnisse der Partner, zum Beispiel bezüglich differenzierter Daten zu Verträgen und Mobilitätsaktivitäten eingegangen werden. Weiter gehört dazu auch die Intensivierung der Zusammenarbeit mit der Vertretung in Brüssel.

Empfehlung 4: Dienstleistungen der ch Stiftung zugunsten der Kunden/-innen der ch Agentur optimieren

Die Vertragspartner/-innen haben in der Befragung klare Vorstellungen geäußert, wie die Informations- und Beratungsangebote verbessert werden können. Wir empfehlen,

das Dienstleistungsangebot der ch Stiftung im Bereich der ch Agentur entlang dieser Bedürfnisse weiterzuentwickeln:

- Die Verfahren sollen vereinfacht und die Zuschüsse erhöht werden, soweit dies die EU zulässt. Die ch Stiftung sollte Leitfäden entwickeln, um die Arbeit der Antragstellenden zu erleichtern.
- Die Verständlichkeit und die Vollständigkeit der Informationen sollen optimiert werden. Weiter sollen korrekt ausgefüllte Formulare sowie Beschreibungen von gut durchgeführten Projekten bereitgestellt werden. Auch soll dafür gesorgt werden, dass Institutionen, welche wenig Erfahrung im Ausfüllen von Formularen haben, weiterhin gezielt individuell unterstützt werden können.
- Die Webseite soll überarbeitet werden, um den Zugang der Zielgruppe zu den relevanten Informationen zu erleichtern.

Empfehlung 5: Personen, welche an der internationalen Mobilität interessiert sind, vermehrt direkt durch ch Agentur ansprechen

Die ch Stiftung hat vom SBF zwar einen umfassenden Informations- und Promotionsauftrag für die Programme LLP und YiA erhalten. Die Zielgruppen sind Institutionen wie Primar- und Sekundarschulen, Gymnasien und Hochschulen, Berufsschulen oder Verbände, Vereine und andere Organisationen, die in der Jugendarbeit tätig sind. Diese Institutionen sollen Schülerinnen und Schüler, Studierende, Jugendliche und Erwachsene zur Wahrnehmung der Chancen eines internationalen Austausches motivieren und sie dabei auch unterstützen. Nicht bei allen Zielgruppen der ch Agentur hat die Förderung des internationalen Austausches hohe Priorität. Aus diesem Grund schlagen wir vor, dass vermehrt Schülerinnen und Schüler, Studierende, Jugendliche und Erwachsene direkt über die Möglichkeiten der Programme informiert werden. Im Idealfall werden diese ihre Organisationen dann auf die Chancen, welche die Programme LLP und YiA bieten, ansprechen und so zur Verbreitung der Mobilitätsaktivitäten beitragen.³¹

Empfehlung 6: Einflussnahme des SBF in strategischen Fragen betreffend die Umsetzung des Mandats verstärken

Aus der Sicht verschiedener Akteure ist die Einflussnahme des SBF auf die Umsetzung der Programme LLP und YiA gegenwärtig nicht optimal. Wir empfehlen dem SBF diesbezüglich Optimierungen entlang folgender Überlegungen:

- Erstens soll das SBF zusammen mit dem Steuerungsausschuss strategische Vorgaben entwickeln, etwa bezüglich Schwerpunktsetzung in einzelnen Subprogrammen und Aktionen. Empfohlen wird, dass das SBF und seine Partner die Entwicklung der Mobilität im Bereich der Programme LLP und YiA stärker als bisher gestalten.

³¹ Die ch Stiftung äussert sich zu dieser Empfehlung wie folgt: „Die Umsetzung dieser Empfehlung wäre sehr zeit- und ressourcenintensiv. Zudem besteht die Gefahr, die Ansprechpartner zu enttäuschen, wenn diese realisieren, dass sie nicht direkt Anträge einreichen, sondern nur auf dem Weg über ihre Bildungsinstitution an den Programmen teilnehmen können. Die Hoffnung, der dadurch entstehende Druck auf diese Institutionen werde zu einer Zunahme der Anträge führen, hält die ch Stiftung für wenig aussichtsreich.“ (E-Mail vom 27. März 2013).

tend prägt. Dies beinhaltet beispielsweise Überlegungen dazu, was die Internationalisierung der Bildung für die einzelnen Bildungsstufen bedeutet.

