



SCHWEIZERISCHES INSTITUT FÜR BERUFSPÄDAGOGIK **SIBP**

INSTITUT SUISSE DE PÉDAGOGIE POUR LA FORMATION PROFESSIONNELLE **ISPFP**

ISTITUTO SVIZZERO DI PEDAGOGIA PER LA FORMAZIONE PROFESSIONALE **ISPFP**

Schlussbericht Evaluation „Weiterbildung in Mobilitätsberatung“

Dr. Kurt Häfeli

Leiter Forschung & Entwicklung, SIBP Zollikofen

Zollikofen, 11. November 2000

Inhalt

1. Zusammenfassung
 2. Ausgangslage und Fragestellungen
 3. Methoden
 4. Ergebnisse der 1. Phase (1. Kurs, kurzfristige Wirkungen)
 5. Ergebnisse der 2. Phase (2. Kurs, längerfristige Wirkungen)
 - 5.1 Organisation und kurzfristige Wirkungen zweiter Kurs
 - 5.2 Ergebnisse der laufenden Qualitätskontrolle
 - 5.3 Längerfristige Wirkungen
 6. Synthese
 7. Empfehlungen
- Anhang: Auswertung der Nachbefragung Juni 2000: Kurs WWF-Mobilitätsberatung 1999

1. Zusammenfassung

Auf der Grundlage der durchgeführten externen Evaluation können folgende Empfehlungen für die zweite Phase des Weiterbildungsangebots (Herbst 2000 bis 2002) formuliert werden:

1. Ein erster Kurs „Mobilitätsberatung“ mit den beiden Modulen „Mobilität“ sowie „Kommunikation und Beratung konnte von August bis November 1999 mit 21 Teilnehmenden **erfolgreich durchgeführt** werden. Die Resultate der internen und externen Evaluation zeigten mehrheitlich positive Rückmeldungen, wenn auch gewisse Kurselemente bemängelt wurden. Aufgrund dieser Kritik wurden Modifikationen für die 2. Kursdurchführung vorgenommen (v.a. Entflechtung der beiden Module, Steigerung des Anwendernutzens). Der 2. Kurs startete mit 20 Teilnehmenden im August 2000 und läuft bis Dezember 2000.
2. Der Kurs sollte bis auf weiteres **im bisherigen Umfang finanziell** vom Bundesamt für Energie **unterstützt** werden. Es liegen genügend Hinweise vor, dass mit dem Kurs das Ziel der nachhaltigen Mobilitätsberatung massgeblich gefördert wird. Zielsetzung und Anliegen des Kurses entsprechen offensichtlich einem Bedürfnis (mindestens in der Deutschschweiz). Kurz- und mittelfristig braucht es dazu spezielle Fördermassnahmen, da das soziopolitische Umfeld und der gesellschaftliche „Zeitgeist“ einem nachhaltigen Mobilitätsverhalten nicht unbedingt entsprechen. Deshalb sind erhebliche PR- und Marketinganstrengungen von Seiten des Veranstalters notwendig, um die Idee und den Kurs zu verbreiten. Zudem sollten Einstiegsveranstaltungen für spezifische Zielgruppen gezielt gefördert werden (siehe auch Punkt 3).
3. Das aufgrund der 1. Durchführung leicht modifizierte **Weiterbildungskonzept** mit den beiden Modulen sollte **beibehalten** werden. Der Praxisbezug (insbesondere mit einer Fallstudie aus dem eigenen Arbeitsumfeld) sollte unbedingt erhalten bleiben. Der zeitliche Umfang liegt an der oberen Grenze und sollte eher reduziert werden.
4. Eine **Differenzierung des Angebots** sollte geprüft werden (vgl. auch Kapitel 6):
 - Kurze, halb- bis ganztägige Informationsveranstaltungen (Ziel: niedrige Schwellenangebote, „Appetizers“) für spezifische Zielgruppen (z.B. Sport- und Grossveranstalter, Tourismus, Energiestädte)
 - Firmenspezifische Angebote für grössere Unternehmungen (Ziel: adressatenspezifische Anwendung)
5. Die bisherige **Trägerschaft** stützt sich auf Umweltverbände und ÖV-Verbände. Sie sollte in der nächsten Phase in Richtung **weiterer Zielgruppen** (Tourismus- und Sportverbände) ausgeweitet werden. Anzustreben ist ein eigentlicher **Ausbildungsverbund** mit gegenseitiger Anerkennung weiterer Aus- und Weiterbildungsmodule.

2. Ausgangslage und Fragestellungen

Mobilität sollte in Zukunft vermehrt durch die optimale Kombination von Fortbewegungsmöglichkeiten geschehen. Mit der kombinierten Mobilität eröffnet sich für einen grossen Kreis von Personen ein weites Handlungsfeld. Ihnen bietet die Bildungsstelle WWF einen berufsbegleitenden Weiterbildungskurs „Mobilitätsberatung“ an. Es ist geplant, während einer vier Jahre dauernden Pilotphase pro Jahr 25 MobilitätsberaterInnen auszubilden. Der Kurs unterstützt die Kampagnearbeiten von Bund und Kantonen im Bereich der Luftreinhaltung sowie die Aktivitäten von Energie 2000.

Gemäss dem vorgelegten Evaluationskonzept vom 7. Mai 1999 und dem Pflichtenheft Evaluation des Bundesamtes für Energie vom 8. April 1999 werden folgende Ziele angestrebt: Generell geht es darum, für die Bildungsstelle WWF ein Qualitätsentwicklungskonzept zu erarbeiten und umzusetzen, wobei dies insbesondere im deutsch- und französischsprachigen Kurs „Mobilitätsberatung“ angewendet werden soll. Die Evaluation besteht dabei aus zwei Teilen:

1. Einerseits sollen die **Kursdurchführung sowie die kurzfristigen Wirkungen** (z.B. Teilnehmerzufriedenheit, unmittelbarer Anwendungsnutzen) im Rahmen der laufenden internen Qualitätskontrolle und Evaluation beobachtet werden. Dazu sollen die bereits bestehenden Evaluationsaktivitäten unterstützt, koordiniert und weiterentwickelt werden.
2. Andererseits sollen die **Fragen des Nutzens der Ausbildung sowie der Akzeptanz des Angebots auf dem Markt** durch eine unabhängige Evaluation geklärt werden. Hier stehen die längerfristigen Wirkungen im Zentrum. Dabei geht es nicht zuletzt darum abzuklären, ob sich der Einsatz öffentlicher Mittel für diese Aufgabe rechtfertigt.

Die Evaluation soll begleitend angelegt sein und sich über den Zeitraum zwischen Mai 1999 und September 2000 erstrecken. Vorgesehen sind ein Zwischenbericht Ende 1999 und ein Schlussbericht im September 2000.

Die Studienleitung „Mobilitätsberatung“ hat einen ersten Bericht „interne Evaluation“ am 16. Dezember 1999² vorgelegt. Der Zwischenbericht der externen Evaluation wurde Ende Dezember 1999³ fertiggestellt.

Der vorliegende Schlussbericht umfasst folgende Teile:

In einem ersten Ergebniskapitel (Kapitel 4) wird der Zwischenbericht (1. Kursdurchführung und kurzfristige Wirkungen) zusammengefasst.

Das zweite Ergebniskapitel (Kapitel 5) umfasst die Phase Januar bis August 2000 und berichtet über die 2. Kursdurchführung sowie längerfristige Wirkungen.

Im 6. Kapitel wird eine Gesamtbeurteilung abgegeben.

² Häberli, Verena & Vonarburg, Jérôme: Interne Evaluation „Weiterbildung in Mobilitätsberatung“, Pilotkurs 1999. Bern, 16. Dezember 1999.

³ Häfeli, Kurt: Zwischenbericht Evaluation „Weiterbildung in Mobilitätsberatung“. Zollikofen, 30. Dezember 1999.

3. Methoden

Grundlage des Berichts für eine **erste Phase von Juni bis Dezember 1999** bilden folgende Gespräche und Beobachtungen (dokumentiert im Zwischenbericht):

- Ganztägige Kursbesuche am 11. 6. In Bern und 27. 6. 1999 in Zug
- Journée Romande, 23. 9. 1999, Lausanne
- Schlusspräsentationen vom 5./6. 11. 1999
- Einzelinterviews mit 6 Teilnehmenden (Dezember 1999)
- Mehrere Gespräche mit der Studienleitung
- Gespräche mit dem Leiter WWF-Bildungsstelle
- Gespräche mit Dozierenden
- Beirat (Sitzung und Gespräche)

Zudem wurde von der Studienleitung (in Koordination mit der externen Evaluation) im November/Dezember 1999 eine ausführliche schriftliche Befragung aller Kursteilnehmenden durchgeführt (Rücklauf 18 von 21 Personen). Diese Ergebnisse fliessen ebenfalls in den Bericht ein.

In der **zweiten Phase von Januar bis August 2000** wurden folgende Gespräche und Befragungen durchgeführt:

- Einzelinterviews mit 6 KursabsolventInnen und 4 Vorgesetzten (Juni 2000)
- Schriftliche Nachbefragung bei den übrigen KursabsolventInnen (Juni 2000)
- Gespräche mit der Studienleitung
- Gespräche mit dem Leiter WWF-Bildungsstelle
- Beirat (2 Sitzungen)
- Workshop NFP 41: „Weiterbildung und nachhaltige Mobilität“ (Bern, 16. Juni 2000)
- Dokumentenanalyse

Alle sechs Einzelinterviews mit KursabsolventInnen konnten plangemäss durchgeführt werden. Sie fanden meist am Arbeitsplatz der Personen statt. Leider liess sich nur mit vier Vorgesetzten ein Gespräch führen. Die schriftliche Nachbefragung bei den übrigen 15 KursabsolventInnen wurde von 11 Personen beantwortet. Damit liegen von 17 der 21 ursprünglichen Teilnehmenden Antworten vor (Rücklauf 80%). Die zusammengefassten Ergebnisse der Nachbefragung finden sich im Anhang.

Schliesslich wurden folgende Dokumente berücksichtigt:

- Interne Evaluation „Weiterbildung in Mobilitätsberatung“, Pilotkurs 1999 (Verena Häberli & Jérôme Vonarburg, Dezember 1999)
- Dokumentation über Medien- und PR-Tätigkeiten für das WWF-Weiterbildungsangebot „Mobilitätsberatung“ (Monika Tschannen-Süess, August 1999)
- Pressemappe „Mobilitätsmanagement und Mobilitätsberatung“ (November 1999)
- Formation continue de conseil en mobilité, Rapport final (Phase I) (Dominique von der Mühl, Michel Flamm, Christophe Jemelin, Vincent Kaufman, EPFL Lausanne, Octobre 1999)
- Kursunterlagen aller Kurstage und Module (Tagungsprogramm, Tn-Unterlagen etc.)