- Zweitens sollen die Kontakte zwischen SBF und ch Stiftung intensiviert werden, um das vertrauensvolle Arbeitsverhältnis zu stärken.
- Drittens sollen die Zielindikatoren weiterentwickelt werden. Die Prüfung der Steigerung der Nachfrage soll dabei mehr Gewicht erhalten. Zudem sollte die Intensität der Zusammenarbeit mit den Partnern der Umsetzung der Programme LLP und YiA sowie deren Zufriedenheit mit der Kooperation einbezogen werden.

ANHANG

A I BEFRAGTE EXPERTINNEN UND EXPERTEN

Mit folgenden Expertinnen und Experten haben zwischen März und Juli 2012 Gespräche stattgefunden. Die Gespräche wurden persönlich oder telefonisch auf der Basis von Gesprächsleitfäden geführt.

Person	Institution
Ambühl Hans, Generalsekretär	Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren
Arber Daniel, Leiter Dienste ch Agentur	ch Stiftung
Bohmert David, Head of Office	Swisscore
Buol Martina, Leiterin ch Agentur	ch Stiftung
Burgener Paul, Jugenddelegierter, Kantonale Dienststelle für die Jugend Wallis	Konferenz der kantonalen Beauftragten für Kinder- und Jugendförderung
Charmey Fanny, Leiterin Internationales	Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der Jugendverbände
Dr. Dell'Ambrogio Mauro, Staatssekretär	Staatssekretariat für Bildung und Forschung
Ganz Bettina, Leiterin International Office	Zürcher Hochschule der Künste
Hofmann Tina, Projektverantwortliche Kinder- und Jugendförderung	Bundesamt für Sozialversicherungen
Jäckle Julien, Programmleiter Jugend in Aktion	ch Stiftung
Lagger Gaétan, Wissenschaftlicher Berater EU-Bildungs- und Jugendprogramme	Staatssekretariat für Bildung und Forschung
Langenberger Muriel, Leiterin Bereich Kinder- und Jugendfragen	Bundesamt für Sozialversicherungen
Dr. Maissen Sandra, Geschäftsführerin und Generalsekretärin	ch Stiftung und Konferenz der Kantonsregierungen
Mitteregger Silvia, Leiterin ch Austausch	ch Stiftung
Ninck Theo, Vorsteher	Mittelschul- und Berufsbildungsamt des Kantons Bern
Nupponen Mikko, Leiter	Finnische Nationalagentur
Rieder Barbara, Projektverantwortliche europäische Zusammenarbeit	Bundesamt für Berufsbildung und Technologie
Dr. Schwarz Franziska, Vize-Direktorin, Leiterin Leistungsbereich Internationale Beziehungen	Bundesamt für Berufsbildung und Technologie
Dr. Steffen Gerber, Therese, Bereichsleiterin Bildung	Staatssekretariat für Bildung und Forschung
Summermatter Heinrich, Projektpartner	Netzwerk Berufsbildung der Arbeitnehmenden – Bildungsgewerkschaften