4. Ergebnisse der 1. Phase (1. Kurs, kurzfristige Wirkungen)

Für die erste Phase wurde im Zwischenbericht vom Dezember 1999 (vgl. Fussnote 1) folgendes **Fazit** gezogen:

1. Organisation und Konzeption des Weiterbildungsangebots

- 1.1 Die bestehende Trägerschaft und das vorhandene Konzept scheinen geeignet, so dass auch weitere **Kurse in der Deutschschweiz** angeboten werden können. Der entsprechende Markt ist offenbar vorhanden.
- 1.2 Zur **Erweiterung der Teilnehmerschaft** müssen gezielte Anstrengungen unternommen werden (speziell Firmen und Grossveranstalter).
- 1.3 Die Durchführung eines parallelen Angebots in der **Suisse Romande** scheint kurzfristig nicht realisierbar. Zur Vorbereitung des Terrains könnten thematische Tagungen oder Seminare sinnvoll sein.

2. Marktbearbeitung und Kommunikation

- 2.2 Der Aufwand (spez. Direct Mailing) bei der **Informationstätigkeit** ist beizubehalten.
- 2.3 **Absolvierende** des Pilotkurses könnten gezielt als „Botschafter“ eingesetzt werden.
- 2.4 Der **Kursprospekt** muss angepasst werden (andere Träger stärker hervorheben, ganze Lernzeit angeben).
- 2.5 Eine kurze **telefonische Nachfrage** bei den Angemeldeten vor Kursbeginn könnte zur gegenseitigen Klärung der Erwartungen beitragen.

3. Didaktisch-methodische Qualität und Teilnehmerzufriedenheit

- 3.2 Das **Modul „Kommunikation und Beratung“** kann in Form und Inhalt beibehalten werden.
- 3.3 Hingegen sollte das **Modul „Mobilität“** überarbeitet werden: Anreicherung mit zusätzlichen Inhalten, Reduktion anderer Elemente (speziell Mobilitätswerkstatt und Fallstudie).
- 3.4 Die beiden Module sollten inhaltlich und von der zeitlichen Abfolge her **entflochten** werden, so dass sie tatsächlich problemlos einzeln besucht werden können.
- 3.5 Durch ein Erscheinungsbild, das sich noch stärker an Firmenkursen orientiert, könnte eine Steigerung der **Professionalität** erreicht werden.

3.6 Die Rolle der **Studienleitung** sollte überdacht werden: dezidiere Leitung, vermehrte inhaltliche Beiträge, intensivere Begleitung und Vernetzung.

4. Kurzfristige Wirkungen bei den Teilnehmenden und Bildungsökonomie.

4.2 Der Anwendernutzen könnte durch eine gezielte Ausrichtung der **Fallstudie** auf Themen des eigenen Arbeitsplatzes gesteigert werden. Dies bedingt wahrscheinlich eine Einzel- oder ev. Paararbeit (statt einer Arbeit in einer Gruppe).

4.3 Der erwartete **Zeitaufwand** muss einerseits vor Kursbeginn klar kommuniziert, andererseits wahrscheinlich auch reduziert werden.

4.4 Die **Kurskosten** sollten nochmals überprüft resp. besser kommuniziert werden.

4.5 Die **Bezeichnung „Mobilitätsberatung“** ist – mindestens für die Tätigkeiten der Pilotkurs-Tn – irreführend und sollte wahrscheinlich durch Begriffe wie „Mobilitätsmanagement“ oder „Mobilitätsplanung“ ersetzt werden.

5. Schlussfolgerungen

1. Der **Pilotkurs in der deutschen Schweiz** kam mit 21 Teilnehmenden zustande und konnte erfolgreich durchgeführt werden. Ernsthaftige Anfragen für einen zweiten Kurs liegen bereits vor. Dies heisst, dass die Zielsetzung und das Anliegen des Kurses offensichtlich einem Bedürfnis entsprechen.

2. Etwas anders sieht die Situation in der **französischen Schweiz** aus. Dort scheinen die Voraussetzung für das Gelingen eines doch relativ umfangreichen Kurses vorerst noch nicht gegeben zu sein. Es sollte eine Doppelstrategie verfolgt werden: Aufnahme von sprachkundigen Romands in den deutschsprachigen Kurs sowie Ausschreibung von kürzeren Angeboten (Tagungen, kürzere Seminare) spezifisch für die Suisse Romande.

3. Beim Pilotkurs sind inhaltliche und methodisch-didaktische **Anpassungen** notwendig, ohne dass das Kurskonzept grundsätzlich verändert werden müsste. Stichworte: Inhaltliche Ausweitung, Konzentration auf Management- und Planungsebene, Entflechtung der beiden Module, Erhöhung des Kursanteils bei gleichzeitiger Reduzierung der Fallstudie, Stärkung der Studienleitung.

4. Die bisherigen **Informations- und PR-Tätigkeiten** sollten beibehalten werden, speziell das „Direct-Mailing“. Gewisse Anpassungen sollten dagegen bei der Ausschreibung vorgenommen werden (inkl. Überprüfung der Bezeichnung „Mobilitätsberatung“).

5. Die bisher auf den Pilotkurs „Mobilitätsberatung“ beschränkten **Evaluationsaktivitäten** sollten in einer zweiten Phase auf die ganze Bildungsstelle WWF ausgedehnt werden.

5. Ergebnisse der 2. Phase (2. Kurs, längerfristige Wirkungen)

Im folgenden wird über die Phase von Januar bis August 2000 berichtet:

- 1 Organisation und kurzfristige Wirkungen zweiter Kurs
- 2 Ergebnisse der laufenden Qualitätskontrolle
- 3 Längerfristige Wirkungen

Jedes Ergebniskapitel wird mit den Fragen eingeleitet, welche im Evaluationskonzept gestellt wurden.