A2 LITERATUR UND QUELLEN

- Balthasar, Andreas; Walker, David; Edler, Jakob (2010): Evaluation Euresearch. Bericht zuhanden des Staatssekretariats für Bildung und Forschung SBF, Luzern.
- ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit (2012a): Bereich ch Agentur „Umsetzung EU-Bildungs- und Jugendprogramme“, Begleitmassnahmen 2012, vom 30. April 2012, Solothurn.
- ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit (2012b): Halbjahresbericht 2012 der ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit über die Umsetzung der Programme „Lebenslanges Lernen“ und „Jugend in Aktion“, 13. Juli 2012, Solothurn.
- ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit (2012c): Informationen ch Stiftung, PowerPoint-Präsentation vor dem Steuerungsausschuss, Mai 2012, Solothurn.
- ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit (2012d): Jahresbericht 2011 der ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit über die Umsetzung der Programme „Lebenslanges Lernen“ und „Jugend in Aktion“, 28. Februar 2012, Solothurn.
- ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit, (2012e): Kommunikationsstrategie 2011-2013, Version 1.15 vom 18.01.2012, Solothurn.
- ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit (2012f): Konzept zur Verbreitung von Projektergebnissen, Entwurf vom 6. März 2012, Solothurn.
- ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit (2012g): Medienmitteilung vom 16. Juli 2012, Solothurn.
- ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit (2012h): Personalbestand Bereich ch Agentur, vom 30. Mai 2012, Solothurn.
- ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit (2012i): Umsetzung LLP & YiA, PowerPoint-Präsentation vor dem Steuerungsausschuss, Dezember 2012, Solothurn.
- ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit (2012j): Verrechnung der Gemeinkosten ch Stiftung, Solothurn.
- ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit (2012k): Yearly National Agency Report to the European Commission for Lifelong Learning Policies and Programmes, 23. April 2012, Solothurn.
- ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit (2012l): Yearly National Agency Report to the European Commission for Youth in Action, 13. März 2012, Solothurn.
- ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit (2011a): Halbjahresbericht 2011 der ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit über die Umsetzung der Programme „Lebenslanges Lernen“ und „Jugend in Aktion“, 8. Juli 2011, Solothurn.
- ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit (2011b): Medienmitteilung vom 11. Juli 2011, Solothurn.
- Ecorys (2011): Youth in Action. Interim Evaluation. Final Report to the European Commission, Brussels.

- Europäisches Parlament (2006): Beschluss Nr. 1720/2006/EG des europäischen Parlaments und des Rates vom 15. November 2006 über ein Aktionsprogramm im Bereich des lebenslangen Lernens, Brüssel.
- European Commission (2009): Lifelong learning programme interim evaluation. Annex of the Guidelines for the national reports on the LLP implementation 2007–2009, Brussels.
- Public Policy and Management Institute (2011): Interim Evaluation of the Lifelong Learning Programme (2007–2013). Final Report. European Commission, Brussels.
- Res Publica Consulting (2011): Mobilisierung Berufsbildung. Massnahmen zu Leonardo da Vinci. Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit, Bern.
- Research voor Beleid (2010): Interim Evaluation LLP in the Netherland, Zetermeer.
- SBF Staatssekretariat für Bildung und Forschung (2010a): Leistungsvereinbarung 2010–2013 zwischen der Schweizerischen Eidgenossenschaft und der ch Stiftung für eidgenössische Zusammenarbeit, vom 30. April 2010, Bern.
- SBF Staatssekretariat für Bildung und Forschung (2010b): Reglement des nationalen Programmbeirats „Lebenslanges Lernen“, vom 20. September 2010, Bern.
- SBF Staatssekretariat für Bildung und Forschung (2010c): Reglement des nationalen Steuerungsausschusses (StA) für die Umsetzung der EU-Programme „Lebenslanges Lernen“ und „Jugend in Aktion“ in der Schweiz, vom 20. September 2010, Bern.
- Schweizerische Bundesversammlung (2010): Abkommen zwischen der Schweizerischen Eidgenossenschaft und der Europäischen Union zur Festlegung der Voraussetzungen und Bedingungen für die Beteiligung der Schweizerischen Eidgenossenschaft am Programm „Jugend in Aktion“ und am Aktionsprogramm im Bereich des lebenslangen Lernens (2007–2013), Stand am 1. März 2011, Bern.
- Schweizerischer Bundesrat (2009): Botschaft betreffend die Bundesbeschlüsse zur Genehmigung des Abkommens über die Teilnahme der Schweiz am EU-Programm „Jugend in Aktion“ und am EU-Aktionsprogramm im Bereich des lebenslangen Lernens (2007–2013) sowie zur Finanzierung der Teilnahme (2011–2013) vom 2. September 2009, Bern.

IMPRESSUM

INTERFACE

Politikstudien Forschung Beratung
Seidenhofstr. 12
CH-6003 Luzern
Tel +41 (0)41 226 04 26
www.interface-politikstudien.ch

PROJEKTPREFERENZ

Luzern, 19. April 2013
Projektnummer: P12-10

ISBN: 978-3-03825-005-0