5.1 Organisation und kurzfristige Wirkungen zweiter Kurs

Gemäss Pflichtenheft sollten hier die im Zwischenbericht aufgeworfenen Fragen auch für den zweiten Kurs, der für Frühjahr 2000 in der Westschweiz geplant war, beantwortet werden.

Pilotkurs Suisse Romande

Für die französische Schweiz musste nach sorgfältigen Vorabklärungen geschlossen werden, dass der Markt für ein analoges Angebot offenbar noch nicht reif ist (vgl. Rapport final 1999⁴). Im erwähnten Bericht wird deshalb vorgeschlagen, vorläufig auf ein paralleles Angebot zu verzichten und statt dessen kürzere Tagungen oder Seminare zu bestimmten Themen zu organisieren. Zudem werden konzeptionelle Fragen und Fragen der Zusammenarbeit resp. Koordination mit anderen Angeboten (Post und SBB) aufgeworfen.

Zweiter Kurs Deutschschweiz

Hingegen wurde wie geplant ein zweiter Kurs für die Deutschschweiz ausgeschrieben und ab August 2000 durchgeführt. Dabei wurden aufgrund der Evaluation beim ersten Kurs eine Reihe von Änderungen vorgenommen (siehe Abschnitt 5.2).

Es wurde wiederum eine umfangreiche und breit angelegte Informations- und Marketingtätigkeit durchgeführt (unter Mithilfe des Beirats): Direct-Mailing, Fachzeitschriften, Tageszeitungen. Massiv verstärkt wurde die zielgruppenspezifische Nachfrage im Freizeitbereich: bei 35 Beauftragten von Sportverbänden wurde telefonisch nachgefasst.

Offenbar waren die Marketingstrategien erfolgreich, indem ein zweiter Kurs mit 20 Teilnehmenden⁵ nach den Sommerferien gestartet werden konnte. Die Zusammensetzung der Teilnehmenden fällt dabei ähnlich breit aus wie im ersten Kurs: ÖV-Unternehmen und Planungsbüros sind am stärksten vertreten, aber auch Umweltorganisationen, Beratungsbüros und die Verwaltung finden sich. Firmen und Grossveranstalter sind nur indirekt vertreten, indem Beratungsbüros für Grossbanken und IT-Unternehmungen am Kurs teilnehmen. Die

⁴ Vgl. Formation continue de conseil en mobilité, Rapport final (Phase I) (Dominique von der Mühl, Michel Flamm, Christophe Jemelin, Vincent Kaufman, EPFL Lausanne, Octobre 1999)

⁵ 11 Teilnehmende besuchen beide Module, 5 nur das Modul „Management der nachhaltigen Mobilität“, 4 nur das Modul „Kommunikation und Beratung“.

Suisse Romande konnte noch nicht angesprochen werden, obwohl der Kursprospekt übersetzt und in der französischen Schweiz gestreut wurde. Generell ist auch im zweiten Kurs ein hohes Niveau festzustellen, indem Kaderleute, ProjektleiterInnen und Firmeninhaber teilnehmen.

Zur Beurteilung der didaktisch-methodischen Qualität und der Zufriedenheit bei den Teilnehmenden ist es noch zu früh. Auch kann noch nicht beurteilt werden, wie sich die aufgrund der Evaluation vorgenommen Änderungen bewährt haben.

5.2 Ergebnisse der laufenden Qualitätskontrolle

Die Evaluation orientiert sich an den Grundsätzen der Organisationsentwicklung und ist von daher begleitend angelegt (vgl. Evaluationskonzept vom 7.5. 1999). Die Aktivitäten der Studienleitung sollen systematisch und laufend überprüft und weiterentwickelt werden.

Die in der Zwischenevaluation vorgeschlagenen Änderungen im methodisch-didaktischen Bereich und im Bereich der Wirkungen (vgl. Zwischenbericht 1999, Abschnitte 4.3 und 4.4) wurden mit der Studienleitung und in zwei Beiratssitzungen (Januar und März 2000) besprochen und folgende Schlüsse gezogen:

1. Unveränderte Beibehaltung des **Moduls „Kommunikation und Beratung“**
2. Überarbeitung des **Moduls „Mobilität“**: Anreicherung mit zusätzlichen Inhalten, Reduktion anderer Elemente (speziell Mobilitätswerkstatt und Fallstudie)
3. Zeitliche und inhaltliche **Entflechtung** der beiden Module
4. Steigerung der **Professionalität** im Erscheinungsbild
5. Neudefinition der Rolle der **Studienleitung**: dezidiertere Leitung, vermehrte inhaltliche Beiträge, intensivere Begleitung und Vernetzung
6. Steigerung des **Anwendernutzens** durch eine gezielte Ausrichtung der **Fallstudie** auf Themen des eigenen Arbeitsplatzes und durch kleinere Gruppen
7. Klare Kommunikation des zu erwartenden **Zeitaufwandes** vor Kursbeginn, eventuell leichte Reduktion
8. Beibehaltung der **Kurskosten**
9. Beibehaltung der **Bezeichnung „Mobilitätsberatung“**

Damit wurden die meisten **Vorschläge**, welche von **der externen Evaluation** im Zwischenbericht (vgl. Kapitel 4 in diesem Bericht) eingebracht wurden, **übernommen und umgesetzt**. Einzig die Punkte 8 (Kurskosten) und 9 (Bezeichnung „Mobilitätsberatung“) wurden nach eingehender Abklärung so belassen.

Neben der exemplarischen Evaluation des Pilotkurses „Mobilitätsberatung“ ist die Ausweitung der Qualitätsentwicklung auf die gesamte WWF-Bildungsstelle geplant. Entsprechende Abklärungen und Gespräche mit dem Leiter der WWF-Bildungsstelle Ueli Bernhard haben stattgefunden. Es ist vorgesehen das System „eduQua“ (u.a. getragen von BBT, DBK, seco und SVEB) zu übernehmen. Dieses System, welches nach längeren Vorarbeiten ab Herbst 2000 vorliegt, stellt die Institution in den Vordergrund und ist mit einem vertretbaren Aufwand verbunden.

5.3 Längerfristige Wirkungen

- Können die Kenntnisse im eigenen Arbeitsfeld angewendet werden?
- Wie ist die Verkaufsleistung von KursabsolventInnen zu beurteilen?
- Werden die KursabsolventInnen auf dem Markt akzeptiert?

Im Zusammenhang mit diesen Fragen wurden alle KursabsolventInnen ein gutes halbes Jahr nach Kursabschluss schriftlich oder mündlich befragt (vgl. Zusammenfassung der Resultate im Anhang).⁶ Sechs KursabsolventInnen wurden an ihrem Arbeitsplatz besucht und wenn möglich ein zusätzliches Gespräch mit ihren Vorgesetzten durchgeführt. Dabei steht der Transfer in die Praxis (vor allem in den beruflichen Alltag, aber eventuell auch in den privaten Bereich) im Vordergrund. „Verkaufsleistungen“ und „Marktakzeptanz“ der KursabsolventInnen werden generell und eher indirekt beurteilt.

Die Mehrheit der ehemaligen Kursteilnehmenden beurteilt das im Kurs Gelernte rückblickend als „wichtig und nützlich“. Beim Modul „Mobilität“ werden vor allem drei **Lernergebnisse** hervorgehoben:

- **Fachliches Know-How:** Fachinhalte: Übersicht über Thematik; viele praktische Beispiele kennengelernt, Denkanstösse bekommen
„L. als Branchenneuling bekam guten Einstieg. Branchenkenntnisse vermittelt, sicherere Argumentation, Vernetzungsidee verstanden, Einsicht in Transportkette, Gesamtmobilität; grosser Fortschritt feststellbar – Frage ist: war das alles Kurseffekt? Wäre das auch durch Selbststudium möglich gewesen?“ (Vorgesetzter)
- **Methodische Kompetenzen:** Förderung des vernetzten Denkens (Horizontenerweiterung, Zusammenhänge erkennen)
- **Soziale Aspekte:** Soziale Kontakte zu Kurs-Teilnehmenden (und damit anderen Unternehmungen) wichtig, positive Mischung
„Kursgruppe ist die Hälfte des Kurserfolges; guter Mix (verschiedene Perspektiven), weiterhin Kontakte mit einzelnen Teilnehmern.“ (Kursabsolvent)

Beim zweiten Modul, „Kommunikation und Beratung“ wird als Lernergebnis hervorgehoben:

- Aufbau und Präsentation von Referaten; Kommunikationshilfen

⁶ Zentrale Indikatoren wurden dabei aus der folgenden NFP33-Studie abgeleitet: Schöni, Walter, Tomforde, Elke, & Wicki, Martin (1997). Leitfaden Bildungsqualität. Evaluation und Gestaltung der Bildungsarbeit in Betrieb und Büro. Chur/Zürich: Rüegger.

„Ziel war Horizonterweiterung Richtung Kundenorientierung: ist nun voll da bei Z. Nicht nur durch Kurs, auch andere Projekte, anderer Chef, aber Kurs wichtiger Teil. Konkrete Anwendung im Alltag braucht noch Zeit.“ (Vorgesetzter)

Die **Umsetzung in die Praxis** wird von den KursabsolventInnen differenziert beurteilt: Die Hälfte der Befragten kann das Gelernte an ihrem Arbeitsplatz „gut gebrauchen“, ein Viertel „nicht gebrauchen“ und ein weiteres Viertel nimmt eine Mittelposition ein. Dabei werden sehr unterschiedliche Vorhaben erwähnt:

- *Einsicht in Vernetzung, besser abgestützte Argumentation*
- *Praktisch 1:1 Umsetzung (vgl. Fallstudie Top-Biking; Arbeit an touristischem Leitbild)*
- *Einführung „Gratis-Ticket“*
- *Aktivitäten vermehrt unter verschiedenen Mobilitätsaspekten beleuchten*
- *Konzept für Parkplatzbewirtschaftung (eigene Parkplätze) erarbeitet*
- *Papier mit möglichen neuen Auftragsgebieten erarbeitet*
- *Mitarbeit bei der Gründung einer Velogruppe in eigener Gemeinde*
- *Privat: politische Tätigkeit auf Gemeindeebene, Ideen dort eingebracht*
- *Kommunikation der Veränderungen beim Fahrplanwechsel*

Die Umsetzungen reichen damit von der konkreten Realisierung einer Fallstudie (siehe auch unten) bis zur eher allgemeinen „anderen“, vernetzten Betrachtungsweise beim Angehen von Mobilitätsproblemen.

Allerdings sind wie bereits erwähnt die Hindernisse und **Schwierigkeiten** bei der Umsetzung des Gelernten nicht zu übersehen. Eine entsprechende Frage wird von den meisten Personen mindestens teilweise bejaht. Die Schwierigkeiten liegen auf unterschiedlichen Ebenen: Kapazitätsengpässe oder Überlastung lassen eine kurzfristige Umsetzung nicht zu, obwohl grundsätzlich die Bereitschaft da wäre. Bei einigen Planungsbüros liegt offenbar im Moment die Auftragslage so, dass nachhaltige Mobilität nicht gefragt ist. Das Thema wird von diesen Büros zwar als wichtig, aber als „nicht im Trend“ liegend eingestuft.

„Umsetzung war bis jetzt nicht oder kaum möglich, da die Aufträge im Geschäft anders gelagert sind, wenig mit Mobilitätsfragen zu tun. Büro befasst sich primär mit Raumplanung. Es gibt gewisse aber Anschlussbereiche, beispielsweise die Beratung von Gemeinden Richtung Energiestadt-Label. Da ist Verkehr und Mobilität ein Thema (jemand anders ist dafür im Geschäft zuständig). Da Auftragslage im Moment gut ist und eben andere Aufträge da sind, hält man auch nicht nach neuen Bereichen Ausschau. Vielleicht hätte ich selber aktiv werden sollen. Vielleicht ist auch das halbe Jahr zu kurz für eine abschliessende Beurteilung.“ (Kursabsolvent)

Einige Personen stehen auch mit ihren Ideen relativ isoliert in ihrem beruflichen Umfeld da. Teilweise werden ebenfalls kursbezogene Gründe aufgeführt. Zu unterschiedlich und wenig verbunden seien die Inputs gewesen, als dass eine konkrete Umsetzung angepackt werden könnte.

Die **Fallstudie** war im Kurs als integrierende, anwendungsbezogene Gruppenarbeit konzipiert und zeitlich stark gewichtet. Allerdings geben nur zwei ehemalige Teilnehmende eine vollständige Umsetzung, 5 eine teilweise und 10 keine Umsetzung in die eigene Praxis an. Die Gründe sind wiederum vielfältig:

„Top-Bike: praktisch 1:1-Umsetzung; per 30.6. Signalisation Goppenstein-Gampel sollte dann realisiert und befahrbar sein. Mehrmaliges Nachhaken, Pickeln war natürlich erforderlich, Sicherheitsfragen waren

zu klären, Budget für Signalisation freizustellen. Damit ist ein wichtiger Schritt umgesetzt; vorerst muss man aber austesten und verbessern: ab nächstem Jahr findet dann die Vermarktung „Lötschbergtour“ statt.“ (Kursabsolvent)

Da die Fallstudie als Gruppenarbeit (mit bis zu 5-6 Gruppenmitgliedern) angelegt war, konnte lediglich eine Minderheit ein eigenes Thema bearbeiten und der Arbeitsplatzbezug war in vielen Fällen entsprechend gering.⁷ Selbst bei grossem Arbeitsplatzbezug, kann es Gründe geben (z.B. Überlastung, vgl. „Carsharing Tourismus“), die einer Realisierung im Wege stehen.

„Schwierigkeiten waren bei der Umsetzung nicht unbedingt absehbar; zeitlich war es zu knapp, eventuell klappt es im nächsten Jahr; ich hoffe immer noch auf Realisierung; der Ball liegt im Moment bei Mobility; Möglichkeit wäre auch ein Versuch im Tessin, wo Railtour jetzt mit einem Elektromobil Erfahrungen sammelt.“ (Kursabsolvent)

Arbeiten die KursabsolventInnen als „**MobilitätsberaterIn**“? Angesichts der Neuartigkeit und immer noch weitgehenden Unklarheit dieser Funktion ist es erstaunlich, dass immerhin drei von 17 Personen als „MobilitätsberaterInnen“ arbeiten und vier weitere eine ähnliche Funktion einnehmen.

Ein weiterer wichtiger Punkt für die längerfristige Wirkung betrifft das Ausmass der **Unterstützung am Arbeitsplatz**. Voraussetzung dazu ist, dass überhaupt darüber gesprochen wird. Das scheint der Fall zu sein, denn alle KursabsolventInnen haben mit ihren KollegInnen und die überwiegende Mehrheit mit ihren Vorgesetzten über die Kursinhalte gesprochen. Das Ausmass variiert allerdings beträchtlich, von informellen Pausengesprächen bis hin zu eigentlichen Berichterstattungen in Bürositzungen oder ausführlichen Gesprächen mit Vorgesetzten mit Umsetzungsplanung.

„Grosse Unterstützung: Vorgesetzter fragte immer wieder nach; Weiterbildung, insbesondere Fallstudien-Thema wurde sehr ernst genommen, auch Arbeitszeit konnte investiert werden; Fallstudie zirkulierte in Abteilung, wurde durch Geschäftsleitung gelesen und gelobt.“ (Kursabsolventin)

Abschliessend lässt sich bezüglich der längerfristigen Wirkungen nach gut sechs Monaten festhalten:

- Die Mehrheit der AbsolventInnen berichtet von wichtigen und nützlichen Lernergebnissen: erwähnt werden fachliches Know-How, methodische Kompetenzen und soziale Aspekte.
- Die Hälfte der AbsolventInnen kann das Gelernte in der Praxis „gut gebrauchen“ und erwähnt konkrete Umsetzungsaktivitäten.
- Die Schwierigkeiten bei der Umsetzung sind vielfältig: u.a. Kapazitätsengpässe, anders gelagerte Auftragslage, mangelnde Unterstützung.
- Die Fallstudie konnte von 40% der AbsolventInnen ganz oder teilweise umgesetzt werden.
- Ebenfalls 40% der befragten Personen arbeiten als „MobilitätsberaterInnen“ oder in einer ähnlichen Funktion.
- Die überwiegende Mehrheit berichtet von Gesprächen mit Vorgesetzten und Mitarbeitenden über die Kursinhalte.

⁷ Eine entsprechende Korrektur mit der Eingabe eines eigenen Themas und der Bildung kleinerer Gruppen oder auch Einzelarbeiten ist für die zweite Kursdurchführung eingeleitet worden.

Basierend auf den Einzelfallstudien kann zudem geschlossen werden: Je enger individuelle und arbeitsplatzbezogene Interessen übereinstimmen, desto eher ist eine längerfristige Wirkung zu beobachten. Dies trifft beispielsweise dann zu, wenn ein eigenes Thema in der Fallstudie bearbeitet werden kann. Oder wenn mit dem Kursbesuch ein klares, arbeitsplatzbezogenes Ziel verbunden ist.

Bei der **Bewertung** dieser Ergebnisse gilt es zweierlei zu berücksichtigen:

- Zum einen ist die Umsetzung von Kursinhalten in die eigene Praxis generell schwierig und von vielen Faktoren abhängig (vgl. dazu Schöni et al. 1997). Dies gilt speziell für relativ kurze Kurse wie die hier untersuchten. Diesbezügliche allzu hohe Erwartungen müssen relativiert werden.
- Zum anderen ist zu erwähnen, dass für die zweite Kursdurchführung viele Änderungen (insbesondere der klarere Bezug der Fallstudie zum eigenen Arbeitsplatz) eingeleitet wurden, welche eine merkliche Steigerung der längerfristigen Wirkung erwarten lassen.

6. Synthese

Hier soll eine Gesamtbeurteilung versucht werden:

- Welches sind im Rückblick die Stärken, Schwächen und die Optimierungspotentiale der Veranstaltungen?
- Hat sich der Kurs auf dem Markt durchgesetzt?
- Hat der Kurs das Potential, sich längerfristig auf dem Markt durchzusetzen?
- Wie entwickelt sich die Anerkennung des Kurses bei bildungspolitischen Behörden?
- Konnten tragfähige Lösungen zur endgültigen Trägerschaft und zur langfristigen Finanzierung gefunden werden?
- Sofern sich dies aus verfügbaren ausländischen Untersuchungen ableiten lässt: Wie ist der Kurs im Verhältnis zu vergleichbaren Angeboten im Ausland zu beurteilen?

Einige der obigen Fragen lassen sich zum jetzigen Zeitpunkt nicht oder nur provisorisch beantworten. Trotzdem sei ein Versuch gewagt:

Stärken, Schwächen und Optimierungspotentiale

Hier lassen sich die im Zwischenbericht (Dezember 1999) aufgeführten **Stärken** stichwortartig bestätigen:

- Adäquate organisatorische Strukturen
- fachliches Know-how (bei WWF-Bildungsstelle, Studienleitung und Trägerschaft)
- intensive Informations- und Marketingtätigkeit
- breite Zusammensetzung der Teilnehmenden
- sorgfältig ausgearbeitetes Angebot
- mehrheitlich positive Einschätzung im inhaltlichen und methodisch-didaktischen Bereich

Die bei der ersten Kursdurchführung festgestellten **Schwächen** (vgl. Zwischenbericht und Abschnitte 5.1 und 5.2 des vorliegenden Berichts) wurden in der **Zwischenzeit behoben**. Wieweit sich die Veränderungen bewährt haben, lässt sich allerdings zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht beantworten, da die zweite Kursdurchführung noch nicht abgeschlossen ist.

Optimierungspotentiale lassen sich vor allem in einer Differenzierung des Angebotes orten. So könnten kürzere Einstiegsveranstaltungen (halb- oder ganztägige Workshops, z.B. Exkursionen) das modulare Angebot und den Veranstalter auf dem Markt zusätzlich profilieren. Als zweites liessen sich firmenspezifische Varianten des Moduls „Management der nachhaltigen Mobilität“ denken. Offenbar könnte ein Markt bei grösseren Verkehrsunternehmungen oder in der Tourismusbranche bestehen. Mit firmenspezifischen Angeboten liessen sich massgeschneiderte Lösungen für betriebliche Themen finden.

Durchsetzung auf dem Markt

Diese Frage, lässt sich heute nur ansatzweise beurteilen. Einerseits deuten die zögernden Anmeldungen für den zweiten Kurs und die Absage einer Durchführung in der Suisse Romande auf gewisse Schwierigkeiten hin. Und dies obwohl erhebliche

Marketinganstrengungen unternommen wurden (vgl. Zwischenbericht 1999). Andererseits ist die Einschätzung der meisten KursabsolventInnen und der befragten Vorgesetzten durchaus positiv.⁸ Dem Kurs wird im allgemeinen eine gute Qualität attestiert, die Kurslänge (eine entscheidende Grösse aus betrieblicher Sicht) wird als tragbar erachtet (wenn auch an der oberen Grenze), Modifikationen seit der ersten Durchführung werden positiv bewertet (sofern sie überhaupt zur Kenntnis genommen wurden!). Allerdings bleiben die Vorbehalte und kritischen Bemerkungen bei einer Minderheit bestehen. Bevor der Kurs weiterempfohlen wird, will man die effektiven Veränderungen bei der zweiten Durchführung abwarten.

Längerfristiges Marktpotential

Der Kurs hat offensichtlich eine **Nische** gefunden, so dass das längerfristige Marktpotential durchaus vorhanden ist.

- **Inhalte:** Die vermittelten Inhalte – handle es sich nun um nachhaltige Mobilität oder um Kommunikation und Beratung – sind offenbar aktuell und praxisbezogen. So können z. B. einem Branchenneuling entsprechende Kenntnisse und Haltungen vermittelt werden.
- **Teilnehmende:** Die breite Ausschreibung, gestützt durch eine vielfältige Trägerschaft, führt zu einer gemischten Kursgruppe mit unterschiedlichen Perspektiven, welche befruchtend wirkt.
- **Form:** Auch die Form mit zwei offiziell anerkannten Modulen in der Grössenordnung von 80 resp. 64 Lernstunden scheint günstig.

Dies war jedenfalls auch das Fazit einer kürzlich vom NFP 41 durchgeführten Veranstaltung, welche auf einer Bestandesaufnahme der Angebote beruhte.⁹ Zu kurze Veranstaltungen (halb- bis zweitägige Veranstaltungen) können nicht viel mehr als Informationsbedürfnisse befriedigen. Allzu lange Veranstaltungen (Nachdiplomkurse oder –studien), wie sie teilweise angeboten werden, haben Mühe, in einem hektischen betrieblichen Umfeld genügend Akzeptanz zu finden (bei Betrieben und Individuen).

Anerkennung bei bildungspolitischen Behörden

Die beiden Kursmodule wurden bereits letztes Jahr durch die Schweizerische Modulzentrale anerkannt. Nun ist die Bildungsstelle WWF daran, eine breitere Abstützung und Vernetzung mit anderen Organisationen - z.B. mit dem Schweizerischen Tourismusverband (STV), mit dem Schweizerischen Olympischen Verband (SOV), mit Energiestadt usw. - zu erwirken. Damit soll ein eigentlicher Ausbildungsverbund aufgebaut werden.

Trägerschaft und Finanzierung

Bis zum jetzigen Zeitpunkt ist noch keine definitive Lösung vorhanden. Die Bildungsstelle WWF ist aber auf der Basis der bereits vorhandenen breiten Trägerschaft in der Pilotphase zusammen mit dem Beirat daran, verschiedene Varianten zu prüfen. Dabei ist natürlich die Frage der Finanzierung zentral.

⁸Acht von 17 Befragten können den Kurs weiterempfehlen, 8 „mit Vorbehalten“, 1 Person verneint die Frage.

⁹ Vgl. Workshop NFP 41: „Weiterbildung und nachhaltige Mobilität“ (Bern, 16. Juni 2000) und die entsprechende Studie: Mazonauer-Kistler, V. & Leuenberger, Ch. (2000): Weiterbildung für eine nachhaltige Mobilität. Bern: EDMZ (Bericht C9)

Vergleich zu ausländischen Angeboten

Ein Vergleich des WWF-Angebotes mit anderen ausländischen Angeboten konnte im Rahmen der beschränkten Mittel der Evaluation nicht durchgeführt werden.

7. Empfehlungen

Auf der Grundlage der durchgeführten externen Evaluation können bezüglich der unten gestellten Fragen folgende Empfehlungen für die zweite Phase des Weiterbildungsangebots (Herbst 2000 bis 2002) formuliert werden

- Wie ist die Bedeutung aus energiepolitischer Sicht? Soll das Bundesamt für Energie den Kurs weiter unterstützen und wenn ja, in welcher Form?
 - Welche Verbesserungen in der Kurskonzeption und –durchführung sollten vorgenommen werden?
1. Der Kurs sollte bis auf weiteres **im bisherigen Umfang finanziell** vom Bundesamt für Energie **unterstützt** werden. Es liegen genügend Hinweise vor, dass mit dem Kurs das Ziel der nachhaltigen Mobilitätsberatung massgeblich gefördert wird. Zielsetzung und Anliegen des Kurses entsprechen offensichtlich einem Bedürfnis (mindestens in der Deutschschweiz). Kurz- und mittelfristig braucht es dazu spezielle Fördermassnahmen, da das soziopolitische Umfeld und der gesellschaftliche „Zeitgeist“ einem nachhaltigen Mobilitätsverhalten nicht unbedingt entsprechen. Deshalb sind erhebliche PR- und Marketinganstrengungen von Seiten des Veranstalters notwendig, um die Idee und den Kurs zu verbreiten. Zudem sollten Einstiegsveranstaltungen für spezifische Zielgruppen gezielt gefördert werden (siehe auch Punkt 3).
 2. Das aufgrund der 1. Durchführung leicht modifizierte **Weiterbildungskonzept** mit den beiden Modulen sollte **beibehalten** werden. Der Praxisbezug (insbesondere mit einer Fallstudie aus dem eigenen Arbeitsumfeld) sollte unbedingt erhalten bleiben. Der zeitliche Umfang liegt an der oberen Grenze und sollte eher reduziert werden.
 3. Eine **Differenzierung des Angebots** sollte geprüft werden (vgl. auch Kapitel 6):
 - Kurze, halb- bis ganztägige Informationsveranstaltungen (Ziel: niedrige Schwellenangebote, „Appetizers“) für spezifische Zielgruppen (z.B. Sport- und Grossveranstalter, Tourismus, Energiestädte)
 - Firmenspezifische Angebote für grössere Unternehmungen (Ziel: adressatenspezifische Anwendung)
 4. Die bisherige **Trägerschaft** stützt sich auf Umweltverbände und ÖV-Verbände. Sie sollte in der nächsten Phase in Richtung **weiterer Zielgruppen** (Tourismus- und Sportverbände) ausgeweitet werden. Anzustreben ist ein eigentlicher **Ausbildungsverbund** mit gegenseitiger Anerkennung weiterer Aus- und Weiterbildungsmodule.

Anhang

Auswertung der Nachbefragung Juni 2000: Kurs WWF-Mobilitätsberatung 1999